การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Decision-making in Choosing Debit Card Services Among

the Population in the Sathorn District, Bangkok

สหัสวรรษ ธิติธรรม

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sahassawat Thititham

Email : 6514154043@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เลือกใช้บริการ ในเขตสาทร กรุงเทพมหานครที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถสมัครบัตรเดบิตของแต่ละธนาคารได้ และมีอำนาจในการตัดสินใจได้ จำนวน 420 คน โดยใช้แบบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหูคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน มีช่วงอายุระหว่าง 18-27 ปี จำนวนทั้งสิ้น 120 คน มีสถานภาพโสด จำนวนทั้งสิ้น 293 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนขึ้น 237 คน มีอาชีพข้าราชการ/

รัฐวิสาหกิจ จำนวนทั้งสิ้น 196 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 284 คน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์
ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

The objectives of this research study are 1) to study demographic factors including gender, age, marital status, educational level, occupation, and average monthly income. that affects the decision to use debit card services of the people in the Sathorn area Bangkok Province 2) To study marketing mix factors including product, price, place, and marketing promotion. that affects the decision to use debit card services of the people in the Sathorn area Bangkok Province It is a no n-experimental research. Data was collected from a sample group of people who chose to use the service in the Sathorn area. Bangkok people aged 18 years and over, which is the group that can apply for a debit card from each bank. and had the power to make decisions, a total of 420 people, using questionnaires that had been tested for content validity. It is a tool for collecting data. Statistics used in the analysis include frequency, percentage, mean, and standard deviation. Test the hypothesis with t-test statistics, One-Way ANOVA statistics. If differences are found, it will lead to pairwise comparisons using the LSD method and Multiple Regression Analysis statistics.

The results of the study found that Most of the respondents were female, 258 people, with an age range of 18 -27 years, a total of 120 people, a total of 293 people with a single status, a total of 293 people with a bachelor's degree, an additional 237 people with careers as civil servants/state enterprises. There were a total of 196 people with an average monthly income between 10,001 - 20,000 baht. A total of 284 people. A decision was made to choose to use debit card services for the people in the Sathorn area. Bangkok Province as a whole at the highest level When considering the factors of the marketing mix in each area, it was found that the product marketing mix has the highest average And the results of the hypothesis test found that service users in Sathorn area Bangkok. Include age, marital status, education level, occupation, and average monthly income. Different factors affect the decision to use debit card services of the people in Sathorn area. Bangkok Province is different with a statistical significance of 0.05. In addition, marketing mix factors include products.

Price side, distribution channel side and marketing promotion it affects the decision to use debit card services of the people in the Sathorn area. Bangkok Province at the level of statistical significance at the 0.05 level.

บทนำ

ประเทศไทยได้เริ่มพัฒนาเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยมีแนวนโยบายด้านดิจิทัลของรัฐบาลที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาและการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล การส่งเสริมอุตสาหกรรม การลงทุน การนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงการพัฒนากำลังคนดิจิทัลของประเทศ เมื่อเปรียบเทียบขีดความสามารถด้านดิจิทัลในระดับโลกพบว่าประเทศไทยยังอยู่ในระดับกลาง โดยในภาพรวม จุดแข็ง คือ การมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือที่สูง มีตลาดส่งออกสินค้าดิจิทัลที่แข็งแรง และมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคเงินที่แข็งแกร่ง จุดที่ดีแต่ยังต้องพัฒนาต่อ คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ และการปรับปรุงกฎหมาย/ กฎระเบียบด้านดิจิทัล ส่วนจุดอ่อนที่ประเทศไทยต้องเร่งแก้ไขโดยด่วนคือ ทักษะดิจิทัลของประชาชน และแรงงานด้านดิจิทัลที่ต่ำมาก การขาดนวัตกรรมดิจิทัล หรือการวิจัย และพัฒนาสินค้า และบริการที่นำเข้าสู่ตลาดได้จริง ความเสี่ยงของการลงทุนสูง และปัญหาการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ดังนั้นประเทศไทย จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับสังคมดิจิตอล สังคมไร้เงินสดที่ในปัจจุบันผู้คนใช้กันอย่างแพร่หลาย ไม่ต้องพกเงินสดแต่ก็สามารถชำระซื้อสินค้าบริการ ใช้ในการเดินทางได้อย่างสะดวก โดยใช้เวลาแค่ไม่กี่วินาทีเท่านั้น ด้วยเทคโนโลยีทางการเงินที่จะเข้ามาทดแทนผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิตและบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e–payment) ยิ่งในยุคการแพร่ระบาดโรคโควิดที่คนหันมาใช้บริการกัน เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจนคุ้นเคยกันในทุกวันนี้โดยเฉพาะการใช้สมาร์ทโฟนผ่านแอปพลิเคชันสแกนจ่ายง่ายๆ จนยอดการใช้ชำระเงินแบบไร้เงินสดในประเทศไทยติดอันดับยอดขายใช้จ่ายระดับท็อปๆของโลก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารได้ให้ความสำคัญในการสนับสนุนให้ผู้ใช้บริการใช้บัตรเดบิต บัตรเครดิต เพื่อความสะดวกสบายและตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไปเปลี่ยนไป โดยบัตรเดบิตนั้น คือ บัตรที่ผูกไว้กับบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร เพื่อใช้ทำรายการที่เครื่อง ATM ไม่ว่าจะเป็นการสอบถามยอด โอนเงิน ถอนเงิน และชำระค่าสินค้าและบริการ (ซึ่งเป็นความสามารถของบัตร ATM) และใช้ทำธุรกรรมชำระค่าใช้จ่ายสินค้าและบริการที่ร้านค้า รวมถึงการซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ได้ โดยจะเป็นการหักเงินออกจากบัญชีเงินฝากทันที โดยบัตรเดบิตมีข้อดี คือ ไม่ต้องพกเงินสด ซึ่งจะช่วยลดความเสียหายหากถูกโจรกรรมหรือทำบัตรหาย, สะดวก รวดเร็วในการชำระเงิน และไม่ต้องเสียเวลาในการทอนเงิน, ควบคุมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเดบิตได้ดีกว่าการใช้บัตรเครดิต เนื่องจากถ้าไม่มีเงินในบัญชีก็จะไม่สามารถเบิกเงินสดหรือซื้อสินค้าและบริการได้, ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นเพิ่มเติมตามโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลดในการซื้อสินค้า ความคุ้มครองตามการประกันชีวิต การโอนเงินโดยไม่เสียค่าธรรมเนียม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทของบัตรและเงื่อนไขการใช้บริการ ซึ่งอาจมีอัตราค่าธรรมเนียมแพงกว่า

กรณีบัตรเดบิตทั่วไป ดังนั้น จึงควรเลือกใช้ประเภทบัตรเดบิตให้เหมาะสม โดยสอบถามรายละเอียดได้จากสถาบันการเงินผู้ออกบัตร เป็นต้น จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าการใช้บัตรเดบิต เข้ามามีส่วนร่วมในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมาพบว่า มีปริมาณบัตรเดบิตรวม 56.81 ล้านใบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนไทยส่วนใหญ่มีความนิยมใช้บัตรเดบิตเป็นจำนวนมาก ดังตารางที่ 1 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ประเภทบัตร	พ.ศ.2566	พ.ศ.2565	พ.ศ.2564	พ.ศ.2563
บัตรเครดิต	26,494,754	25,975,008	24,091,730	24,603,787
บัตรเอทีเอ็ม	9,721,510	10,188,760	11,219,440	10,688,019
บัตรเดบิต	56,816,060	61,315,144	64,799,553	64,051,972
รวมทั้งสิ้น	93,032,324	97,478,912	100,110,723	99,343,778

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2566)

จากข้อมูลการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตผลการสำรวจในเครือธนาคารทีเอ็มบีธนชาตหนึ่งในผู้ให้บริการรายใหญ่ในตลาดบัตรเดบิตรายงานว่า ในปี 2564 ที่ผ่านมาพบว่ายอดการใช้จ่ายออนไลน์ผ่านบัตรเดบิต ttb all free รวมทั้งบัตรเดบิต ttb all free digital ในไตรมาส 3 ปี 2564 ได้เติบโตขึ้น 25% เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสแรกของปี และเติบโตถึง 97% เมื่อเปรียบเทียบปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นความสำเร็จจากการนำเสนอโซลูชันที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ เข้าใจพฤติกรรมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่หันมาใช้จ่ายผ่านทางออนไลน์มากขึ้นและสิ่งที่คนส่วนใหญ่มีการใช้บัตรเครดิตใช้จ่าย โดยที่อันดับแรกคือ การใช้จ่ายผ่านทางออนไลน์ถือเป็นการใช้จ่ายที่มีความจำเป็น และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี (ธนาคารทีเอ็มบีธนชาต, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความให้ความสำคัญเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผล อันประกอบไปด้วยปัจจัยประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิตของผู้ใช้บริการและปัจจัยใดบ้างที่ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตมีความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจให้กับผู้ใช้บริการเลือกใช้บัตรเดบิตมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากลุ่มของคนที่อาศัยอยู่ในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ประกอบในการทำงานและเผยแพร่ให้กับผู้ที่ให้ความสำคัญในการนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งใจศึกษากลุ่มประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความหลากหลายทางด้านประชากร มีอำนาจในการตัดสินใจสูง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มประชากรที่มีบัตรเดบิตเป็นส่วนใหญ่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะเป็นประชากรที่จะใช้วิจัยในครั้งนี้
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบัตรเดบิตในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถสมัครบัตรเดบิตของแต่ละธนาคารได้ และมีอำนาจในการตัดสินใจได้ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้คือผู้วิจัยมีความประสงค์จะสำรวจกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนของธนาคารทั้ง 7 แห่ง จึงขอใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 420 คน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานครอย่างไร เพื่อนำผลดังกล่าวไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น
2. สามารถนำผลการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาด เพื่อการเข้าถึงผู้ใช้บริการบัตรเดบิต และวางแผนกลุ่มเป้าหมาย
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเจ้าของบัตรต่างๆ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถแข่งขันและพัฒนาธุรกิจต่อ

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวไว้ว่าการแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิก ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นข้อมูลที่สำคัญ สามารถ

เก็บข้อมูลสถิติที่วัดได้ของประชากร จะช่วยในการวางแผนตั้งเป้าหมายให้ตอบโจทย์ลูกค้า ในส่วนของด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม จะเป็นเรื่องของความคิด ความรู้สึก ของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายได้ โดยวิเคราะห์จากปัจจัย

นภาวรรณ คณานุรักษ์ (2563) อ้างถึงใน ทัตเทพ พบครุฑ (2565) ได้ให้ความหมายด้านประชากรศาสตร์ คือข้อมูลทางสถิติที่อ้างอิงเกี่ยวกับประชากร นิยมใช้ในส่วนแบ่งการตลาดคือ อายุ เพศ สถานะภาพ รายได้ อาชีพ และการศึกษา ปัจจัยทางประชากรศาสตร์นั้นสามารถช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997, P. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความจูงใจและความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมี เพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) อาทิ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร อาทิ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใช้บริการ

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2551) ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการของการใช้ความคิดและการกระทำในการรับรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) กำหนดและประเมินทางเลือก รวมถึงเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

ชัยเสฏฐ์ พรหมศร (2551) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการของการพัฒนาและวิเคราะห์ตัวเลือกและเลือกตัวเลือกเหล่านี้ หรือกล่าวได้ว่า เป็นกระบวนการของการบ่งชี้ธรรมชาติของปัญหาหรือโอกาสที่เฉพาะเจาะจง และเลือกระหว่างตัวเลือกที่มีอยู่ เพื่อแก้ปัญหาหรือคว้าโอกาสที่มีอยู่ไว้ได้

4.ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเดบิต

บัตรเดบิต (Debit Card) เป็นเครื่องมือทางการเงินที่ออกโดยธนาคารหรือสถาบันการเงิน ซึ่งช่วยให้ผู้ถือบัตรสามารถเข้าถึงเงินในบัญชีเงินฝากของตนเองเพื่อทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้โดยตรง บัตรเดบิตมีคุณสมบัติและการใช้งานที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้หลายด้าน นี่คือรายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับบัตรเดบิต (ธนาคารแห่งประเทศไทย,2543)

วิธีดำเนินการวิจัย

1.การออกแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) ซึ่งเป็นการวิจัยโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภากสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยใช้เครื่องมือในการวิวัยเป็นแบบสอบถามและใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งใจศึกษากลุ่มประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความแตกต่างกันทางด้านประชากร มีอำนาจในการตัดสินใจสูง อีกทั้งยังเป็นกลุ่มประชากรที่มีบัตรเดบิตเป็นส่วนใหญ่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะเป็นประชากรที่จะใช้วิจัยในครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบัตรเดบิตในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถสมัครบัตรเดบิตของแต่ละธนาคารได้ และมีอำนาจในการตัดสินใจได้

3.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดและตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้และนำไปสู่ขั้นตอนในการสร้างนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ ซึ่งเป็นแบบชนิดกำหนดให้เลือกตอบ (Checklist) เพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ เป็นคำถามในลักษณะประเมินระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ เป็นคำถามในลักษณะประเมินระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติม ซึ่งมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

4.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยของการวิจัยนี้ ซึ่งแสดงในเห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ต่อตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อให้ได้ความหมายของตัวแปรแต่ละตัวเพื่อที่จะสามารถใช้วัดผลได้อย่างชัดเจน
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรทั้งหมด เพื่อให้สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน
4. ดำเนินการจัดทำร่างแบบสอบถามโดยอ้างอิงจากนิยามศัพท์
5. ผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามดังกล่าว ที่จัดสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ก่อน

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยทำการนำเสนอแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการผู้ประเมิน 3 ราย เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง และความครอบคลุมเนื้อหาที่จะทำการวิจัย รวมถึงการจัดเรียงลำดับคำถามและภาษาที่ใช้ในการวิจัยว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไข ก่อนที่จะนำไปใช้จริง โดยใช้วิธีวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การทดสอบความความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาปริมาณของข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับศึกษาวิจัยในครั้งนี้ (Try-out) จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach' s Alpha) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จากการศึกษาวิจัย พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach' s Alpha) รวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมเท่ากับ 1.00 แสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach’s Alpha) มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.80 -1.00 ซึ่งยอมรับได้

6.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้องของข้อคำถามและ วัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบัตรเดบิตในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 420 คน โดยใช้การสุ่มอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) ด้วยวิธีการจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะสุ่ม ใช้กรอบขนาดตัวอย่าง (Sampling Frame) ที่เป็นธนาคารในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาทำการสุ่มตัวอย่างและแบ่งจำนวนการสุ่มตัวอย่างของแต่ละธนาคารด้วยการแบ่งแบบสัดส่วนของแต่ละธนาคารกับจำนวนประชากรทั้งหมดในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลลัพธ์ของการคำนวณที่ได้จะเป็นสัดส่วนร้อยละของจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

7.เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเลือกใช้สถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

การศึกษาข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาวิเคราะห์ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และศึกษาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตโดยรวมของผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผลสำรวจผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวนทั้งสิ้น 258 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 มีช่วงอายุระหว่าง 18-27 ปี จำนวนทั้งสิ้น 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีสถานภาพโสด จำนวนทั้งสิ้น 293 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวนทั้งสิ้น 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีช่วงรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 284 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 ตามลำดับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

บทสรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการวิเคราะห์เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีความสอดคล้องและแตกต่างของผลการวิจัยที่ผ่านมารวมถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลสำรวจผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน คน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 มีช่วงอายุระหว่าง 18-27 ปี จำนวนทั้งสิ้น 120 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีสถานภาพโสด จำนวนทั้งสิ้น 293 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนขึ้น 237 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวนทั้งสิ้น 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวนทั้งสิ้น 284 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.37 37 รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีการตัดสินใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

2. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถามภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของผู้ที่เลือกใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่ายอมรับสมมติฐานที่ 2.1 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.009

ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 0.135

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2.2 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 0.134

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัวแปรส่วนประสมทางทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2.3 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 0.335

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตัวแปรส่วนประสมทางทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2.4 โดยที่ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดการส่งเสริมการตลาด มีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุดเท่ากับ 0.389

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันผู้ใช้บริการในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 18-27 ปี รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 38-47 ปี ช่วงอายุระหว่าง 28-37 ปี ช่วงอายุ 58 ปีขึ้นไป และช่วงอายุระหว่าง 48-57 ปี ตามลำดับ จากผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการ

ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุน้อยจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิตมาก อาจเป็นเพราะผู้ที่มีช่วงอายุน้อยจะเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากกว่า และมีการเปิดใจในการใช้บริการใหม่ๆได้ดีกว่า ต่างจากผู้ที่มีช่วงอายุสูงจะมีความไม่มั่นใจในเทคโนโลยีต่างๆ อีกทั้งมีพฤติกรรมในการใช้ชีวิตแบบเดิม ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นหรือผู้มีอายุน้อย เป็นสิ่งที่เหมาะสม โดยพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ให้เข้าถึงผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะทำให้สามารถเพิ่มยอดการใช้งานบัตรเดบิตได้มากขึ้น เช่น ควรเน้นความสะดวกสบายในการใช้บัตร การสมัครบัตรผ่านช่องทางที่แตกต่างกัน และจูงใจด้วยการจัดแคมเปญต่างๆ รวมถึงออกแบบบัตรเดบิตและให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดใจผู้ใช้บริการ ควรมีบัตรเดบิตที่เหมาะกับคนวัยรุ่นโดยเฉพาะ เช่น การใช้จ่ายผ่านบัตรกับธุรกรรมบนโลกออนไลน์ การสะสมคะแนนเพื่อแลกรับรางวัล เป็นต้น รวมถึงมีบริการสมัครบัตรเดบิตทางช่องทางออนไลน์และบริการจัดส่งเพื่อสนองข้อจำกัดของเวลาหรือชีวิตอันเร่งรีบของผู้คนวัยรุ่นที่ชอบความรวดเร็ว หรือการเลือกโลเคชั่นร้านค้าที่สามารถใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น เช่น ร้านค้าในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยที่พบว่าธนาคารเจ้าของบัตรที่มีชื่อเสียงและเชื่อถือได้เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากเช่นกัน รองลงมา ได้แก่ พิจารณาจากความสวยงามของการออกแบบบัตรเดบิต พิจารณาจากความสามารถของบัตรเดบิตที่สามารถใช้แทนเงินสด พิจารณาจากการใช้บริการบัตรเดบิตในการชำระสินค้าและบริการ พิจารณาจากความปลอดภัยของการใช้บริการบัตรเดบิต พิจารณาจากการทำธุรกรรมในต่างประเทศ ตามลำดับ ดังนั้น การที่ผู้ใช้บริการจะทำการเลือกใช้บัตรเดบิต จะขึ้นอยู่กับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารเจ้าของบัตร จึงควรให้ความสำคัญกับประเด็นนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพมุมกว้างเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเดบิตของประชากรในเขตสาทร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ไม่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นบัตรเดบิตประเภทใด ซึ่งในวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้ตัวแปรที่เป็นประเภทบัตรเดบิต ได้แก่ บัตรเดบิตที่ใช้ในการท่องเที่ยว บัตรเดบิตสำหรับประกันสุขภาพ เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญบัตรเดบิตประเภทใดมากที่สุด เพื่อให้ผู้ประกอบการนำมาใช้พิจารณาว่าควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใดมากที่สุดเช่นกัน

2. ควรทำการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น โดยทำการศึกษาและวิจัยผู้ใช้บริการที่อาศัยนอกเหนือจากเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีเป็นเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่างๆ เช่น ภาคเหนือ คือจังหวัดเชียงใหม่ ภาคใต้ คือ สงขลาหรือภูเก็ต ภาค

ตะวันออก คือ จังหวัดชลบุรีหรือระยอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ นครราชสีมาหรือขอนแก่น ซึ่งจะทำให้ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกันจากทุกแหล่งข้อมูล เพื่อเป็นประโยชน์ในการต่อขอดหรือตัดสินใจลงทุนของผู้ประกอบกิจการในภูมิภาคนั้นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก จิตร์เพิ่มและคณะ. (2566). แนวทางการรักษาฐานลูกค้าบัตรเดบิตที่มีประกันของธนาคารออมสินเขตปราจีนบุรี. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 18 ปีการศึกษา 2566*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กฤษลักษณ์ ชุ่มดอกไพร. (2564). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์การค้า ดองกิมอลล์ ทองหล่อ. *(สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การพัฒนาระบบสถิติในประเทศไทย. (2545). *สถานภาพสมรส*. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2567 จาก https://statstd.nso.go.th/definition/projectdetail.aspx

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2551). *คู่มือสู่องค์การแห่งความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2551). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พริ้นท์.

ทัตเทพ พบครุฑ. (2565). ปัจจัยการซื้อสภาวะในอุดมคติมีอิทธิพลต่อส่วนประสมการตลาดของบ้านจัดสรรราคาระดับ Main Class ในเขตจังหวัดชลบุรี. *สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธนาคารทีเอ็มบีธนชาต. (2564). *ttb all free ตอกย้ำบัญชีคุ้มค่ากว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ยังคงให้ฟรี! ประกันอุบัติเหตุสูงสุด 3,000 บาท/อุบัติเหตุ*. ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2567 จาก https://techsauce.co/pr-news/ttb-launch-ttb-all-free

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *สถิติผู้ใช้บัตรเดบิตในเขตสาทร*. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2567 จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBST

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *เศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับอนาคตของภาคธุรกิจไทย*. ค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567 จาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *PS_PT_006 จำนวนบัตรพลาสติก*. ค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567 จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *ปริมาณบัตรเดบิต*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2567, จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=685&language=TH

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2543). *บัตรเดบิต*. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2567, จาก https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=685&language=TH

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.