

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์จัดเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และจะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ การแข่งขันระหว่างธนาคารก็มีความรุนแรงขึ้น ตามลำดับ ทั้งทางด้านเงินฝากและการบริการในรูปแบบต่าง ๆ ธนาคารพาณิชย์ต่างพยายามแข่งขันให้บริการแก่ลูกค้าในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น โดยมุ่งหวังให้ลูกค้าของตนได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการของธนาคารอย่างต่อเนื่องและตลอดไป แต่เนื่องจากการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ก็เช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายสูงสุด คือการแสวงหากำไรสูงสุด (Profit Maximization) หรือ การพยายามรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ของตนไว้ให้นานที่สุด (ชมเพลิน จันทร์เรืองเพ็ญ, 2535 : 131) โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2540 ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ธนาคารพาณิชย์ก็เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจในครั้งนี้อย่างรุนแรง ส่งผลให้หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non Performing Loans : NPLs) เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับธนาคารพาณิชย์มีภาระในการกันสำรองสินทรัพย์จัดชั้นเพิ่มขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งต้องทำการเพิ่มทุนเพื่อรองรับการกันสำรอง และดำรงเงินกองทุนให้เพียงพอตามมาตรฐานของธนาคาร เพื่อการชำระหนี้ระหว่างประเทศ (Bank of International Settlement : BIS) ขณะเดียวกันก็ต้องควบคุมคุณภาพสินทรัพย์อย่างเข้มงวด ด้วยการระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อ ทำให้เกิดปัญหาสภาพคล่องส่วนเกินเป็นจำนวนมาก

จากสถานการณ์ดังกล่าว เป็นปัญหาที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยได้มีการปรับตัวควบคู่กันไป ใน 2 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ความพยายามที่จะเพิ่มรายได้และความพยายามที่จะลดรายจ่าย ความพยายามที่จะเพิ่มรายได้ โดยเฉพาะรายได้ค่าธรรมเนียม ด้วยการให้บริการด้านต่างๆ ที่สร้างรายได้ค่าธรรมเนียมให้แก่ธนาคาร ซึ่งประกอบด้วยบริการจัดการด้านการเงิน (Cash Management) บริการจัดหาเงินทุน (Investment Banking) บริการธุรกิจหลักทรัพย์ (Security Service) และธุรกิจบัตรเครดิต (Plastic Card) ส่วนในด้านความพยายามที่จะลดรายจ่าย โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการทำงาน มีการลดจำนวนพนักงานลง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับงานธนาคารมากขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของธนาคาร และเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้

บริการแก่ลูกค้าธนาคาร ทำให้เกิด “ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Banking) ขึ้นในระบบธนาคาร ซึ่งเป็นการบริการในรูปแบบที่ลูกค้าของธนาคารสามารถใช้บริการได้ด้วยตนเอง เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว รวมทั้งเป็นการเพิ่มคุณค่าในการบริการให้แก่ลูกค้า ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งจึงพยายามมุ่งเน้นในการพัฒนาบริการที่อาศัยเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) เป็นระบบหนึ่งที่ธนาคารให้ความสนใจนำมาใช้ในงานธนาคาร เพื่อเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมรับ ซึ่งหมายถึงธนาคารประกอบธุรกรรมใด ๆ ในกิจการที่เกี่ยวข้องกับธนาคารพาณิชย์ โดยการใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ และระบบสื่อสารแทนการใช้พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนปกติ ในยุคแรก ก็คือบริการระบบเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine : ATM) หรือระบบการฝากเงิน หรือถอนเงิน โดยใช้บัตรเอทีเอ็ม ทำรายการผ่านเครื่อง โดยเอทีเอ็มเครื่องแรกของโลกเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2520 โดยธนาคารซิตีแบงก์ ที่เมืองนิวยอร์ก เริ่มให้บริการฝากและถอนเครื่องเงิน ซึ่งสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง ทำให้ธนาคารซิตีแบงก์ได้ดึงดูดลูกค้าจากธนาคารอื่นมาเป็นลูกค้าของตนเองและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดขึ้นเกือบสามเท่าตัวในช่วงเวลา 6 เดือน

ในปัจจุบันบัตรเอทีเอ็มได้พัฒนาขีดความสามารถการให้บริการได้หลากหลายมากขึ้น และพัฒนามาเป็นบัตรเดบิต (Debit card) ผู้ถือบัตรประเภทนี้จะต้องเป็นลูกค้าของธนาคารที่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ หรือเงินฝากออมทรัพย์ ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้ซื้อสินค้าและบริการตามร้านค้าสมาชิกที่มีเครื่องหมาย Master Card Electronic หรือ Visa Electronic ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทบัตรที่ธนาคารพาณิชย์จะร่วมดำเนินการกับเครือข่ายบริษัทใด โดยวิธีการใช้บัตรรูปแบบใหม่นี้เพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยที่ผู้ถือบัตรไม่ต้องเบิกเงินสด แต่ใช้บัตรนี้ชำระโดยผ่านเครื่องรับชำระอัตโนมัติ (EDC : Electronic Data Capture) เมื่อซื้อสินค้า ผู้ถือบัตรจะต้องลงลายมือชื่อในใบเสร็จซื้อ (Sales Slip) ให้เหมือนลายมือชื่อหลังบัตร จึงจะได้รับการอนุมัติ และลูกค้าผู้ถือบัตรจะถูกหักบัญชีเงินฝากทันที ทั้งนี้ในการซื้อสินค้าและบริการสามารถทำได้ทั่วโลกที่มีเครื่องหมาย เครือข่ายของบริษัท Visa หรือ Master แล้วแต่ประเภทบัตร นอกจากนี้ยังสามารถใช้บัตรนี้เบิกเงินสดจากเครื่อง เอทีเอ็ม ได้ทั่วโลก รวมถึงเงินสดที่เคาน์เตอร์สาขาของธนาคารได้ บัตรเงินสดยังสามารถใช้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม ในการสอบถามยอดเงินในบัญชี การโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร การโอนชำระค่าสินค้าและบริการ การชำระเงินกู้ การชำระบัตรเครดิต การพิมพ์สรุยอดการใช้บัญชี การชำระค่าโทรศัพท์ ซึ่งธนาคารแต่ละแห่งได้มีกลยุทธ์ชักจูงลูกค้าให้ใช้บริการแตกต่างกันไป และสิทธิประโยชน์ในรูปแบบอื่น เช่น ใช้บัตรเดบิตเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าสมาชิก รวมถึงการสะสมคะแนนในการใช้บัตรเพื่อแลกซื้อสินค้า เป็นต้น

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินในรูปแบบของธนาคาร เดิมก่อตั้งเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการทางการเงินแก่ข้าราชการทหารและเป็นการเพิ่มสวัสดิการทางการเงินให้แก่ข้าราชการทหารและครอบครัว ต่อมาในปี พ.ศ.2537 ธนาคารได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด พ.ศ. 2535 ปัจจุบันธนาคารทหารไทยได้มีการกระจายอำนาจการปล่อยสินเชื่อและการแก้ไขปัญหาสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ อย่างเป็นระบบ โดยมีสัดส่วนของการเปิดบัญชีของลูกค้า บมจ.ทหารไทยจำนวน 4,372,682 บัญชี เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเมื่อเดือนกันยายน 2546 พบว่ามีลูกค้าที่ถือครองบัตรเอทีเอ็มของธนาคารทหารไทยจำนวน 2,230,037 ราย และถือครองบัตรเครดิตจำนวน 220,000 ราย เมื่อเทียบสัดส่วนกับการเปิดบัญชีแล้วคิดเป็นร้อยละ 51 และร้อยละ 5.03 ตามลำดับ(มาโนช วัชรระสุกร, 2547: สัมภาษณ์) บัตรเดบิตของธนาคารทหารไทย เรียกว่า บัตร “TMB SHOPPING CARD” ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น กล่าวคือต้นทุนค่าธรรมเนียมในการทำบัตรมีราคาถูกกว่าธนาคารพาณิชย์อื่น สามารถใช้ถอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการด้วยวงเงินรวมสูงสุดวันละ 100,000 บาท/บัตร รับส่วนลดจากร้านค้ามากกว่า 300 แห่งทั่วประเทศ และรายการ TMB BONUS PLUS สะสมแต้มแลกของรางวัล

โดยสรุป จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน การใช้บริการบัตรเดบิต จะทวีความสำคัญทั้งต่อธนาคาร และผู้ใช้บริการสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในส่วนของธนาคารจะช่วยลดเวลาในการให้บริการผ่านเคาน์เตอร์ของสาขาลง สามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคารส่วนหนึ่ง และยังเป็นทางหนึ่งของการเพิ่มรายได้ให้แก่ธนาคาร ในส่วนของลูกค้าผู้ใช้บริการก็จะได้รับความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น แต่การที่ธนาคารจะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ธนาคารจะต้องรู้ถึงปัจจัยที่จูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการของธนาคาร ตลอดจนปัญหาในการใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้า ดังนั้นจึงน่าจะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งต่อธนาคารและลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ โดยได้มีผู้ที่เคยทำการศึกษามาแล้วในด้านบัตรเดบิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด แต่ยังไม่มีการศึกษาในธนาคารพาณิชย์อื่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด โดยในที่นี่จะศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดการถือครองบัตรเดบิต ตลอดจนปัญหา และอุปสรรคในการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้า เพื่อให้ธนาคารสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางส่วนหนึ่ง เพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ และพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการถือบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1.3.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ โดยนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การให้บริการ เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่องค์กร และเพื่อขยายธุรกิจของธนาคารต่อไป

1.3.2 เพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการใช้บริการธนาคารในรูปแบบบัตรเดบิต

1.3.3 เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ธนาคารมีการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษารครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 สาขา ได้แก่

1. สาขาเชียงใหม่
2. สาขาช่วงสิงห์
3. สาขานนทบุรีแก้ว
4. สาขาทลาดควโรรส
5. สาขาทลาดหนองหอย
6. สาขาสันป่าข่อย
7. สาขาเชียงใหม่พลาซ่า

## 1.5 นิยามศัพท์

**ธนาคารพาณิชย์** หมายถึงธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ และหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์

**บัตรเอทีเอ็ม (ATM Card)** หมายถึงบัตรพลาสติกที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ มีขนาด 5.4×8.5 ซม. ด้านหลังบัตรมีแถบแม่เหล็กสำหรับบันทึกข้อมูล เพื่อใช้รับบริการต่างๆจากตู้เอทีเอ็ม

**บัตรเดบิต (Debit Card)** หมายถึงผลิตภัณฑ์หักบัญชีเงินฝากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ถือบัตรโอนเงินในบัญชีเงินฝากของตนเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการได้โดยตรง ผู้ใช้รับรองความถูกต้องของการทำธุรกรรมแต่ละครั้งด้วยลายเซ็นเช่นเดียวกับบัตรเครดิต

**ใบบันทึกการขาย (Sale Slip)** หมายถึงใบบันทึกการขาย และมูลค่าของสินค้าและบริการ

**เครื่อง EDC (Electronic Data Capture)** หมายถึงเครื่องบันทึกการขายโดยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์อัตโนมัติ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved