

ทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
เมษายน 2555

ทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

เมษายน 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
เมษายน 2555

นิรุทธิ์ กอบชัยกรรม. (2555). *ทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การหาความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด การทดสอบความสัมพันธ์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย
2. ทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ในเรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม สิทธิพิเศษจากบัตร รูปลักษณ์บัตร วงเงินในการใช้บริการต่อวัน ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง และมีทัศนคติความคิดเห็นในระดับดี ในเรื่อง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ
3. ผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ย โดยเฉลี่ย 17 ครั้ง ต่อ 3 เดือน มีจำนวนเงินที่ทำรายการ โดยเฉลี่ยต่อ 3 เดือน ประมาณ 206,316.25 บาท มีระยะเวลาการถือครองบัตรเดบิต K-MAX โดยเฉลี่ยประมาณ 1.13 ปี ถ้าบัตรเดบิต K-MAX หมดอายุผู้บริการมีความประสงค์จะใช้บริการต่อ ไม่มีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนประเภทบัตรอย่างแน่นอน การใช้บริการอยู่ในช่วงเวลาที่ไม่นานและไม่มีการใช้บริการบัตรเดบิตที่มีประกันอุบัติเหตุจากธนาคารอื่น
4. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก และเห็นว่ามีความคุ้มค่าในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในด้านความถี่ของการใช้บริการ และ จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย ต่อ 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ทศนคติ ในเรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย วงเงินในการใช้บริการต่อวัน ในการเบิกถอนเงินสด ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ทศนคติ ในเรื่องความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม และความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

3. ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ATTITUDE BEHAVIOR AND SATISFACTION OF K-MAX DEBIT CARDS USERS OF
KASIKORN BANK PUBLIC COMPANY LIMITED IN BANGKOK



Presented in fulfilment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
April 2012

Niroot Gobchaiyagum (2012). *Attitude, Behavior and Satisfaction of the Kasikorn Bank (PCL) K-Max Debit Cardholders in the Bangkok Metropolitan area*. Master's Project. M.B.A (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Dr.Varintra Sirisuthikul.

This research is aimed to study the personal characteristic, Attitude, and Satisfaction of the Kasikorn Bank (PCL) K-Max Debit Cardholders resulting in the using behavior of K-Max Debit Cardholders in the Bangkok Metropolitan Area totaling 400 people. Questionnaire was used as the research tool for data collection. Statistics used to analyze the collected data were percentage, median, and standard deviation. For differential analysis, One-way ANOVA (Analysis of Variance), LSD (Least-significance Different), Relation Testing by Pearson product-moment correlation coefficient were used.

The Findings of Data Analysis

1. Personal characteristic of the cardholders is mostly female, age between 26 and 35 years old holding the education degree of undergraduate, Single and being employed as private office worker with the average income of over 35000 baht.
2. The attitude of the Kasikorn Bank K-MAX Debit Cardholders towards the subject of ATM location, Card Privilege, Card Design, Amount Allowance per Day, Liability, Security System, K-MAX Debit Card Participating Merchants and Insurance Benefit are rated Good score. For the attitude towards Annual Fee and Transaction Fee are rated Excellent score.
3. The Kasikorn Bank K-MAX Debit Cardholders has averagely used the card 17 times / 3 months with the transaction amount of approximately 206,316.25 / 3 months. K-max Debit Card holding period is in the average of 1.13 years. Should the K-MAX Debit Card is expired, change of the card type is never intended. Timing for service use is in uncertain period. Debit Card with the insurance for another bank is not used by the sample group.
4. The overall satisfaction of the cardholders for the use of K-MAX Debit Card is rated Excellent and deem the card as being valued to use.

The Findings of Hypotheses Testing

1. The cardholders who have difference in age, marital status, education level, occupation, and monthly income have difference in the using behavior of Kasikorn K-MAX Debit Card in the Bangkok Metropolitan Area in the subject of Service Use Frequency and the average transaction amount per 3 months at the statistically significance level of 0.01

2. Attitude towards Card Design, Size, Color, Trend, Daily Allowance Withdrawn Amount, Insurance Benefits, Annual Fee, Transaction Fee is correlated to the using behavior of Kasikorn K-MAX Debit Card in the Bangkok Metropolitan Area in the subject of Service Use Frequency and the average transaction amount per 3 months at the statistically significance level of 0.05 with the low level and in same direction of relationship.

3. Attitude towards ATM Location and the service to K-MAX Debit Card participating merchant is correlated to the using behavior of Kasikorn K-MAX Debit Card in the Bangkok Metropolitan Area in the subject of Service Use Frequency and the average transaction amount per 3 months at the statistically significance level of 0.05 with the low level and in same direction of relationship.

4. The overall satisfaction in not correlated to the using behaviour of Kasikorn K-MAX Debit Card in the Bangkok Metropolitan Area at the statistically significance level of 0.05

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และ
คณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด และความพึงพอใจที่มีต่อ
พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์โคโตซานในภาคการเกษตร ของ พิชญาภัค บุญจันทร์ ฉบับนี้แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

คณะกรรมการสอบ

.....
(อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล)

ประธาน

.....
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุดตา)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กรรมการสอบสาร

นิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. ณ์ักษ์ กุลิษฐ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่..... เดือน เมษายน พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความกรุณาจากท่าน ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำวิจัย ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง รวมถึงความกรุณาจากคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันเป็นพื้นฐานสำคัญ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีมีประโยชน์แก่ผู้วิจัย จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ที่ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม ได้ช่วยแก้ไขเครื่องมือในงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยเข้าศึกษา และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้ความรู้ในชั้นเรียน และในการจัดทำสารนิพนธ์

นอกจากนี้ขอขอบคุณ คุณทวีชัย วรสง่าศิลป์ ผู้จัดการเขต 6 บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อนุญาตให้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยในเรื่องนี้ และขอขอบคุณ คุณชัชวาล แสงอร่าม และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในด้านการเก็บข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการแจกแบบสอบถาม นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการ Ex-MBA และเพื่อน ๆ Ex-MBA รุ่น 10 สาขาการตลาดทุกคน

คุณความดี และประโยชน์อันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้มารดา และบิดา รวมถึงนางสาวพิชญากัด บุญจันทร์ เพื่อนที่ดี ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และปลุกฝังคุณงามความดี ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานสำคัญ ทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ท้ายสุดผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือในการจัดทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นิรุทธิ์ กอบชัยกรรม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย.....	2
ความสำคัญของงานวิจัย.....	2
ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	51
แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา.....	51
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	51
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	53
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
ตอนที่ 1.....	68
ตอนที่ 2.....	72

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ตอนที่ 3.....	73
ตอนที่ 4.....	76
ตอนที่ 5.....	77
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	110
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	110
สมมติฐานในการวิจัย.....	110
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	112
การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล.....	113
สรุปผลการวิจัย.....	114
อภิปรายผล.....	121
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	126
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	128
บรรณานุกรม	129

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	133
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	134
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	139
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	141
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	143



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จุดเด่นของบัตรเดบิต K-MAX.....	32
2 แสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
3 แสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมทั่วไปที่จัดกลุ่มใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	71
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
5 บริการ บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้	73
6 รายการเฉลี่ยบาท ต่อ 3 เดือน..... แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนเงินที่ทำ	74
7 ครองบัตร เดบิต K-MAX..... ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต	74
8 K-MAX.....	74
9 จำนวน และ ค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	75
10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	76
11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	78
12 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ.....	80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

13	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาท ต่อ 3 เดือนจำแนกตามอายุ.....	78
14	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	81
15	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน.....	83
16	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน จำแนกตามสถานภาพ.....	85
17	การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา.....	87
18	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	88

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

19	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	89
20	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน.....	90
21	การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพ.....	91
22	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้านจำนวนเงินที่ทำ รายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือนจำแนกตามระดับอาชีพ.....	92
23	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	93
24	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวน เงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน.....	94
25	การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้ต่อเดือน.....	96
26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้าน จำนวนเงินที่ทำ รายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือนจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน.....	96

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

27	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	97
28	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาทต่อ 3 เดือน.....	98
29	แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX.....	100
30	แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยบาท ต่อ 3 เดือน.....	103
31	แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการ ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	106
32	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	107

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 พฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) [Model of buyer (Consumer) behavior].....	16
3 แสดงโมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Five-stage model of the consumer buying process).....	19
4 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์.....	28
5 ภาพตัวอย่างบัตรเดบิต K- Max ของธนาคารกสิกรไทย.....	31
6 ภาพประกอบรายการส่งเสริมการขายและสิทธิพิเศษ.....	43

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธนาคารกสิกรไทยได้ขยายสาขาการให้บริการอย่างรวดเร็วและมีการนำเอาเทคโนโลยีต่างๆมาใช้ โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ มีการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น การนำเสนอการบริการอิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า พร้อมกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญมาก

จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ประกอบกับความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ธนาคารพาณิชย์ได้เปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันและบริการมากขึ้น หลังจากที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งและวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ ลูกค้าบุคคลได้มีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ลูกค้ารายบุคคล กลายเป็นเป้าหมายสำคัญที่ธุรกิจธนาคารยุคใหม่ได้เร่งหากลยุทธ์ทางการตลาดหลายหลากมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาใช้เจาะตลาดกลุ่มเป้าหมาย และหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายบุคคล ก็คือ บัตรเดบิต K-MAX บัตรเดบิตที่มีการคุ้มครองอุบัติเหตุ

จากบัตรเอทีเอ็ม ได้พัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นจากการทำธุรกรรมเบิกถอนเงินจากตู้เอทีเอ็ม มาเป็นการทำธุรกรรมหลายประเภท ซึ่งบัตรเดบิตคือนวัตกรรมที่สามารถทำธุรกรรมได้ครอบคลุมกว่า และได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น

จำนวนเงินที่มูลค่าเฉลี่ยเกือบ 5,000 ล้านบาทต่อปีในระยะ 12 ปีทำให้ธนาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญในกลุ่มผลิตภัณฑ์บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตมากยิ่งขึ้น ธนาคารพาณิชย์ ได้ออกผลิตภัณฑ์บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ในภาวะเศรษฐกิจที่การแข่งขันรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษา ทศนคติ และความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และปัจจัยเหล่านั้นมีความสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อให้ธนาคารนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย

ในการประกอบธุรกิจปัจจุบันการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ปัจจัยไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการต้องออกผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นหลัก ถ้าผู้ประกอบการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้ตรงประเด็น ได้เร็ว ผู้ประกอบการก็ได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ ระบุลักษณะนิสัยทัศนคติ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย วงเงินในการใช้บริการ ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ความสะดวกของสถานที่ตั้งตู้เอทีเอ็ม ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตร และสิทธิพิเศษจากบัตรที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของงานวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้แก่ธนาคาร โดยจะนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดในธุรกิจธนาคาร

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาวิจัยนี้ จะมุ่งศึกษาทัศนคติ และความพึงพอใจ ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่เคยใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย อย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้ให้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย อย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งมีจำนวนสาขาทั้งหมด 137 สาขา จึงทำการเลือกเฉพาะสาขาที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก 4 สาขา ได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาสยามพารากอน สาขาหลานหลวง สาขาเทเวศน์ (สถิติสำนักงานเครือข่ายการขยายและบริการเขต 6 เทเวศน์ 2553) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุได้ว่ามีจำนวนประชากรเท่าใด ผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยอาศัยสูตร กรณิไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี (2547 : 104) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน สำรองไว้ 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการหาตัวอย่างจากผู้ให้บริการ ที่เข้ามาใช้บริการสาขาของธนาคารกสิกรไทย อันได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาสยามพารากอน สาขาเทเวศน์ สาขาหลานหลวง ซึ่งเป็นสาขาที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ โคต้าโดย แบ่งออกเป็น 4 สาขา ได้แก่

2.1 สาขานางเลิ้ง	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.2 สาขาสยามพารากอน	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.3 สาขาเทเวศน์	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.4 สาขาหลานหลวง	จำนวน	<u>100</u>	ตัวอย่าง
รวมทั้งหมด		<u>400</u>	ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีแบบสะดวก (convenience sampling) โดยเลือกจากผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์บัตรเดบิต K-MAX ของบมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 16 ปี – 25 ปี

1.1.2.2 26 ปี – 35 ปี

1.1.2.3 36 ปี – 45 ปี

1.1.2.4 46 ปี – 55 ปี

1.1.2.5 56 ปี – 65 ปี

1.1.3 สถานภาพสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน/นักศึกษา

1.1.5.2 ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ

1.1.5.3 พ่อบ้าน/แม่บ้าน

1.1.5.4 พนักงานบริษัทเอกชน

1.1.5.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.6 ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

- 1.1.6.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- 1.1.6.2 15,001 – 25,000 บาท
- 1.1.6.3 25,001 – 35,000 บาท
- 1.1.6.4 มากกว่า 35,000 ขึ้นไป

1.2 ทักษะของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่

- 1.2.1 รูปลักษณ์
- 1.2.2 ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย
- 1.2.3 วงเงินในการใช้บริการ
- 1.2.4 ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง
- 1.2.5 ความเหมาะสมค่าธรรมเนียมรายปี
- 1.2.6 ความเหมาะสมค่าธรรมเนียมในการทำรายการ
- 1.2.7 ความสะดวกของสถานที่ตั้งตู้เอทีเอ็ม
- 1.2.8 ความสะดวกในการบริการร้านค้ารับบัตร
- 1.2.9 สิทธิพิเศษจากบัตร

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

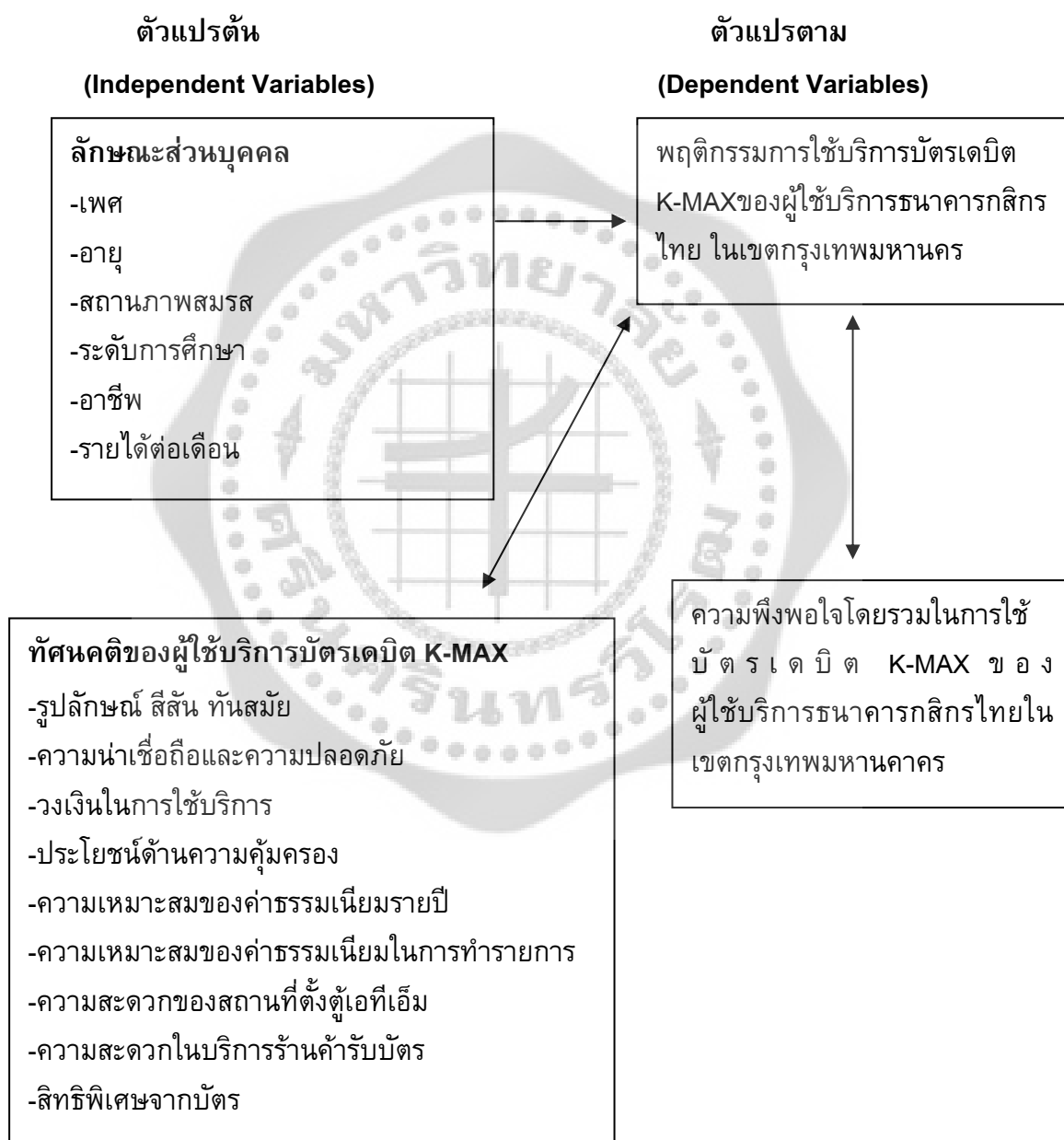
- 2.1 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.2 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. บัตรเดบิต **K-MAX** (อังกฤษ: K-MAX DEBIT CARD) หมายถึง บัตรที่ได้รับการรับรองโดยธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ออกให้ ใช้ทำธุรกรรมบนเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (อังกฤษ: Automatic teller machine ATM หรือ เอทีเอ็ม) สามารถใช้ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสาธารณูปโภค หรือแก้ไขข้อมูลบัญชีที่ผูกอยู่กับบัตรเอทีเอ็มใบนั้น ในขณะเดียวกันก็อาจใช้จ่ายแทนเงินสดเรียกว่าบัตรเดบิต ซึ่งเมื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เงินจะถูกหักออกจากบัญชีโดยตรงแล้วยังเพิ่มการคุ้มครองอุบัติเหตุ การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทุพพลภาพสิ้นเชิงจากอุบัติเหตุทั่วไป
3. ทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัตรเดบิต **K-MAX** ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคในการใช้บริการบัตรเดบิต **K-MAX** ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย ระยะเวลาในการถือครองบัตร ความประสงค์ในการใช้บริการต่อเมื่อบัตรหมดอายุ ความประสงค์ในการเปลี่ยนประเภทบัตรเมื่อบัตรหมดอายุหรือสูญหาย ช่วงเวลาในการใช้บริการ การใช้บริการบัตรเดบิตประเภทเดียวกันจากธนาคารอื่น
5. พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต **K-MAX** หมายถึง การใช้บัตรเดบิต **K-MAX** ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม ใช้ฝาก ถอน โอน ชำระค่าสาธารณูปโภค หรือแก้ไขข้อมูลบัญชีที่ผูกอยู่กับบัตรเอทีเอ็มใบนั้น ในขณะเดียวกันก็อาจใช้จ่ายแทนเงินสดเรียกว่าบัตรเดบิต ซึ่งเมื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เงินจะถูกหักออกจากบัญชีโดยตรงแล้วยังเพิ่มการคุ้มครองอุบัติเหตุ การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทุพพลภาพสิ้นเชิงจากอุบัติเหตุทั่วไป รวมถึงบริการเสริมที่มี
6. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการภายหลังการใช้บัตรเดบิต **K-MAX** ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
7. ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่ใช้บริการบัตรเดบิต **K-MAX** ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. ทศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ซึ่งได้แก่ รูปลักษณ์, ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย, วงเงินในการใช้บริการ, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการที่ตู้ ATM, ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม, ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตร, และสิทธิพิเศษจากบัตร, มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการวิจัย ซึ่งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมี ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
5. ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2538:41-42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน นักการตลาดควรต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่สตรีทำงานมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัว เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้น และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ที่ตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมากนักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้ รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่างๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันมากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพพร้อมกัน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542:38-39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องของอายุด้วย

2. เพศ จำนวนสตรี ที่ทำงานนอกบ้านเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นักการตลาดต้องคำนึงว่าปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้วมาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้น บทบาทของสตรีและบุรุษมีบางส่วนที่ซ้ำกัน

3. วงจรชีวิตของครอบครัว ขั้นตอนแต่ละขั้นของวงจรชีวิตของครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตของครอบครัวแบ่งออกเป็น 9 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนนี้จะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน

4. การศึกษาและรายได้ การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้เป็นอย่างมาก การรู้ว่าอะไรเกิดขึ้นกับการศึกษาและรายได้เป็นสิ่งสำคัญเพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมี

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกของความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งประเมินผลออกมาในลักษณะของความชอบ หรือไม่ชอบ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในสิ่งต่าง ๆ

นักจิตวิทยาหรือนักวิชาการหลายท่านจึงได้กำหนดความหมายที่เกี่ยวกับทัศนคติไว้มากมาย ที่แตกต่างกันตามความเชื่อและทฤษฎีแต่ละท่านดังต่อไปนี้

ฌอร์ และ คอสแตนโซ (Shaw; & Costanzo. 1982: 253) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวความคิด และการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ บุคคลทั้งหลายต่างมีทัศนคติต่อสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้ (Theory of Social Psychology. 1982: 253)

โบวี ฮุสตัน และ ทริล (Bovee, Houston; & Thrill. 1995: 121) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive) หรือความโน้มเอียงในด้านลบ (Negative inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติมีความสำคัญมากต่อการตลาด เพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อ และการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 106) ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman; & Kanuk. 1994: 657) หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พิจารณาหรือไม่พิจารณาต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman; & Kanuk. 1994: 657) กล่าวว่า ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พิจารณาหรือไม่พิจารณาต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2542 : 44) กล่าวว่า ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิด และพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีหลายคำ เช่น ทศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบเราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive → attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative → attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ก. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

ข. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้ และทัศนคติแล้ว ก็ จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถามหรือการลงความเห็นจากพฤติกรรม กระบวนการของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การ จัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือ และความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ลักษณะทัศนคติมีดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือ แนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของการใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลาง หรือผู้ค้าปลีก

2. ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งความหมายว่าทัศนคติเกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจาก บุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่า ในขณะที่ ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมายไม่ตรงกับคำว่าพฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการ ประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อ พฤติกรรมเฉพาะอย่าง หรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitudes have consistency) ลักษณะของทัศนคติก็ คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้อง ถาวร สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมอรรถยนต์เยอรมันว่า เป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มอรรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามี คุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกมอรรถยนต์เยอรมัน ถ้า ผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อมอรรถยนต์ญี่ปุ่น

4. ทักษะเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation) ทักษะเกิดขึ้นภายใน เหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับ สถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภค แตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี และแนวคิดด้านทัศนคติของผู้บริโภคมาใช้ในการ อธิบายเปรียบเทียบกรอบทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในส่วนของทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัตรเดบิต K-MAX ทัศนคติทางด้าน คุณภาพการให้บริการ โดยสามารถวิเคราะห์ได้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม ในการใช้

3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 3) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการโดย คาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman; & kanuk. 1994: 7)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542: 5) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็น ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการให้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2540: 31) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นใน ความหมายที่ถูกต้องมิใช่หมายถึง การบริโภค (Consumption) แต่เป็นการศึกษาถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค เน้นตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญและที่ถูกต้องแล้วการซื้อเป็นเพียงจุดหนึ่งของ กระบวนการตัดสินใจ ละไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้าทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเอง หรือการบริโภคโดยสมาชิกคนอื่น ๆ ในครอบครัว ซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้ซื้อแทนให้ การซื้อแทน นั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้บริโภคอีกต่อหนึ่ง

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544: 54) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมของผู้บริโภค นั้น หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่ง

รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำซึ่งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนนั้น หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคในขณะใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติ และค่านิยม

โมเวน และไมเนอร์ (ดารา ที่ปะปาล. 2542: 3; อ้างอิงจาก Mowen; & Minor. 1998. *Consumer Behavior*. P.5) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ (Buying units) และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้มา การบริโภค และการจำกัด อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพ และความคิด

โบวี ฮุสตัน และทิล (Bovee, Houston; & Thill. 1995: 108) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็นพฤติกรรมที่ประกอบด้วย การกระทำทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ การใช้และการกำจัดสินค้า และบริการ จากความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรม ผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาปฏิกิริยาในการคิด การเลือก การใช้ การประเมินในสินค้า และบริการจนสามารถตอบสนองความต้องการได้

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะถึงความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิดหรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจคำตอบที่ได้จะช่วยให้การตัดสินใจสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

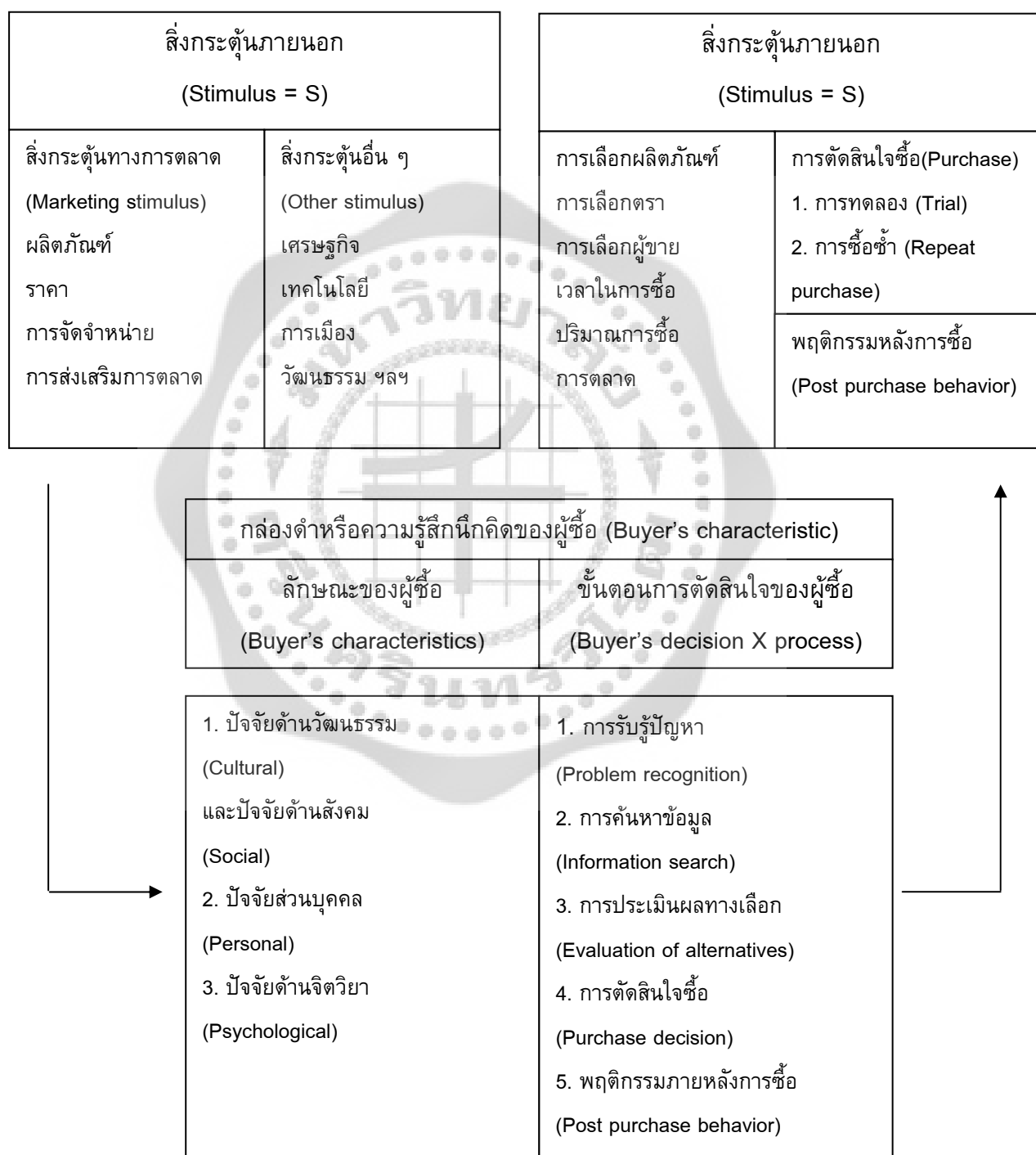
คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย

- | | | |
|-----------------------------------|--------|---------------------------------|
| 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย | (Who) | Who is the target market ? |
| 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร | (What) | What does the consumer buy? |
| 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ | (Why) | Why does the consumer buy? |
| 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ | (Who) | Who participates in the buying? |
| 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด | (When) | When does the consumer buy? |

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) Where does the consumer buy?

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) How does the consumer buy?

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค



ภาพประกอบ 2 พฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) [Model of buyer (Consumer) behavior]

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2546) หน้า.198 (อ้างอิงจาก Kotler. (2003) p 184.

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior mode) มีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น(Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ(Buyer's black box)เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ(Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) อาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของ MNGให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตลอดเวลา

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่นทำเลที่ตั้งของร้าน MNG มีความสะดวก มีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น ความก้าวหน้าและทันสมัยของเทคโนโลยีที่นำมาช่วยผลิตผลิตภัณฑ์ตราสินค้า MNG

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น การลดอัตราภาษีเรียกเก็บภาษีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น วัฒนธรรมนิยมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถที่จะทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม

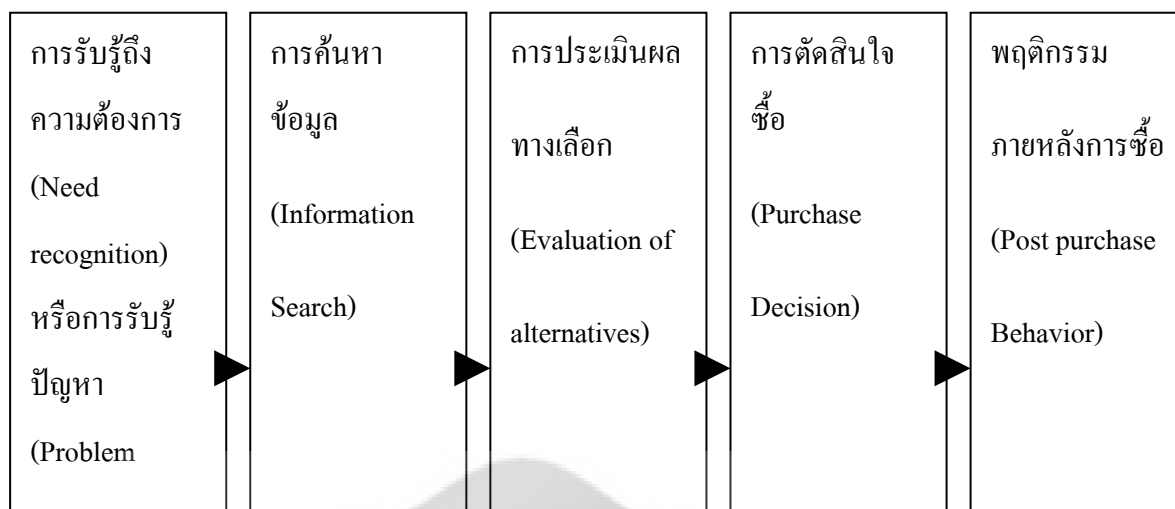
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นดังนี้

- 3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)
- 3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)
- 3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)
- 3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)
- 3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 แสดงโมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Five-stage model of the consumer buying process)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 220.

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอกสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะรู้ว่าตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้ถูกสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือ ผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น เช่น ผู้บริโภค ต้องการเสื้อผ้ารูปแบบที่ทันสมัยตรงกับยุคปัจจุบันก็จะพยายามค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ว่ามีวิธีอย่างไรบ้าง แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคประกอบด้วย แหล่งบุคคล (Personal sources) แหล่งการค้า (Commercial sources) แหล่งประสบการณ์ (Experiential sources) แหล่งชุมชน (Public sources) แหล่งทดลอง (Experimental sources)

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูล ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ จากแหล่งการค้า โดยกระบวนการ ประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product attributes)

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการประเมินผลพฤติกรรม การประเมินผลทางเลือกช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็น ทางเลือกโดยทั่วๆ ไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่าง การตัดสินใจซื้อ คือทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of others) ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated situational factors) และ ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated situational factors)

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังการซื้อและทดลอง ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์ ถ้า พอดีก็เกิดการซื้อซ้ำ และบอกต่อๆ กันไป หากไม่พอใจในผลิตภัณฑ์อาจจะหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าอื่น ๆ และบอกกล่าวในตราสินค้าเราในแง่ลบ

การนำทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมาใช้ เนื่องจากผู้วิจัย เห็นว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งของผู้บริโภคนั้น ย่อมจะเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เข้า มากระทบผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการตัดสินใจซื้อมาทำแบบสอบถามเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการ ตัดสินใจของผู้บริโภคได้มากขึ้น

4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 577) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง สนใจ ชอบ เหมาะ

ความพึงพอใจตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยา (สมพร ตั้งสะสม. 2537: 18; อ้างอิงจาก Chaplin. 1968: 437) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการ ตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการจากสถานบริการ

โวลแมน (Wolman. 1973: 478) ได้ให้ความหมายว่า มีความรู้สึก (Feeling) ที่มีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goal) ความต้องการ (Wants) หรือ แรงจูงใจ (Motivation)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 36) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลเมื่อได้รับความสุขหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวังในผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการพอดีกับความคาดหวังของลูกค้านั้นจะเกิดความพึงพอใจ

วรูม (Vroom.1964: 27) กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น สำหรับทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพอใจในสิ่งนั้นและทักษะด้านลบแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

ทอฟฟิน; และแมคคอร์มิก (Tiffin; & McCormic.1965: 63) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (Wolman.1973: 384) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือ แรงจูงใจ (Motivation)

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542: 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกด้านทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ แต่เป็นเพียงปฏิกิริยา ด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

หลุยส์ จาปาเทส (2533: 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ใต้บรรทัดเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

วิมลสิทธิ์ หยางกูร (อติเรก พงษ์กายี. 2540: 14; อ้างอิงจาก วิมลสิทธิ์ หยางกูร. 2526: 74) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนที่มีความสัมพันธ์กับระบบโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของคนที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะต่างกัน เช่น ความรู้สึกดี – เลว พอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น

ดิเรก ฤกษ์หรรษา (สมพร ตั้งสะสม. 2537: 19; อ้างอิงจาก Direk. 1972: 35) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

จำรัส มาศวรรณ (2538: 5) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปได้ว่า เป็นความรู้สึกรักชอบ ประทับใจหรือทัศนคติที่มีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งถ้ามีความพึงพอใจต่อสิ่งใดแล้วก็จะมีผลให้อุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อที่จะทำในสิ่งนั้น ๆ

ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์ (2542: 10) ได้สรุปความหมาย ความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่า ว่าเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบหรือไม่มีทิศทาง

ไมตรี วิไลกิจ (2539: 8) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจโดยสรุปไว้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาณค่า โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

มอร์ส (Morse. 1953: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ความตึงเครียดมีมากจะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้ เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการสนองก็จะทำให้เกิดความพอใจอุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาที่จะกระทำในกิจกรรมนั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ (2541: 44 - 48) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างมูลค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นวิธีการที่จะติดตามวัดและค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้าซึ่งสิ่งนี้จะมีผลกำไรของบริษัทลดลง
2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรโดยการผลิตลงทุน หรือการวิจัย วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ด้วยวิธีการดังนี้
 - 2.1 ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ
 - 2.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
 - 2.3 การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย
 - 2.4 การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป

คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความหวังของลูกค้า (Kotler.2000: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะมีไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจมาก

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาดและจากข้อมูลคู่แข่ง เป็นต้น ถ้านักการตลาดนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริง และเมื่อผู้บริโภคพบการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ (การทำงานของผลิตภัณฑ์) ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมกับลูกค้า (Total Customer Satisfaction) ตัวอย่างบริษัท Compaq มีการรับประกันการทำงานและอุปกรณ์ประกอบของเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นระยะเวลา 3 ปี สิ่งสำคัญประการหนึ่งก็คือ นักการตลาดจะต้องค้นหาและวัดความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept)

ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั้นเอง

ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ (Product Competitive Differentiation) เป็นการออกแบบลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความแตกต่างนั้นจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความแตกต่างทางการแข่งขันจะประกอบด้วย

1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
2. ความแตกต่างด้านบริการ (Services Differentiation)
3. ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation)
4. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)
5. ความแตกต่างเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer Added Value)

คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า (Total Customer Value) เป็นการรับรู้ในรูปของตัวเงินทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่ และผลประโยชน์ทางด้านจิตวิทยาที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากตลาด (Kotler. 2000: 60) หรือเป็นผลรวมของผลประโยชน์หรืออรรถประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าผลิตภัณฑ์พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากรและความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ความแตกต่างทั้งสี่ด้านนี้ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน เช่นกัน คือ คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) คุณค่าด้านบริการ (Service Value) คุณค่าด้านบุคลากร (Personal Value) และคุณค่าด้านภาพลักษณ์ (Image Value) คุณค่าทั้ง 4 ประการรวมเรียกว่า คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า

4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

จากพจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” คือ สมใจ ชอบใจ ส่วน “ความพึงพอใจ” หรือ “ความพอใจ” ความพึงพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (มสธ.). 2548: 19)

จากความหมายข้างต้นจึงพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือได้รับมากกว่าที่คาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น

ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้บริโภค ตามแนวคิดของนักการตลาด ได้ให้ความหมายเป็น 2 อย่าง คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การหนึ่ง
2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่าความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ

หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2548: 19)

โอลิเวอร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2548: 19; อ้างอิงจาก Oliver. 1980: 460-469) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้บริโภคต่อการบริการซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2548: 27-28)

1. ผลิตภัณฑ์/บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์สนองตามความต้องการของลูกค้า วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับ ราคาบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ

3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของบริการไปในทางบวก

5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค จะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม การให้สีสรรค์ตลอดจนการจัดสรร ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

7. กระบวนการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการนำระบบการทำงานที่มีคุณภาพและถูกต้อง ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (จิตตินันท์ เตชะคุปต์. 2543: 19-20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคไว้ว่า ภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกัน

ข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจจากการศึกษา พอจะสรุปได้มีทฤษฎีที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ทฤษฎีของวรูม (Vroom's Theory) สารสำคัญมีดังนี้

1.1 บุคคลจะถูกกระตุ้นให้ทำอะไรนั้นเกิดจาก สิ่งที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ หรือสนองความต้องการของเขา และความต้องการนั้นเป็นสิ่งของ

1.2 บุคคลจะพึงพอใจในงาน ถ้านงานนั้นเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ การกระตุ้นความพึงพอใจในงาน โดยใช้รางวัลหรือสิ่งตอบแทน จะทำให้คนเกิดความพึงพอใจขึ้น

สรุปแนวคิดของวรูม (Victor H. Vroom, 1964) พบว่า ความพึงพอใจเกิดจากความพึงพอใจของเขากับการกระทำของงานที่เขาทำอยู่ ดังนั้นตัวการกระทำ (Performance) เป็นตัวกำหนดความพึงพอใจในงานได้

2. ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need hierarchy)

สรุปว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนั้นจะมีตลอดไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งความต้องการนี้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์จำเป็นต้องหาทางตอบสนองเพื่อความอยู่รอดต่อไป เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ที่เป็นปัจจัยสี่ เป็นต้น

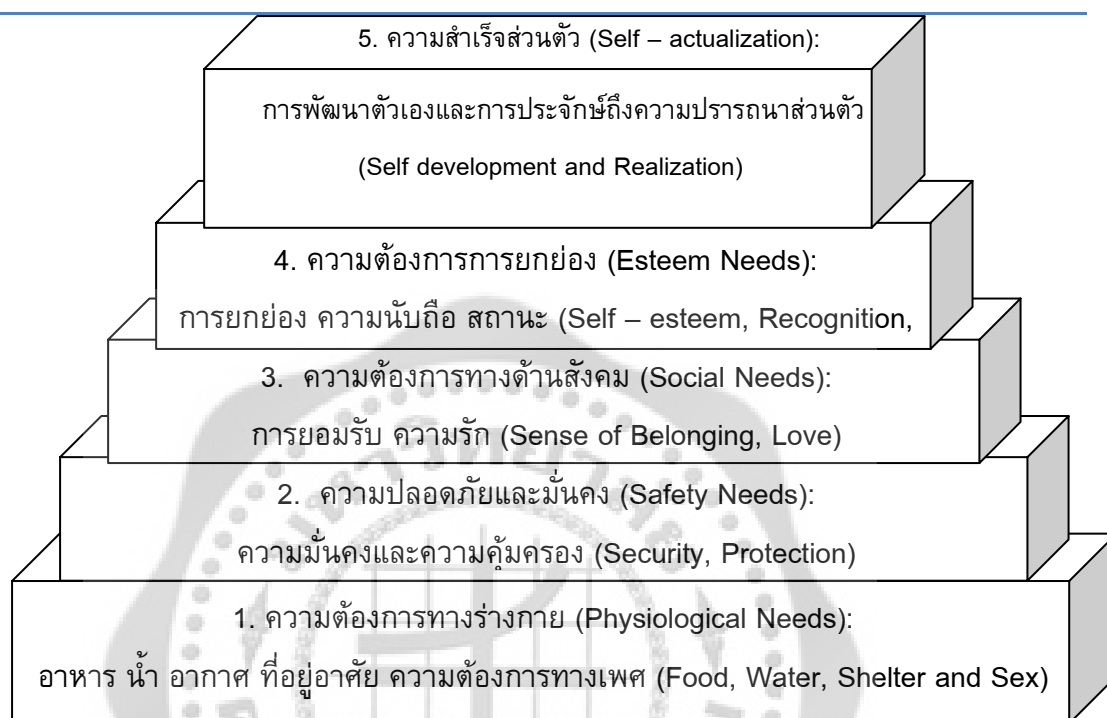
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security Needs) เป็นความต้องการที่ปรารถนาที่จะให้ตัวเองได้รับการปกป้องพิทักษ์เพื่อให้ความปลอดภัยและมั่นคงจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว เช่น การดูแลเอาใจใส่ การให้ความมั่นใจ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้ผู้อื่นและสังคมยอมรับ ร่วมคบหาสมาคมกับผู้อื่น ตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้ผู้อื่นและสังคมยอมรับนับถือยกย่องสรรเสริญว่าตัวเองมีคุณค่า มีความสามารถ มีชื่อเสียง

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นระดับของความต้องการสูงสุด ได้แก่ ความต้องการเจริญเติบโต ความต้องการใช้ความสามารถอย่างเต็มที่

จากทฤษฎีดังกล่าวความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และการดูแลเอาใจใส่ทำให้เกิดความสมหวังซึ่งเป็นความต้องการสูงสุด



ภาพประกอบ 4 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา : Philip Kotler. (1997). *Analysis, Planning, implementation and Control*.

P.185

1.3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ

ยุทธนา ธรรมเจริญ (2538: 55 – 57) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดลำดับความพึงพอใจ นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในแล้ว ยังมีผลกระทบจากปัจจัยภายนอกซึ่งทำให้ต้องเสาะหาข่าวสารเพิ่มเติมอาจสรุปปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ ได้ดังนี้

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) แม้จะรายได้จะเป็นปัจจัยกำหนดความต้องการด้านอาหาร เสื้อผ้า แต่พึงระลึกเสมอว่าอารมณ์ที่ต้องการก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดความพึงพอใจ

2. ความตั้งใจที่จะใช้ (Intended Use) ความกดดันที่ได้รับให้ทำกิจกรรมหนึ่งมากกว่าอีกกิจกรรมหนึ่ง และความพึงพอใจในสินค้า (Assortments)

3. ระดับความจูงใจ (Degree of Motivation) แรงจูงใจ (Motives) มีบทบาทอย่างมากในการกำหนดลำดับความพึงพอใจ สินค้าที่ห่อใด ๆ จะไปรวมอยู่ในรายการจัดลำดับความพึงพอใจ จนกว่าจะมีแรงจูงใจที่มากพอจะกระตุ้นให้รู้สึกได้ว่าตนยังขาดแคลนสินค้าอยู่ ในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง สินค้าแต่ละชนิดแต่ละยี่ห้อ มีผลกระทบซึ่งกันและกัน

4. ประสบการณ์ในสินค้านั้น ๆ (Experience with Product) ประสบการณ์ในอดีตเกี่ยวกับสินค้าจะเป็นสิ่งสำคัญในการวัดความพึงพอใจในปัจจุบัน

5. ราคา (Price) ราคาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความพึงพอใจ เพราะราคามีผลกระทบโดยตรงต่อรายได้ ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกยี่ห้อ และขนาดบรรจุ (Package Size) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินใจนั้นเป็นไปอย่างเร่งด่วน หรือทันทีที่ตนเองพึงพอใจ สำหรับสินค้าที่ห่อใหม่ ๆ แล้ว ถ้าลักษณะเป็นผู้ลดความเสี่ยง (Risk Render) จะซื้อขนาดเล็กมากกว่าขนาดใหญ่ และเพื่อต้องการซื้อครั้งที่ 2 ก็ซื้อขนาดใหญ่ขึ้น หรือซื้อในปริมาณที่มากขึ้นกว่าเดิม

6. ความเป็นเหตุเป็นผลของข่าวสารจากภายนอก (Logic of External Information) การวิเคราะห์ข่าวสารที่ได้รับว่ามีเหตุผลที่เหมาะสม ก็จะมีปฏิกิริยายอมรับข่าวสารนั้น และข่าวสารที่ได้รับมาใหม่นั้นจะถูกนำไปใช้ทบทวนประเมินถึงความต้องการในสินค้านั้นอีกครั้ง และยินดีที่จะซื้อสินค้านั้น ๆ ในทางกลับกัน จะทิ้งและไม่สนใจข่าวสารใด ๆ ที่วิเคราะห์แล้วว่าไม่มีเหตุผลที่เหมาะสมจะใช้อ้างอิง

7. การได้รับความสนับสนุนความคิดจากกลุ่มภายนอก (Support for External Group ideas) กฎทั่วไปข้อหนึ่ง คือ ความพึงพอใจมีผลมาจากความคิดที่ได้รับการพิจารณาสนับสนุนจากกลุ่มภายนอก

8. อิทธิพลจากภายนอกทั้งทางตรงและทางอ้อม (Direct and indirect External Influence) ปัจจัยภายนอกจะมีอิทธิพลต่อการจัดลำดับความพึงพอใจทั้งในทางตรงและทางอ้อม ปัจจัยทางตรง คือ ข่าวสารจากแหล่งที่ส่งข่าวสารโดยตรงและปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นเฉพาะหน้า เช่น การรับทราบข่าวสารจากโฆษณาทางโทรทัศน์หรือจากการพูดคุยกับพนักงานขายโดยตรง

1.4 การวัดความพึงพอใจต่อการบริการ

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tool for Tracking and Measuring Customer Satisfaction) คีร์วรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 38 - 43) กล่าวว่า วิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยแนวความคิดทางการตลาดที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้า มีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. วิธีสร้างความพึงพอใจจะทำได้โดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้าซึ่งสิ่งนี้จะมีผลกระทบคือทำให้ผลกำไรของบริษัทลดลง
2. บริษัทต้องสามารถสร้างผลกำไรโดยวิธีหนึ่งวิธีใด เช่น ลงทุนการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้กระทบทั้งรายได้และต้นทุนของบริษัท
3. การเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจคนในบริษัท เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็น การหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของ บริษัท ปัญหาที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์ และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ เช่น มีกล่องรับความ คิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) ในกรณีนี้จะ เป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้มาก คือ การวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้อง เตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้าไม่ค่อยจะสนใจเลือกวิธี แรก ลูกค้าส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปซื้อผู้ขายรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชมให้บริษัท ซึ่งเป็นผล ทำให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามี ดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มี ต่อผลิตภัณฑ์หรือ บริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่ แ่นใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามลูกค้าที่ได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์การบริหารและเสนอแนะ ประเด็นต่าง ๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

2.4 การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product Performance Rating) วิธีนี้จะ ช่วยให้เราทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาด ว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง ขึ้น พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการ

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น

จากทฤษฎีที่กล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือระดับความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และค่านิยมที่ได้รับ โดยการวัดระดับความพึงพอใจจะวัดจากความพึงพอใจของแต่ละบุคคลเปรียบเทียบกับคนรอบข้าง ถ้าได้รับการปฏิบัติที่ไม่แตกต่างจากบุคคลอื่นก็จะรู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าได้รับการปฏิบัติแตกต่างจากบุคคลอื่นก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจ

5. ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย

5.1 K-Max Debit Card



ภาพประกอบ 5 ภาพตัวอย่างบัตรเดบิต K- Max ของธนาคารกสิกรไทย

บัตรเดบิต K-Max Debit Card เป็นบริการบัตร เดบิตกสิกรไทย แบบรับเงินที่ชนิดไม่มีรูป ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิความคุ้มครองการเสียชีวิตหรือทุพพลภาพถาวรโดยสิ้นเชิงตามเงื่อนไขที่กำหนด บัตรเดบิต K-Max Debit Card สามารถใช้ซื้อสินค้าจากร้านค้าที่รับบัตรวีซ่าได้ทั่วโลก ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลที่มีอายุ 16-65 ปี ที่มีบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีกระแสรายวันของธนาคารกสิกรไทย

ตาราง 1 จุดเด่นของบัตรเดบิต K-MAX

ความคุ้มครอง	วงเงินคุ้มครอง
การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทูพพลภาพสิ้นเชิง จากอุบัติเหตุทั่วไป พิจารณาจาก - ความคุ้มครองเบื้องต้น 100,000 บาท - บวกด้วย 10 เท่าของยอดเงินคงเหลือเฉลี่ยของบัญชีที่ผูกกับบัตรในเดือนก่อน - บวกด้วย 10 เท่าของยอดเงินรูดซื้อสินค้าผ่านบัตรทั้งหมดในเดือนก่อน	สูงสุด 200,000 บาท
การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทูพพลภาพสิ้นเชิง จากการถูกฆาตกรรม หรือ ถูกทำร้ายร่างกาย หรือจากการขับขี่/โดยสารรถจักรยานยนต์	30,000 บาท
ค่ารักษาพยาบาลจากอุบัติเหตุไม่จำกัดจำนวนครั้ง	5,000 บาท ต่ออุบัติเหตุแต่ละครั้ง

เงื่อนไขในการรับความคุ้มครอง

1. เฉพาะผู้ถือบัตรที่มีอายุ 16-65 ปี และมีชื่อตรงกับชื่อบัญชีเท่านั้น
2. สงวนสิทธิ์ลูกค้า 1 ท่านต่อการถือบัตร K-Max Debit Card 5 ใบเท่านั้น
3. ความคุ้มครองสิ้นสุดทันทีที่บัตรถูกยกเลิก, บัญชีปิด, ค้างชำระค่าธรรมเนียม และเมื่อมีการจ่ายสินไหม
4. เงื่อนไขอื่นๆ เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร K-Max Debit Card ที่ธนาคารกำหนด

ความสะดวกสบายที่มากกว่า

ชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนเงินสดได้เหมือนบัตรเครดิตสูงสุดถึงวันละ 100,000 บาท ทุกเวลา กว่า 12 ล้านร้านค้าทั่วโลกที่รับบัตร VISA

เบิกถอนเงินสดทันทีได้ทั่วโลกสูงสุดถึงวันละ 200,000 บาท (วงเงินเริ่มต้น 50,000 บาท) ตลอด 24 ชั่วโมง ที่เครื่องเอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย Plus หรือ VISA* ไปไหนใกล้ไกลมีเงินใช้เสมอ

* จำนวนเงินที่สามารถถอนได้สูงสุดในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของธนาคารเจ้าของเครื่องเอทีเอ็ม

โอนเงินไปบัญชีสิกรไทยของใครก็ง่าย ด้วยวงเงินสูงสุดวันละ 1,000,000 บาท (วงเงินเริ่มต้น 200,000 บาท) หรือโอนเงินไปธนาคารไหนก็ได้ที่เครื่องเอทีเอ็มสิกรไทย ด้วยวงเงินสูงสุดถึงวันละ 100,000 บาท (ครั้งละ 30,000 บาท) พร้อมเลือกรับบริการ K-mAlert (บริการรับข้อมูลทางโทรศัพท์มือถือสิกรไทย) ที่แจ้งรายการโอนเงินของคุณส่งตรงถึงโทรศัพท์มือถือผู้รับตามหมายเลขที่คุณต้องการทันที

- ชำระค่าสินค้าหรือบริการได้ทันทีกว่า 600 บริษัท ที่เครื่องเอทีเอ็มสิกรไทย
- เติมนเงินโทรศัพท์มือถือได้ทุกระบบ โดยไม่มีค่าธรรมเนียม
- ฝากเงินได้สบายๆ ที่เครื่องฝากเงินอัตโนมัติของธนาคารสิกรไทย
- ปรับวงเงินถอน โอน ได้ตามความต้องการ ด้วยบริการปรับวงเงินบัตรเอทีเอ็มที่ K-Contact Center (ไม่เกินวงเงินสูงสุดของบัตร)
- ใช้บริการ K-Contact Center 0 2888 8888 และ K-Cyber Banking ให้บริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ความสะดวกที่ได้รับง่ายๆโดยไม่ต้องไปสาขา

อุ่นใจทุกครั้งที่ใช้บัตร

- ไม่ต้องพกเงินสดครั้งละมากๆ เพียงแสดงบัตรก็ซื้อสินค้าหรือบริการแทนเงินสดทันทีที่ร้านค้าที่รับบัตร VISA

- รู้ทุกการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต ด้วย K-mAlert (บริการรับข้อมูลทางโทรศัพท์มือถือ กสิกรไทย) ที่แจ้งรายละเอียดการใช้จ่ายผ่านบัตร เดบิตตรงถึงมือถือคุณ สมัครฟรีที่เครื่อง เอทีเอ็มและ K-Contact Center

- ตรวจสอบการใช้จ่ายผ่านบัตรทั้งวันที่ใช้ ร้านค้า และจำนวนเงินย้อนหลัง 3 เดือน ด้วยบริการพิมพ์ Statement ฟรี ที่เครื่องเอทีเอ็มกสิกรไทย

- ปรับเปลี่ยนวงเงินถอน โอน ช้อสินค้าต่อวัน ได้ตามความต้องการ ด้วยบริการปรับ วงเงินบัตรเดบิตที่ K-Contact Center (ไม่เกินวงเงินสูงสุดของบัตร)

- เปลี่ยนรหัสบัตรเดบิตได้ง่าย และบ่อยตามความต้องการที่เครื่องเอทีเอ็มกสิกรไทย

รายละเอียด

เอกสารประกอบการสมัคร

1. บัตรประจำตัวประชาชน หรือบัตรประจำตัวอื่นๆ ที่มีรูป และออกโดยหน่วยงาน ราชการ

2. สมุดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์

เงื่อนไขการใช้บริการ

1. อายุ 16-65 ปี

2. มีบัญชีออมทรัพย์ และ/หรือบัญชีกระแสรายวันที่เป็นบัญชีบุคคลธรรมดา (เฉพาะบุคคลธรรมดาที่เปิดบัญชีโดยใช้ชื่อบัญชีเงินฝากในนามผู้ฝากคนเดียว และผู้สมัครบัตร ต้องเป็นเจ้าของบัญชี)

**หมายเหตุ: บัญชีเงินฝากร่วม, บัญชี...เพื่อ..., บัญชีร้านค้าโดยชื่อผู้ฝากคนเดียว, บัญชีคณะบุคคล, บัญชีนิติบุคคล ไม่อนุญาตให้ทำบัตร

อัตราค่าธรรมเนียม

ค่าธรรมเนียมแรกเข้า/ทำบัตรทดแทน 150 บาท

ค่าธรรมเนียมรายปี 550 บาท

รายละเอียดและเงื่อนไขการใช้บัตร K-Max Debit Card

ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิตกสิกรไทย

ข้อตกลงนี้ใช้บังคับระหว่าง บมจ.ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ธนาคาร” กับ ผู้ที่ธนาคารอนุมัติให้เป็นสมาชิกบัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ใช้บริการ” โดย ผู้ใช้บริการยินยอมผูกพัน และปฏิบัติตามข้อตกลง และเงื่อนไขการใช้บัตรทุกประการ ดังนี้

ข้อ 1. บัตรเดบิต คือบัตรที่ธนาคารออกให้ผู้ใช้บริการสำหรับซื้อสินค้า ชำระค่าบริการ ต่างๆ ถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี ชำระค่าสาธารณูปโภค ชำระ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และใช้บัตรเดบิตสมัครบริการอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ของธนาคารที่มีอยู่แล้ว ณ ปัจจุบัน และ/หรือที่จะมีต่อไปในภายหน้า โดยผ่านเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) หรือ ผ่านเครื่องให้บริการอื่น ๆ ที่ธนาคารจัดเตรียมไว้ให้ หรือใช้บริการอื่นๆ ที่ธนาคารจะประกาศให้ ทราบเป็นคราว ๆ ไป รวมถึงการใช้บริการผ่านเครื่องมือ และ/หรือผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้บริการได้ด้วย ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขการใช้บริการตามที่ธนาคารประกาศกำหนดสำหรับ บริการนั้น ๆ เช่น บัตรแคชการ์ด, บัตรเฟลิกซ์ (วีซ่า อิเลคตรอน) และให้หมายรวมถึงบัตรอื่นที่ ธนาคารจะออกในภายหน้าไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างไร แต่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกันนี้ หรือบัตร เอทีเอ็มที่จะมีคุณสมบัติเหมือนบัตรเดบิตทุกประการ โดยวิธีหักบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการ เท่านั้น

บัตรเอทีเอ็ม คือบัตรที่ธนาคารออกให้ผู้ใช้บริการสำหรับถอนเงิน โอนเงิน สอบถาม ยอดคงเหลือในบัญชี ชำระค่าสาธารณูปโภค ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยผ่านเครื่องบริการเงินสด อัตโนมัติ (ATM) หรือผ่านเครื่องให้บริการอื่น ๆ ที่ธนาคารจัดเตรียมไว้ให้ หรือใช้บริการอื่นๆ ที่ ธนาคารจะประกาศให้ทราบเป็นคราว ๆ ไป โดยวิธีหักบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการเท่านั้น ซึ่ง ต่อไปนี้หากไม่กล่าวโดยเฉพาะเจาะจงจะรวมเรียกบัตรเดบิต และบัตรเอทีเอ็ม ว่า “บัตร”

ข้อ 2. หลักเกณฑ์และเงื่อนไข

2.1 ธนาคารออกบัตรให้ผู้ใช้บริการสำหรับใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร โดยวิธี หักบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการเท่านั้น และจะมีหมายเลขรหัสประจำบัตร โดยเฉพาะผู้ใช้บริการ เพียงผู้เดียวเท่านั้นที่ทราบรหัสประจำบัตร ผู้ใช้บริการจะต้องใช้หมายเลขรหัสนั้นประกอบการ ใช้บัตรกับเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ทุกครั้ง แต่ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการอาจเปลี่ยนรหัส ประจำบัตรได้ด้วยตัวเอง ตามวิธีการเปลี่ยนรหัสที่ธนาคารกำหนด ผู้ใช้บริการยินยอมผูกพัน ตนเองโดยให้ถือว่าเลขรหัสที่ธนาคารมอบให้ผู้ใช้บริการในแต่ละครั้ง หรือที่ผู้ใช้บริการทำการ เปลี่ยนแปลงเองนั้น เป็นสิ่งใช้แทนเครื่องหมายเฉพาะประจำตัวของผู้ใช้บริการ

2.2 ผู้ใช้บริการไม่สามารถใช้บัตรเดบิตเพื่อซื้อสินค้า หรือชำระค่าบริการต่างๆ โดยการแจ้งหมายเลขรหัสประจำบัตรด้วยวาจา หรือลายลักษณ์อักษรกับร้านค้า หรือสถานที่รับ บัตร

2.3 ผู้ใช้บริการจะถอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันที่ใช้ในการถอนเงินได้เพียง 2 บัญชีเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการถอนทันที หรือการถอนเงินจากการกดปุ่มรายการตามปกติ อย่างไรก็ดี ถ้าการถอนเงินดังกล่าวข้างต้นเป็นการถอนเงินข้ามจังหวัด ผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการถอนเงินข้ามจังหวัดตามอัตราที่ธนาคารกำหนด ทั้งนี้ ค่าธรรมเนียมต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้โดยธนาคารจะประกาศเป็นคราวๆ ไป ณ สำนักงานของธนาคาร

2.4 จำนวนเงินที่ถอนผ่านเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) จะถูกหักบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการภายในวันเดียวกัน

2.5 กรณีใช้บัตรถอนเงินสดจากเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ในต่างประเทศ จำนวนที่เกิดจากการถอนเงินสดในต่างประเทศที่เป็นเงินสกุลของประเทศนั้นๆ จะต้องไม่เกินจำนวนเงินสกุลของต่างประเทศนั้นๆ ตามที่ธนาคารเจ้าของเครื่องบริการอัตโนมัติ (ATM) กำหนด และจะต้องถูกเปลี่ยนมาเป็นสกุลเงินบาท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนตามอัตราขายเงินสกุลนั้นที่ธนาคารและ/หรือ VISA INTERNATIONAL ASSOCIATION กำหนด ณ วันที่มีการถอนเงินนั้น

2.6 ในกรณีที่มีการใช้บัตรเดบิต เพื่อชำระค่าสินค้า และ/หรือค่าบริการกับเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) แล้ว ผู้ใช้บริการยินยอมให้ธนาคารหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการได้ตามกรรมวิธีของเครื่อง และให้ถือว่าการโอนเงินตามกรรมวิธีของเครื่องนั้นเป็นการหักที่ถูกต้อง และมีผลผูกพันผู้ให้บริการโดยสมบูรณ์โดยผู้ให้บริการไม่ต้องความยินยอมหรือทำเอกสารอื่นใดให้ธนาคารอีก และในกรณีที่ยอดคงเหลือในบัญชีเงินฝากไม่พอหักโอนเงิน ธนาคารจะระงับการดำเนินการดังกล่าวก็ได้

ในกรณีที่มีการใช้บัตรเดบิต เพื่อชำระค่าสินค้า และ/หรือค่าบริการกับเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (EDC) ในต่างประเทศ จำนวนที่เกิดจากการชำระค่าสินค้า และ/หรือบริการในต่างประเทศที่เป็นเงินสกุลของประเทศนั้นๆ จะต้องถูกเปลี่ยนมาเป็นสกุลเงินบาท โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ตามอัตราขายเงินสกุลนั้นที่ธนาคารและ/หรือ VISA INTERNATIONAL ASSOCIATION กำหนด ณ วันที่มีการชำระค่าสินค้า และ/หรือบริการนั้น

2.7 ในกรณีที่ ผู้ใช้บริการสมัครบริการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเดบิต กลสิกรไทย (Internet Shopping by K-Debit Card) กับร้านค้า/สถานที่รับบัตร ผู้ใช้บริการตกลงยินยอมผูกพันและปฏิบัติตามข้อกำหนดและเงื่อนไขบริการ K-Cyber Banking ทุกประการ โดยผู้ให้บริการตกลงยินยอมให้ธนาคารทำการหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการ ตามที่ได้ระบุไว้กับธนาคารด้วยจำนวนเงินเท่ากับราคาสินค้าที่ผู้บริการสั่งซื้อ เพื่อให้เป็นการชำระค่าสินค้าให้ร้านค้า/สถานที่รับบัตร เมื่อร้านค้า/สถานที่รับบัตรเรียกเก็บค่าสินค้า/บริการดังกล่าวมายังธนาคาร ซึ่งธนาคารจะทำการแจ้งข้อมูลการหักบัญชีดังกล่าวให้ผู้บริการทราบตามระยะเวลาและเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด และ/หรือเมื่อได้รับหลักฐานใบส่งสินค้า/ใบเสร็จรับเงิน

จากร้านค้า/สถานที่รับบัตร หากผู้ใช้บริการพบว่า มีรายการไม่ถูกต้องจะต้องทักท้วงให้ธนาคารทราบภายใน 10 วันทำการ นับแต่วันที่ได้รับแจ้งรายการใช้บริการดังกล่าว หรือนับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งรายการใช้บริการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตจากธนาคารแล้วแต่กรณี

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่เป็นการตัดสิทธิของผู้ใช้บริการในภายหลัง ถ้าผู้ใช้บริการสามารถพิสูจน์ได้ว่า ค่าใช้จ่ายในใบแจ้งรายการใช้บริการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตไม่ถูกต้อง และไม่ได้เป็นความผิด หรือบกพร่องของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องทักท้วงภายในระยะเวลาไม่เกิน 60 วัน นับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งรายการใช้บริการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต หรือนับแต่วันที่มิได้รับสินค้าหรือบริการ หรือได้รับสินค้าหรือบริการไม่ตรงตามกำหนดเวลา หรือได้รับสินค้าหรือบริการแล้วแต่ไม่ครบถ้วน หรือไม่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์นั้น

นอกจากนี้ การสั่งซื้อสินค้าที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต โดยผ่านบริการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเดบิตกสิกรไทย (Internet Shopping by K-Debit Card) จนเสร็จสิ้นการทำรายการซื้อขายสินค้าสำเร็จ ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำของผู้ใช้บริการเอง หรือเป็นการกระทำของบุคคลอื่นไม่ว่าจะกระทำโดยทุจริตหรือไม่ก็ตาม หากกระทำไปโดยการให้หมายเลขรหัสของผู้ใช้บริการที่ธนาคารออกให้แล้ว ให้ถือว่าเป็นการสั่งซื้อสินค้าที่สมบูรณ์ถูกต้อง ผู้ใช้บริการตกลงยินยอมรับผิดชอบทุกประการ และหากเกิดความเสียหายใด ๆ ขึ้นไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม ธนาคารไม่จำเป็นต้องรับผิดชอบแต่ประการใดทั้งสิ้น

2.8 การโอนเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการที่มีอยู่กับธนาคาร มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

- ผู้ใช้บริการจะทำรายการโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ และ/หรือ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ที่ผู้ให้บริการได้ระบุไว้กับธนาคารเท่านั้น
- การโอนเงินระหว่างบัญชีของผู้ใช้บริการนั้น จะเป็นจำนวนเงินเท่าใดก็ตาม จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขว่า ต้องมียอดเงินคงเหลือในบัญชีพอที่เงินจะหักโอนไปได้
- ธนาคารจะทำการหักเงิน (เดบิต) จากบัญชีที่โอนเงินออกและจะนำเงินเข้า (เครดิต) เข้าบัญชีที่โอนเงินเข้า ของผู้ให้บริการภายในวันเดียวกัน
- ผู้ใช้บริการโอนเงินจะต้องเสียค่าธรรมเนียมบริการโอนเงินตามอัตราที่ธนาคารกำหนด ทั้งนี้ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงได้โดยธนาคารจะประกาศเป็นคราว ๆ ไป ณ สำนักงานของธนาคาร

2.9 ผู้ใช้บริการจะโอนเงินจากบัญชีของตนเองไปยังบุคคลอื่นใด จะต้องกดหมายเลขบัญชีของบุคคลอื่นให้ถูกต้อง และถ้าการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่นเกิดความผิดพลาดอันเกิดจากการกระทำของผู้ใช้บริการเอง ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายหรือไม่ก็ตาม ผู้ใช้บริการจะต้องรับผิดชอบเอง โดยไม่สามารถเรียกร้องหรือฟ้องร้องให้ธนาคารชดเชยคืนได้

2.10 การชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มีหลักเกณฑ์ดังนี้

- จำนวนเงินที่ชำระค่าสาธารณูปโภคหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จะเป็นจำนวนเงินเท่าใดก็ได้แต่ทั้งนี้จะต้องไม่เกินกว่าจำนวนเงินที่มีอยู่ในบัญชีของผู้ใช้บริการ

- ผู้ใช้บริการจะชำระค่าสาธารณูปโภคหรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยวิธีการโอนเงินเท่า

2.11 การใช้บัตรกับเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ผู้ใช้บริการจะได้รับใบบันทึกรายการทุกครั้ง กรณีไปบันทึกรายการหมด เครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) จะแจ้งให้ทราบ ผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้ต่อไป และสามารถตรวจสอบยอดรายการได้จากสมุดบัญชีเงินฝากและ/หรือใบแจ้งยอดบัญชี (STATEMENT) ซึ่งผู้รับบริการสามารถสั่งพิมพ์จากเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ได้เองในภายหลัง ยกเว้นรายการโอนเงินไปเข้าบัญชีของบุคคลอื่น หรือบัญชีที่ธนาคารอื่น หากไปบันทึกรายการหมด ธนาคารจะไม่ทำรายการโอนเงินดังกล่าวให้แต่อย่างใด

2.12 ในการขอใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิต ที่เป็นรายการชำระค่าสินค้าและ/หรือบริการกับร้านค้ารับบัตร ผู้ใช้บริการสามารถทำรายการขอได้ที่เครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) โดยสามารถขอใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิต ย้อนหลัง 3 เดือนล่าสุด ซึ่งเป็นรายการสินค้าและบริการที่ร้านค้าเรียกเก็บมายังธนาคารแล้วเท่านั้น โดยที่ธนาคารไม่จำเป็นต้องส่งให้กับผู้บริการแต่อย่างใด ทั้งนี้ ในกรณีที่ผู้บริการจะขอใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตที่เป็นรายการชำระค่าสินค้า และ/หรือบริการ และ/หรือรายการเดินบัญชีก่อน 3 เดือนล่าสุด ผู้บริการจะต้องติดต่อขอรับที่ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ ของธนาคารโดยทางโทรศัพท์ที่หมายเลข 0 2888 8888 หากผู้บริการพบว่ารายการไม่ถูกต้องจะต้องแจ้งทักท้วงให้ธนาคารทราบภายใน 10 วันทำการ นับแต่วันได้รับใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตจากเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) หรือนับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตจากธนาคารแล้วแต่กรณี

อย่างไรก็ตาม ไม่เป็นการตัดสิทธิของผู้บริการในภายหลัง ถ้าผู้บริการสามารถพิสูจน์ได้ว่าค่าใช้จ่ายในใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตไม่ถูกต้อง และไม่ได้เป็นความผิด หรือบกพร่องของผู้บริการ แต่ผู้บริการต้องทักท้วงภายในระยะเวลาไม่เกิน 60 วัน นับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตจากเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) หรือนับแต่วันที่ได้รับใบแจ้งรายการใช้บัตรเดบิตจากธนาคาร แล้วแต่กรณี

2.13 ในการใช้บริการผ่านเครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ทุกครั้ง ผู้บริการจะต้องกดรหัสประจำบัตรให้ถูกต้อง ถ้าผู้บริการกดรหัสผิด เครื่องจะบอกให้กดรหัสใหม่ แต่ถ้าผู้บริการกดรหัสครั้งที่ 3 ไม่ถูกต้อง เครื่องจะคืนบัตรให้แก่ผู้บริการ และผู้บริการจะใช้บัตรไม่ได้อีกจนกว่าผู้บริการจะติดต่อไปยังที่ทำการสาขาของธนาคารเพื่อขอแก้ไขบัตรให้สามารถใช้ได้ปกติเหมือนเดิม

2.14 ผู้บริการสามารถใช้บัตรสำหรับบริการต่าง ๆ ของธนาคารที่กล่าวมาข้างต้น โดยมีวงเงินการใช้บัตรตามที่ธนาคารประกาศกำหนดไว้ และผู้บริการสามารถปรับเปลี่ยน และลดวงเงินใช้บริการดังกล่าวได้ที่ K-Contact Center โทร. 0-2888-8888 (แต่จะต้องไม่เกินวงเงินสูงสุดของบัตรที่กำหนดไว้) โดยธนาคารสงวนสิทธิ์ที่จะเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม เงื่อนไขในการ

ให้บริการดังกล่าวข้างต้น ตามที่ธนาคารเห็นสมควร โดยธนาคารจะแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบตามวิธีการของธนาคาร และตามที่มีกฎหมายกำหนด

ในกรณีที่ธนาคารตรวจพบรายการซื้อสินค้า และ/หรือรายการถอนเงิน และ/หรือรายการโอนเงินของผู้ให้บริการที่มีข้อสงสัย และ/หรือผิดปกติ ผู้ให้บริการตกลงยินยอมให้ธนาคารระงับการไต่ถามเงินซื้อสินค้า และ/หรือวงเงินถอน และ/หรือวงเงินโอนเงินอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมดของผู้ให้บริการได้เป็นการชั่วคราวได้ทันที โดยธนาคารไม่ต้องแจ้งให้ผู้ให้บริการทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ จนกว่าธนาคารจะได้ติดต่อผู้ให้บริการ และได้รับการยืนยันความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงินดังกล่าวจากผู้ให้บริการแล้ว ผู้ให้บริการจึงจะสามารถไต่ถามเงินซื้อสินค้า และ/หรือวงเงินถอนเงิน และ/หรือวงเงินโอนเงินอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมดได้ต่อไป และผู้ให้บริการยอมรับว่า การดำเนินการดังกล่าวของธนาคาร เป็นการกระทำเพื่อความปลอดภัยและคุ้มครองประโยชน์ของผู้ให้บริการ และธนาคารไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ของผู้ให้บริการ (ถ้ามี)

ข้อ 3. ผู้ให้บริการมีหน้าที่ดังนี้

3.1 ระวังภัยแก่รักษาบัตร และใบแจ้งหมายเลขรหัสประจำบัตรไว้ในที่ปลอดภัย และเป็นความลับมิให้สูญหาย หรือตกไปอยู่ในมือของผู้อื่น และต้องไม่แจ้งหมายเลขรหัสให้ผู้อื่นทราบ หรือโอนให้บุคคลอื่นใช้แทนเป็นอันขาด

3.2 ถ้าหากบัตรสูญหายหรือตกไปอยู่ในมือของผู้อื่น ผู้ให้บริการจะต้องรีบแจ้งมายังศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารทันที โดยทางโทรศัพท์ที่หมายเลข 0 2888 8888 หรือเครื่องมือสื่อสารอย่างอื่นซึ่งสามารถติดต่อด้วยวาจากับเจ้าหน้าที่ของธนาคารได้ หรือโดยวิธีการอื่นที่ธนาคารกำหนด เพื่อที่ธนาคารจะได้ยกเลิกบัตรและรหัสประจำตัวบัตร ในกรณีที่ผู้ให้บริการแจ้งยกเลิกบัตรให้ธนาคารทราบตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ให้บริการไม่ต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดจากการใช้บัตรภายหลังจากการแจ้ง ทั้งนี้ เว้นแต่รายการที่เกิดขึ้นหลังจากการแจ้งให้ธนาคารทราบแล้วไม่เกิน 5 นาที หรือหากธนาคารตรวจสอบ/พิสูจน์ได้ว่าความเสียหายที่เกิดจากการใช้บัตรดังกล่าวเกิดจากการกระทำของผู้ให้บริการ หรือผู้ให้บริการได้มีส่วนรู้เห็นด้วย หรือผู้ให้บริการประมาทเลินเล่อ ผู้ให้บริการตกลงรับผิดชอบทั้งจำนวน

3.3 ผู้ให้บริการตกลงยินยอมชำระค่าธรรมเนียม ตามอัตราและกำหนดที่ธนาคารกำหนด ทั้งนี้จนกว่าผู้ให้บริการจะแจ้งยกเลิกการเป็นสมาชิกบัตรให้ธนาคารทราบ หรือจนกว่าธนาคารจะยกเลิกการเป็นสมาชิกบัตรของผู้ให้บริการ โดยตกลงยินยอมให้ธนาคารหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ให้บริการที่ได้รับไว้กับธนาคาร และผู้บัตรจะนำเงินเข้าบัญชีไว้ก่อนกำหนดเวลาที่ธนาคารกำหนด เพื่อให้ธนาคารสามารถดำเนินการหักเงินจากบัญชีตามข้อตกลงนี้ได้ ผู้ให้บริการตกลงและยอมรับว่า หากธนาคารไม่สามารถเก็บค่าธรรมเนียมรายปีได้ บัตรจะไม่สามารถใช้ได้จนกว่าผู้ให้บริการจะนำเงินเข้าบัญชีดังกล่าว และนำบัตรไปทำรายการชำระค่าธรรมเนียมที่เครื่องบริการเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคาร หรือนำเงินเข้าบัญชีแล้วแจ้ง

ให้ธนาคารทราบ เพื่อดำเนินการหักเงินจากบัญชีเพื่อชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าวต่อไป และในกรณีที่บัญชีเงินฝากไม่มีการฝากถอนเกินกว่า 1 ปี หรือไม่มีเงินฝากเหลืออยู่ บัตรของผู้ใช้บริการยังไม่ได้ถูกยกเลิก แต่ผู้ให้บริการจะไม่สามารถทำรายการที่เกี่ยวข้องกับบัตรได้ จนกว่าผู้ให้บริการจะติดต่อกับธนาคาร เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับบัญชีเงินฝากดังกล่าว “การเรียกเก็บค่าธรรมเนียม ผู้ให้บริการตกลงยินยอมให้ธนาคารเรียกเก็บเมื่อครบรอบปีในการเป็นสมาชิกบัตร โดยตกลงให้ธนาคารดำเนินการหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการที่ได้ระบุไว้กับธนาคารได้เป็นระยะๆ ได้ตลอดเวลา เพื่อชำระค่าธรรมเนียมดังกล่าว จนกว่าธนาคารจะได้รับชำระเงินค่าธรรมเนียมครบถ้วน

ข้อ 4. บัตรเป็นกรรมสิทธิ์ของธนาคาร ธนาคารมีสิทธิระงับการใช้บัตร เพิกถอนการใช้บัตร หรือปฏิเสธการใช้หรือเรียกบัตรคืน ในกรณีดังต่อไปนี้

- 4.1 ผู้ใช้บริการโอนหรือให้ผู้อื่นใช้บัตรแทน
- 4.2 เงินในบัญชีไม่พอชำระค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้แก่ธนาคารได้
- 4.3 หากธนาคารพิสูจน์ได้ว่าผู้ให้บริการทุจริต
- 4.4 ผู้ให้บริการ ปฏิบัติผิดเงื่อนไขตามข้อตกลงนี้ หรือธนาคารทราบว่าผู้ให้บริการถูกดำเนินคดีทางแพ่ง หรือคดีอาญา หรือคดีล้มละลาย หรือเป็นบุคคลที่ราชการ หรือหน่วยงานของรัฐมีคำสั่งให้ยึดหรืออายัดทรัพย์สิน หรือมีเหตุสงสัยว่าได้กระทำทุจริต หรือกระทำผิดๆ ที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายกับธนาคาร
- 4.5 เมื่อผู้ให้บริการเสียชีวิต
- 4.6 ในกรณีที่ธนาคารสงสัยว่าบัตรจะถูกผู้อื่นนำไปใช้โดยทุจริต ธนาคารจะยกเลิกบัตรทันที เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ โดยธนาคารจะออกบัตรใบใหม่ให้ และแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบ

ข้อ 5. ผู้ใช้บริการมีสิทธิบอกเลิกการใช้บัตรเมื่อใดก็ได้ โดยต้องแจ้งให้ธนาคารทราบ เป็นลายลักษณ์อักษรและตัดบัตรออกเป็นสองส่วนส่งบัตรคืนให้ธนาคาร จึงจะมีสิทธิได้รับคืนค่าธรรมเนียมที่ผู้ให้บริการได้ชำระแก่ธนาคารแล้ว ณ สาขาเจ้าของบัญชีเงินฝากที่เข้าร่วมกับบัตร โดยคำนวณคืนตามส่วนของเดือนที่ยังไม่ได้ใช้บริการ เศษของเดือนไม่นับเป็นเดือน โดยธนาคารจะคืนเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของผู้ใช้บริการที่อยู่กับธนาคาร

ข้อ 6. ผู้ใช้บริการยินยอมให้ธนาคารมีอำนาจหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการ เพื่อชดเชยเงินตามจำนวนเงินทั้งหมดที่เกิดจากการใช้บัตร ซึ่งรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีตามกฎหมาย ค่าทนายความ ตามอัตราที่ธนาคารตกลงว่าจ้างทนาย และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นตามที่ธนาคารได้จ่ายไปจริง

ข้อ 7. ผู้ให้บริการตกลงว่า นอกเหนือไปจากการให้บริการตามที่ระบุไว้ในข้อตกลงฉบับนี้แล้ว หากภายหลังธนาคารให้บริการอื่นใดแก่ผู้ใช้อีก และผู้ให้บริการตกลงใช้บริการ

นั้นๆ แล้ว ผู้ใช้บริการตกลงว่าไม่จำเป็นต้องทำหลักฐานใดไว้ให้แก่ธนาคารอีก และผู้ให้บริการตกลงยินยอมผูกพันรับผิดชอบในการทำรายการดังกล่าวทุกประการ

ข้อ 8. ผู้ให้บริการตกลงยินยอมให้ธนาคารติดต่อสอบถาม หรือเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน และ/หรือข้อมูล/ข้อเท็จจริงของผู้ใช้บริการเพื่อประโยชน์ในการที่ผู้ให้บริการขอรับ และ/หรือได้รับสินเชื่อและ/หรือใช้บริการต่างๆ จากธนาคารและ/หรือสถาบันการเงิน ตลอดจนนิติบุคคลอื่นใดได้ตามที่ธนาคารเห็นสมควร ผู้ให้บริการจะไม่ยกเลิกเพิกถอนความยินยอมนี้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากธนาคาร และการให้ความยินยอมนี้มีอยู่ตลอดไป แม้จะได้ยกเลิกการใช้บัตรกับธนาคารแล้วก็ตาม

ข้อ 9. ธนาคารไม่รับผิดชอบไม่ว่ากรณีใดๆ หากร้านค้าสมาชิกใดๆ ของธนาคารไม่ยอมรับบัตร หรือไม่ยอมให้ผู้ใช้บริการใช้บัตร ณ สถานประกอบการนั้นๆ

ข้อ 10. ธนาคารสงวนสิทธิที่จะยกเลิก เปลี่ยนแปลง แก้ไขเพิ่มเติม ข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บัตร หรือข้อสัญญาใดๆ เกี่ยวกับการใช้บัตร อัตราค่าธรรมเนียม อัตราค่าบริการต่างๆ โดยธนาคารจะแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบเป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน เว้นแต่ในกรณีที่เร่งด่วน ธนาคารจะแจ้งการยกเลิก เปลี่ยนแปลง แก้ไขเพิ่มเติมเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ใช้บริการทราบล่วงหน้าเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 7 วัน หรือประกาศให้ทราบทางหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยที่แพร่หลายในประเทศล่วงหน้าเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 7 วัน และธนาคารจะแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรให้ผู้ใช้บริการทราบอีกครั้งหนึ่ง หรือตามระยะเวลาที่คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประกาศกำหนด ในกรณีที่ธนาคารได้แจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบถึงการดังกล่าวที่กำหนดไว้ข้างต้นให้ถือว่าผู้บริการได้รับทราบ และยินยอมด้วยการยกเลิก เปลี่ยนแปลง แก้ไขเพิ่มเติมแล้ว

ข้อ 11. บรรดาหนังสือ จดหมาย คำบอกกล่าวใดๆ ที่ธนาคารได้ส่งให้ผู้บริการตามที่อยู่ หรือสถานที่ทำงานที่แจ้งไว้กับธนาคารนั้นผู้บริการยอมให้ถือว่าเป็นภูมิสำเนาที่ถูกต้อง และมีการส่งให้โดยชอบแล้ว หากมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่ หรือที่ทำงาน หรือเปลี่ยนอาชีพการงาน ผู้บริการจะต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงให้ธนาคารทราบเป็นลายลักษณ์อักษรทันที

ข้อ 12. ข้าพเจ้ายินดีให้ธนาคาร และบริษัทในเครือธนาคารกสิกรไทย ใช้ข้อมูลของข้าพเจ้า เพื่อพิจารณาและดำเนินการเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ และข้อเสนอพิเศษอื่นให้แก่ข้าพเจ้า และ/หรือ เพื่อการอื่นได้

เงื่อนไขความคุ้มครอง สำหรับผู้ถือบัตร K-Max Debit Card และบัตรเดบิตประเภทอื่นที่มีคุณสมบัติคุ้มครองอุบัติเหตุ

1. ผู้มีสิทธิได้รับความคุ้มครอง หมายถึง ผู้ถือบัตรซึ่งมีชื่อเป็นเจ้าของบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/กระแสรายวัน ในนามบุคคลธรรมดาเพียงคนเดียวที่ผูกกับบัตร (ยกเว้น บัญชีร่วม, บัญชี...เพื่อ..., บัญชีนิติบุคคล) และมีอายุระหว่าง 16-65 ปี ตามปีเกิดที่ระบุไว้ในบัตรประชาชน ผู้ถือบัตร 1 ราย สามารถถือบัตร K-Max Debit Card และ/หรือ บัตรเดบิตประเภทอื่นที่ธนาคารออก ไม่ว่าจะเรียกชื่ออย่างไรแต่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ ภายใต้บัตรเดบิตดังกล่าว (ซึ่งต่อไปนี้จะรวมเรียกว่า “บัตร K-Max Debit Card”) ได้รวมกันสูงสุดไม่เกิน 5 ใบ ขอบเขตความคุ้มครอง: การเสียชีวิต หรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง จากอุบัติเหตุ (อบ. 1)

2. คำนิยาม

1) อุบัติเหตุ หมายความว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันจากปัจจัยภายนอก ร่างกายและทำให้เกิดผลที่ผู้เอาประกันภัยได้เจตนาหรือมุ่งหวัง

2) ความบาดเจ็บ หมายความว่า การบาดเจ็บทางร่างกาย อันเป็นผลโดยตรงจากอุบัติเหตุ ซึ่งเกิดขึ้นโดยเอกเทศ และโดยอิสระจากสาเหตุอื่น

3) ทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง หมายความว่า ทุพพลภาพถึงขนาดไม่สามารถประกอบหน้าที่การงานใดๆ ในอาชีพประจำและอาชีพอื่นๆ ได้โดยสิ้นเชิงตลอดไป

3. การประกันภัยนี้ให้การคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายอันเกิดจากความบาดเจ็บทางร่างกายของผู้เอาประกันภัยโดยอุบัติเหตุและทำให้เกิดผลดังต่อไปนี้

1) การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง อันเนื่องมาจากอุบัติเหตุที่มีได้ระบุไว้ในข้อยกเว้นของกรมธรรม์ อบ.1

2) การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง อันเนื่องมาจากการถูกฆาตกรรมหรือถูกทำร้ายร่างกายโดยเจตนา

3) การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา หรือทุพพลภาพถาวรสิ้นเชิง อันเนื่องมาจากการขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์

4. รายละเอียดความคุ้มครองของบัตรเดบิต K-MAX

ข้อตกลงความคุ้มครอง	จำนวนเงินเอาประกันภัยต่อบัตร
4.1 การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทูพพลภาพ ถาวรสิ้นเชิงจากอุบัติเหตุ ทั่วไป - ทุนประกันภัยขั้นต่ำ - เพิ่มวงเงินความคุ้มครอง 10 เท่าของยอดเงินคงเหลือ เฉลี่ยของบัญชีที่ ผูกกับบัตรในเดือนก่อน - เพิ่มวงเงินความคุ้มครอง 10 เท่าของยอดเงินรูตซื้อ สินค้าผ่านบัตร ทั้งหมดในเดือนก่อน - ผลประโยชน์รวมสูงสุดต่อบัตรไม่เกิน	100,000 บาท xxx xxx 200,000 บาท
4.2 การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทูพพลภาพ ถาวรสิ้นเชิงจาก การถูกฆาตกรรม หรือถูกทำร้าย ร่างกายโดยเจตนา	30,000 บาท
4.3 การเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะ สายตา ทูพพลภาพ ถาวรสิ้นเชิงจาก การขับขี่หรือโดยสารรถจักรยานยนต์	30,000 บาท
4.4 ค่ารักษาพยาบาลเนื่องจากอุบัติเหตุ (ต่ออุบัติเหตุ แต่ละครั้ง) (สำหรับค่ารักษาพยาบาลเนื่องจาก อุบัติเหตุตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2553)	5,000 บาท

วิธีการสมัคร/เปิดใช้บริการ

สมัครทำบัตรได้ทุกสาขาทั่วประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสาขาที่มีบัญชีอยู่

ภาพประกอบ 6 รายการส่งเสริมการขายและสิทธิพิเศษ



Major คูหนัง ทุกเรื่อง ทุกรอบ 88 บาท

- สามารถใช้ได้ทั้งที่โรงภาพยนตร์เครือ Major, EGV, Siam Paragon, Esplanade และ Paradise ทุกสาขาทั่วประเทศ
- เฉพาะที่นั่งปกติ ในโรงภาพยนตร์ระบบปกติเท่านั้นโดยไม่รวมถึงภาพยนตร์ที่มีความยาวพิเศษ และผู้ถือบัตรต้องใช้บัตร K-Max Debit Card
- ชำระค่า บัตรชมภาพยนตร์ผ่านบัตรเท่านั้น



McDonald's อิ่มกับชุดอร่อยสุดคุ้ม เพียง 88 บาท

- ผู้ถือบัตรต้องพิมพ์หมายเลขบัตร 16 หลัก ส่ง SMS ไปยังหมายเลข 4545888 เพื่อขอรับสิทธิ์และต้องแสดงบัตร K-Max Debit Card
- พร้อม SMS ที่ได้รับการตอบรับเพื่อขอซื้อชุดอร่อยสุดคุ้ม วันที่ส่ง SMS ขอสิทธิ์เท่านั้น
- จำกัดจำนวนผู้ใช้สิทธิ์ 10,000 ชุด/เดือนและ 1 บัตรใช้ได้ 2 สิทธิ์/เดือน



The Mall รับบัตรกำนัล 100 บาทเมื่อซื้อครบ 3,000 บาท

- สามารถใช้ได้ทั้งที่ The Mall/Emporium/Siam Paragon ทุกสาขาทั่วประเทศ และผู้ถือบัตรต้องใช้บัตร K-Max Debit Card
- ชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเท่านั้น

- สงวนสิทธิ์ในการสะสมยอด Sales Slip ภายใน 1 วันต่อหมายเลขบัตรเดบิตเดียวกัน
ในห้างสรรพสินค้าสาขาเดียวกัน

- สงวนสิทธิ์ผู้ใช้สูงสุด 88 ใบ/สาขา/สัปดาห์ และบัตร K-Max Debit Card 1 ใบสามารถ
แลกบัตรกำนัลได้ 1 ใบ/1วัน



จุดสะสมแต้ม แลก ลั่น รับ

- ทุกการใช้จ่าย 25 บาท รับ 1 แต้ม เพื่อสะสมไว้แลกของรางวัล หรือเปลี่ยนเป็นสิทธิ์
จับฉลากเมื่อจบโครงการได้ที่ www.kbankcard.com

- ผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการนี้จะต้องเป็นลูกค้าของธนาคารที่ถือบัตร K-Max Debit Card

- ลูกค้าจะต้องสมัครเป็นสมาชิกเพื่อสะสมแต้มผ่านทาง
เว็บไซต์ www.kbankcard.com ตามขั้นตอนที่ระบุไว้ในเว็บไซต์

- ธนาคารสงวนสิทธิ์การคิดแต้มสะสมย้อนหลังสำหรับลูกค้าที่ได้สมัครเป็นสมาชิก
สะสมแต้มภายในระยะเวลาที่กำหนด

- ธนาคารสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง ยกเลิก แก้ไข หรือเพิ่มเติมรายละเอียดและ
เงื่อนไขเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขาย

- การคิดแต้มสะสมวิธีการแลกของกำนัลหรือรายการแลกของกำนัล โดยไม่ต้องแจ้งให้
ทราบล่วงหน้า

- ธนาคารสงวนสิทธิ์ในการออกใบเสร็จรับเงิน หรือใบกำกับภาษี สำหรับของกำนัลใดๆ
ที่เกิดจากการแลกแต้มสะสม

- การฉ้อฉล ปลอมแปลงเพื่อให้ได้มีแต้มสะสมเพื่อแลกของกำนัล ไม่ว่าจะเป็นเพียง
บางส่วน หรือทั้งหมดนั้น ธนาคารจะดำเนิน

- การทางกฎหมายและสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกคะแนนสะสม และ/หรือ เรียกคืนของ
ก้านัล และ/หรือ ค่าเสียหายที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจรวมถึงการยกเลิกบัตรของลูกค้าด้วย
- กรณีที่มีข้อโต้แย้งใดๆ เกิดขึ้น ให้ถือเอาคำตัดสินของธนาคารเป็นที่สิ้นสุด

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องเอทีเอ็ม

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศสหรัฐอเมริกาและยุโรปได้เสนอบริการเครื่องเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine—ATM) ประมาณเมื่อ 20 ปีที่แล้ว โดยติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มไว้ภายในสาขาและนอกสาขา เช่น ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าขนาดใหญ่ การเสนอบริการเครื่องเอทีเอ็มในต่างประเทศนั้นสามารถอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ไม่อาจจะมาติดต่อกับสาขาได้ในเวลาทำการของธนาคาร ลูกค้าของธนาคารจึงนิยมใช้บริการดังกล่าวมากจนธนาคารต้องติดตั้งเครื่องเอทีเอ็มเพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ความนิยมในการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็มได้แพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ ในแถบเอเชีย เช่น ประเทศญี่ปุ่น ฮองกง สำหรับในประเทศไทยแล้ว การเสนอบริการที่คล้ายคลึงกับการบริการเครื่องเอทีเอ็มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2516 ธนาคารกสิกรไทย จำกัดได้เริ่มติดตั้งเครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ (Cash dispensing Machine) ซึ่งลูกค้าของธนาคารสามารถถอนเงินสดได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ธนาคารกสิกรไทย, 2527, หน้า 15) บริการดังกล่าวมีลักษณะใกล้เคียงกับการบริการเครื่องเอทีเอ็ม เพียงแต่ไม่สามารถให้บริการโอนเงินได้ จากจุดนี้เองทำธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เริ่มสนใจในบริการดังกล่าว จนกระทั่งต้นปี พ.ศ. 2526 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ได้ติดตั้งเครื่องเอทีเอ็ม เพื่อให้บริการฝากและถอนเงิน โอนเงินระหว่างบัญชีและสอบถามยอดบัญชีเป็นแห่งแรก นับจากนั้นเครื่องเอทีเอ็ม จึงได้ถูกนำมาใช้ในประเทศไทย และธนาคารพาณิชย์แห่งอื่นในประเทศก็เริ่มนำเข้ามาติดตั้งเพื่อให้บริการเช่นกัน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเป็นงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้มีดังนี้

ตรีทิพ บุญแยม (2552) ได้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่ำ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อบัตรเครดิตในระดับปานกลาง และไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิตของผู้ที่มีรายได้ต่ำในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนั้น ได้แก่ การบริการของบัตรเครดิต ความสะดวกในการชำระเงินค่าบัตรเครดิต การส่งเสริมการขาย โฆษณาของบัตรเครดิต ฟรีเชนเตอร์ของบัตรเครดิต ความสวยงามของบัตรเครดิต คำแนะนำของคนรอบข้าง ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบริษัทเจ้าของบัตร และบุคลิกหรืออภิษายของพนักงานขายของบัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ของผู้ที่มีรายได้ต่ำในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมแรกเข้า โดยจะเห็นว่าปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคกลุ่มนี้นั้น มักจะเป็นปัจจัยทางด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขายเป็นสำคัญโดยที่ประเด็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพสมรส มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปได้นำเสนอไว้ รวมด้วย

สุภาภรณ์ งามวงศ์ (2554) ได้ศึกษาวิเคราะห์ทัศนคติของลูกค้านาคาเทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ETM (e-money ATM หรือ e-TM) ผลการวิจัยพบว่า

- ลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง ETM ของธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

- ทัศนคติของลูกค้านาคาเทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ETM ใน 4 ด้าน คือ ด้านเทคโนโลยีความทันสมัย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการและด้านภาพลักษณ์ พบว่า ระดับทัศนคติของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับทัศนคติของลูกค้านาคาเทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ETM

ด้านเทคโนโลยีความทันสมัยอยู่ในระดับดี ด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี ด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี

- ระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่อง ETM ของลูกค้าธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้ามีความรู้เกี่ยวกับเครื่อง ETM อยู่ในระดับสูง

- ลูกค้าของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการใช้บริการเครื่อง ETM โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ลูกค้าของธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีความรู้เกี่ยวกับเครื่อง ETM แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการใช้บริการเครื่อง ETM โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปรีวีร์ (2541) ได้ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) และวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละจากแบบสอบถามจำนวน 247 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และกิจกรรมที่มีการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด คือ การใช้ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค รองลงมาคือการเลี้ยงรับรองหรือรับประทานอาหาร โดยมีแนวโน้มของการใช้บัตรเครดิตไปเพื่อการชำระค่าสินค้าเงินผ่อน การเติมน้ำมัน การใช้เบิกเงินสด การรักษาพยาบาล และการซื้อสินค้า มากกว่าในอดีตที่ผ่านมา นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการใช้บัตรภายในกลุ่มตัวอย่างโดยแยกตามเพศ พบว่าเพศหญิงใช้บัตรมากกว่าเพศชาย ระดับอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปจะใช้บัตรมากกว่าช่วงอื่นโดยสถานภาพโสดจะใช้มากกว่าสมรส ระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีจะใช้บัตรมากกว่าการศึกษาในระดับอื่นๆ และระดับรายได้สูงกว่า 41,001 บาทต่อเดือนจะใช้บัตรมากกว่าระดับรายได้อื่น เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเครดิตในปัจจุบันกับอดีตในหลายๆ ด้านพบว่าแนวโน้มลดลงและรูปแบบการชำระเงินคืน ในปัจจุบันเป็นแบบผ่อนชำระเต็มจำนวน

ศรียรัตน์ (2544) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่อง A.T.M. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ วิธีการศึกษาโดยการสุ่มตัวอย่าง และใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลเพื่อหาค่าต่างๆ ทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และส่วนมากจะเป็นนิสิต นักศึกษา หรือข้าราชการ โดยที่ผู้ใช้บริการให้เหตุผลว่าใช้เพราะความสะดวกรวดเร็ว ขณะเดียวกันพบว่าผู้ใช้บริการต้องการถอนเงินมากกว่าใช้บริการด้านอื่น

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม พอใจมากในด้านสถานที่ตั้งของตู้ A.T.M. รวมทั้งด้านความสะดวก รวดเร็วและถูก-ต้อง ด้านบริการเสริมมีความพอใจในระดับปานกลาง การที่เครื่องปิดให้บริการหรือ ขัดข้องบ่อยเป็นปัญหาที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นควรมีการพัฒนาและปรับปรุงระบบ คอมพิวเตอร์ควบคุม A.T.M. ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเครื่องไม่เสียบ่อย เพื่อจูงใจให้มีผู้ใช้บริการและมีจำนวนการใช่มากขึ้น จากการตรวจเอกสารนี้สามารถศึกษารูปแบบ วิธีการศึกษาแบบทดสอบ สถิติ รวมถึงแบบวิจัย เพื่อใช้ในการปรับปรุงการทดสอบและออกแบบ แบบสอบถามที่จะมีขึ้นต่อไป

สิริสา (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเครื่อง เอทีเอ็ม ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็ม และศึกษาพฤติกรรมใช้เครื่อง เอทีเอ็มของลูกค้าธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผล การศึกษาพบว่า ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพโสดมีอายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท โดยมีสาเหตุการใช้บริการเพราะความสะดวก ส่วนใหญ่จะได้รับคำแนะนำในการใช้บริการ จากเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยจะใช้เครื่องเอทีเอ็มที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ช่วงจะใช้บริการตู้ เอทีเอ็มในช่วงระยะเวลา 10.01-14.00 นาฬิกา ปัญหาที่พบในการใช้บริการคือจำนวนของตู้ เอทีเอ็มไม่เพียงพอกับความต้องการ และมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

จากข้อมูลเกี่ยวกับการบริการด้านต่างๆของธนาคารการพัฒนารูปแบบของบัตร เอทีเอ็ม และงานวิจัยวรรณกรรมที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปข้อมูลต่างๆที่ สำคัญนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งธนาคารสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยๆไปใช้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ตรงกับพฤติกรรมซึ่งจะส่งผลให้มีการพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ซึ่งจากวรรณกรรมที่ได้ศึกษามา พบว่างานวิจัยของสิริสา เขียวถาวร (2547) ได้ ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็ม ธนาคารกรุง ศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็ม และศึกษาพฤติกรรมเครื่องเอทีเอ็มของลูกค้า ธนาคาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ใกล้เคียงกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาในครั้งนี้โดยงานวิจัยของคุณ สิริสาได้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งรายละเอียดของแบบสอบถามจะเป็นการใช้ผู้ตอบ แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจจากความรู้สึกของตนเอง และครอบคลุมเฉพาะเครื่อง เอทีเอ็มของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ดังนั้นการการศึกษาครั้งนี้ จึงได้ทำ การออกแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบระบุถึงการถือครองผลิตภัณฑ์บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิต

ของธนาคารอื่นที่ใช้ด้วย นอกเหนือจากพฤติกรรมการให้บริการบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตของธนาคารกสิกรไทย ในแบบสอบถามอีกด้วย จากหลักเกณฑ์ขั้นต้นจะทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเอทีเอ็มที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น



บทที่3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพื่อนำข้อมูล ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา
2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่จะศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และข้อมูลจากเว็บไซต์ ตำรา ทฤษฎี สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจและการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของนราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี (2547 :104) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 380 คน สุ่มเพิ่ม 20 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน

$$n = \frac{Z^2 pq}{B^2}$$

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 B = ระดับความคลาดเคลื่อน
 Z = Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น
 p = ความน่าจะเป็นของประชากรที่สนใจศึกษา
 q = $1 - p$

ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z = 1.96$

B = ค่าความแม่นยำ กำหนดให้มีความเบี่ยงเบนได้ 5% ดังนั้น $B = 0.05$

p = ค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม กำหนดได้เป็น 0.5 (ประมาณการ)

เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25)}{(0.0025)}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสาขาธนาคารที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการมากที่สุด เป็นจำนวน 4 สาขา อันได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาสยามพารากอน สาขาเทเวศน์ สาขาหลานหลวง (สำนักงานเขตการขยายและบริการที่ 6. 2554: 17)

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ โควต้า โดยกำหนดเป็น สาขาละ 100 ตัวอย่าง ดังนี้

2.1 สาขานางเลิ้ง	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.2 สาขาสยามพารากอน	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.3 สาขาเทเวศน์	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.4 สาขาหลานหลวง	จำนวน	<u>100</u>	ตัวอย่าง
	รวมทั้งหมด	<u>400</u>	ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีแบบสะดวก (convenience sampling) โดยเลือกจากผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์บัตรเดบิต K-MAX ของบมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ตัวอย่าง ตามที่ต้องการ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยใช้ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทักษะคติ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง ตามความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นปรึกษากับคณะกรรมการผู้ควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 40 ชุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 215) เพื่อนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ขึ้นไปโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543: 125-126) และปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้ในงานวิจัย ดังสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

4.1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านทัศนคติต่อบัตรเดบิต K-MAX

4.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

4.3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX

5. นำแบบสอบถามไปรวบรวมข้อมูลต่อไป ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ทักษะคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-Ended) และคำถามปลายปิด (Close-Ended) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านลักษณะส่วนบุคคล แบบสอบถามเป็นลักษณะถามแบบเลือกตอบเพียงคำถามเดียว และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended response question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยคำถามแต่ละข้อแสดงประเภทของข้อมูลได้ดังนี้

ข้อ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1.1 ชาย

1.2 หญิง

ข้อ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงอายุคำนวณได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; คณ.2549.130)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{65 - 16}{5} \\ &= 9.8 \text{ ซึ่งวัดค่าเท่ากับ } 10 \end{aligned}$$

ดังนั้นจึงกำหนดช่วงอายุ ดังนี้

1.1 16-25 ปี

1.2 26-35 ปี

1.3 36-45 ปี

1.4 46-55 ปี

1.5 56-65 ปี

ข้อ 3 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.1 โสด

3.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ข้อ 4 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

4.2 ปริญญาตรี

4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 1.1 นักเรียน / นักศึกษา
- 1.2 ยังไม่ประกอบอาชีพ
- 1.3 พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- 1.4 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.5 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.6 ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ
- 1.7 อื่น ๆ

ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดรายได้ดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (จิริวุฒิ ขนาน.2549 : 4)

- 1.1 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- 1.2 15,001 – 25,000 บาท
- 1.3 25,001 – 35,000 บาท
- 1.4 มากกว่า 35,000 บาท

ข้อ 7 ปัจจุบันท่านใช้บริการบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทย ประเภทใด

- 7.1 บัตรเอทีเอ็มกสิกรไทย
- 7.2 บัตรเดบิตกสิกรไทย
- 7.3 บัตรเดบิต K-MY
- 7.4 บัตรเดบิต K-MAX

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัตรเดบิต K-MAX จำนวน 9 ข้อ ได้แก่

1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย
2. ความน่าเชื่อถือได้และความปลอดภัยของระบบ
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสด (วงเงิน เบิกถอน 50,000 บาท/วัน)
4. การใช้ประโยชน์ด้านการคุ้มครองอุบัติเหตุ สูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ครั้งละไม่เกิน 5,000 บาท/ครั้ง
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี (550 บาท/ปี)

6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เช่น การโอนเงินผ่านตู้ATM (โอนต่างธนาคารไม่เกิน 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท/ครั้ง โอนต่างธนาคารตั้งแต่ 10,000 บาทแต่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท/ครั้ง)

7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม

8. ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตรเดบิต K-MAX

9. สิทธิพิเศษจากบัตร เช่น สามารถรูดซื้อสินค้าหรือบริการที่มีสัญลักษณ์ VISA เป็นต้น

ซึ่งข้อคำถามทั้งหมด ใช้คำถามปลายปิด แบบ Numerical Rating Scale ลักษณะตัววัดแบบ Likert Scale โดยพิจารณาข้อมูลแบบช่วง (Interval Scale) การให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้

คะแนน	ระดับค่าคะแนน
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการใช้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ ดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ ดี

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ ไม่ดี

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ ไม่ดีอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคาร กสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ (ครั้ง/ 3 เดือน) จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน ระยะเวลาการถือครองบัตร K-MAX เป็นคำถามแบบ

ปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทมาตราส่วน (Ratio Scale) คำถามท่านใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในช่วงเวลาใด ท่านใช้บริการบัตรเดบิต ที่มีประกันอุบัติเหตุ ของธนาคารใดเพิ่มเติมนอกเหนือจากธนาคารกสิกรไทย เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close end response question) โดยเป็นการวัดข้อมูล ประเภท นามบัญญัติ (Nominal Scale) และคำถาม ถ้าบัตรเดบิต K-MAX ของท่านหมดอายุ ท่านประสงค์จะใช้บริการต่อหรือไม่ ท่านมีความประสงค์จะเปลี่ยนประเภทบัตรหรือไม่ เป็นการวัดข้อมูลประเภทคำถามปลายปิด แบบ Semantic Differential Scale โดยพิจารณาข้อมูลแบบช่วง (Interval Scale)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับค่าคะแนน
5	ใช้ต่อเนื่อง / ไม่เปลี่ยนแน่นอน
4	ใช้ต่อ / ไม่เปลี่ยน
3	ไม่แน่ใจ
2	เฉย ๆ / เปลี่ยน
1	ไม่ใช้ต่อเนื่อง / เปลี่ยนแน่นอน

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (สูตร วิ่งครั้งต้นละ.2544 : 25) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนค่าสูงสุด} - \text{คะแนนค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ใช้ต่อเนื่อง / ไม่เปลี่ยนแน่นอน

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ใช้ต่อ / ไม่ เปลี่ยน

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ไม่แน่ใจ

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX เฉย ๆ / เปลี่ยน

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ไม่ใช้ต่อเนื่อง / เปลี่ยนแน่นอน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของ ธนาคารกสิกรไทย โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ เป็นลักษณะของแบบสอบถาม Semantic Differential Scale (William G Zikmund,1997,350) มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับ มีการกำหนดการให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับค่าคะแนน
5	พึงพอใจมากที่สุด / คุ่มค่าที่สุด
4	พึงพอใจ / คุ่มค่า
3	พึงพอใจปานกลาง / เฉย ๆ
2	พึงพอใจน้อย / ไม่คุ่มค่า
1	พึงพอใจน้อยที่สุด / ไม่คุ่มค่าอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ สูตรการคำนวณระดับการใช้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด / คุ่มค่าที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ / คุ่มค่า

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจปานกลาง / เฉย ๆ

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจน้อย / ไม่คุ่มค่า

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด / ไม่คุ่มค่าอย่างยิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยมุ่งศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์จาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1.1 ขอจดหมายจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

1.2 หลังจากได้รับการอนุมัติ ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนผู้บริการ ที่จะตอบแบบสอบถาม

1.3 นำแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามด้วยตัวเอง ภายใน 4 สัปดาห์

1.4 ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบครบทุกข้อ

1.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

2.1 หนังสือวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 วารสารต่าง ๆ

2.3 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer plus) (กัลยา วาณิชบัญชา. 2538) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยตรวจสอบดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้

2. การบันทึกข้อมูลลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้สำหรับแบบสอบถามที่เป็นแบบปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัสโดยลงในแบบบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
4. การประมวลผลข้อมูลที่เสร็จแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
5. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาวิเคราะห์

ก.ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) (เตื่อนจิตต์ จิตต์อารี. 1999: 236)

สูตร
$$P = \left[\frac{f \cdot x}{n} \right] 100$$

โดย

P	แทนค่าสถิติร้อยละ
f	แทนค่าความถี่ในการปรากฏของข้อมูล
x	ค่าของข้อมูล หรือคะแนน
n	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ข. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) (Arithmetic mean หรือใช้สัญลักษณ์ $\bar{x}$) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 66)

2541: 66)

สูตร
$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ

$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค.ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) โดยใช้สูตร ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541: 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

โดยที่	S.D.	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	=	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	=	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	=	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

6.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ใช้สูตร (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2546: 449 – 450)

สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เป็นค่าที่ใช้ความเชื่อถือได้ หรือเป็นค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายในของคำตอบสัมประสิทธิ์ Alpha ที่ได้รับความนิยมมาก เพราะไม่ต้องวัด 2 ครั้ง หรือไม่ต้องมีการแบ่งครึ่ง โดย ค่า Cronbach's Alpha เป็นค่าที่เกิดจากค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคำถามทุกคำถาม โดยที่

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance / variance}}$$

k = จำนวนคำถาม
 Covariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
 Variance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ในกรณีที่มีการ Standardized แต่ละคำถาม ค่า Cronbach's Alpha จะกลายเป็น

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k r}{1 + (k-1) r}$$

r = ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่าง ๆ

6.3 สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน

ก. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยการทดสอบค่า t-test เมื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ใช้ t-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 165)

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \right] \left[\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2} \right]}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t -Test เพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1 แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1

n_2 แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

กรณีความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$) ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยที่ $df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$

เมื่อ t แทน ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

$\bar{x}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

S_2^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

n_1	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	องศาอิสระ (Degree of Freedom)

ข. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน) โดยใช้สูตร F – test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 249) ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร ดังนี้

	F	$=$	$\frac{MS_b}{MS_w}$	
เมื่อ	F	แทน	ค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution	
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between Groups)	
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within Groups)	
	df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ภายในกลุ่ม (n-k)	

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชบัญชา. 2544: 333)

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่

$$n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

ค.ใช้ค่า Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน
(Hartung. 2001: 300) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}} \quad \text{โดยค่า} \quad MS_{(W)} = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ	β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
	MS_B แทน		ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square between group)
	MS_w แทน		ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-
Forsythe	K	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง
	n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i
	N	แทน	ขนาดของประชากร
	S_i^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์. 2543: 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(w)} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$MS_{(w)}$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe
	$\bar{x}_i$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\bar{x}_j$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j
n_i	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม j

ง. สถิตีสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ใช้หาค่าความสัมพันธ์ตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 (กัลยา วาณิชย์ บัญชา. 2545: 311-312) ดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่
	n	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของ (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2544: 437)

1. ถ้าค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย
3. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้าค่า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของสหสัมพันธ์ (Salkind. 2000: 208)

ค่าระดับความสัมพันธ์

ระดับความสัมพันธ์

0.81 – 1.00

สูง

0.61 – 0.80

ค่อนข้างสูง

0.41 – 0.60

ปานกลาง

0.21 – 0.40

ค่อนข้างต่ำ

0.01 – 0.20

ต่ำ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ทักษะ ทักษะการตัดสินใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (The Statistical Package for the Social Sciences) for Windows Version 11.5 ประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลและได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความหมายของข้อมูลและการแปลผล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of Freedom) (ในตาราง F-test)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
Prob.	แทน	ค่าความน่าสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.2 tailed	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของการวิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และการใช้บัตรเอทีเอ็ม และบัตรเดบิตของธนาคารกสิกรไทย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม ของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และการใช้บัตรเอทีเอ็ม และ เดบิต ของธนาคารกสิกรไทย โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	185	46.2
	หญิง	215	53.8
รวม		400	100.0
อายุ			
	16 – 25 ปี	53	13.2
	26 – 35 ปี	125	31.2
	36 – 45 ปี	95	23.8
	46 – 55 ปี	88	22.0
	56 – 65 ปี	39	9.8
รวม		400	100.0
สถานภาพ			
	โสด	211	52.7
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	174	43.5
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	15	3.8
รวม		400	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	143	35.8
ปริญญาตรี	175	43.8
สูงกว่าปริญญาตรี	82	20.4
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	18	4.5
ยังไม่ประกอบอาชีพ	19	4.8
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	21	5.2
พนักงานบริษัทเอกชน	223	55.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	22	5.4
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ	93	23.3
อื่น ๆ เช่น ข้าราชการบำนาญ พระภิกษุ	4	1.0
รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	111	27.8
15,001 – 25,000 บาท	105	26.2
25,001 – 35,000 บาท	49	12.2
มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	135	33.8
รวม	400	100.0
การใช้บริการบัตรของธนาคารกสิกรไทย		
บัตรเอทีเอ็มกสิกรไทย	6	1.5
บัตร Debit K-MAX	394	98.5
รวม	400	100

ผลจากตาราง 2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

- **ด้านเพศ** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศชาย จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2

- **ด้านอายุ** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 16 – 25 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ อายุ 56 – 65 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

- **สถานภาพ** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

- **ระดับการศึกษา** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

- **อาชีพ** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัวอิสระ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ยังไม่ประกอบอาชีพ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

- **รายได้ต่อเดือน** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

- **การใช้บัตรของธนาคารกสิกรไทย** แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 และ ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มกสิกรไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

เนื่องจากอันตรภาคชั้นของข้อมูลด้าน สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการรวมชั้นใหม่เพื่อเป็นการใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปที่จัดกลุ่มใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด/หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง	226	56.5
สมรส/อยู่ด้วยกัน	174	43.5
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/พ่อบ้าน แม่บ้าน	58	14.5
พนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	245	61.3
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ	97	24.2
รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	111	27.8
15,001 – 25,000 บาท	105	26.2
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	184	46.0
รวม	400	100.0

ผลจากตาราง 3 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลกรณียุบชั้นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

สถานภาพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 174คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

อาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/ พ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

รายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อบัตร K-MAX	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทน สมัย	4.69	.569	ดีมาก
2. ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ	4.54	.644	ดีมาก
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม (50,000 บาท/วัน)	4.57	.668	ดีมาก
4. ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือคุ้มครองอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ไม่เกิน 5,000 บาท/ ครั้ง	4.37	.714	ดีมาก
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี (550 บาท/ปี)	3.92	.875	ดี
6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เช่น การโอนเงินผ่านตู้ ATM (โอนต่างธนาคารไม่เกิน 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท/ครั้ง และโอนต่างธนาคารตั้งแต่ 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท/ ครั้ง)	3.88	.939	ดี
7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม	4.76	.443	ดีมาก
8. ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX	4.39	.714	ดีมาก
9. สิทธิพิเศษจากบัตร เช่น สามารถรูดซื้อสินค้า หรือบริการที่มีสัญลักษณ์ VISA เป็นต้น	4.71	.530	ดีมาก
รวม	4.43	.498	ดีมาก

ผลจากตาราง 4 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก คือ ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษจากบัตร เช่นสามารถรูดซื้อสินค้าหรือบริการที่มีสัญลักษณ์ VISA มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม (วงเงินเบิกถอน 50,000 บาท/วัน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ความสะดวกในบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือคุ้มครองอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ 5,000 บาท/ครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในระดับดี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี (550 บาท/ปี) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เช่น การโอนเงินผ่านตู้ ATM (โอนต่างธนาคารไม่เกิน 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท/ครั้ง และโอนต่างธนาคารตั้งแต่ 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท/ครั้ง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 5 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย

	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	Mean	SD.
ความถี่ในการใช้บริการบัตร K-MAX / 3 เดือน	82	2	17.24	14.269

จากตาราง 5 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้บริการบัตร เดบิต K-MAX / 3 เดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX โดยเฉลี่ย 17 ครั้ง/ 3 เดือน ต่ำสุดที่ 2 ครั้ง/3 เดือน และสูงสุดที่ 82 ครั้ง/3 เดือน

ตาราง 6 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน

	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	Mean	SD.
จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย/3เดือน	3,000,000	500	206316.25	359308.48

จากตาราง 6 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย/ 3 เดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินในการทำรายการ โดยเฉลี่ยประมาณ 206,316.25 บาท/3 เดือน ต่ำสุดที่ 500 บาท/3เดือน และสูงสุดที่ 3,000,000 บาท/ 3 เดือน

ตาราง 7 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาการถือครองบัตร เดบิต K-MAX

	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	Mean	SD.
ระยะเวลาในการถือครองบัตรเดบิต K-MAX	3	1	1.13	.365

จากตาราง 7 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาการถือครองบัตร เดบิต K-MAX พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาถือครองบัตรเดบิต K-MAX โดยเฉลี่ยประมาณ 1.13 ปี ต่ำสุดที่ 1 ปี และสูงสุดที่ 3 ปี

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX

พฤติกรรมการใช้บริการบัตร เดบิต K-MAX	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ถ้าบัตรเดบิต K-MAX หมดอายุท่านจะประสงค์ใช้บริการต่อหรือไม่	4.10	.626	ใช้ต่อ
ท่านมีความประสงค์จะเปลี่ยนประเภทบัตรหรือไม่	4.87	.460	ไม่เปลี่ยนแน่นอน

จากตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บริการเดบิต K-MAX ในด้าน ถ้าบัตรเดบิต K-MAX หหมดอายุท่านมีความประสงค์จะใช้บริการต่อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านท่านมีความประสงค์จะไม่เปลี่ยนบัตรแน่นอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87

ตาราง 9 จำนวน และ ค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	จำนวนคน	ร้อยละ
เวลาที่ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX		
6.00 – 12.00 น.	46	11.5
12.01 – 18.00 น.	34	8.5
18.01 – 23.00 น.	33	8.3
ไม่แน่นอน	287	71.7
รวม	400	100.00
ท่านใช้บริการบัตรเดบิต ที่มีประกันอุบัติเหตุ ของ		
ธนาคารนอกเหนือจากธนาคารกสิกรไทย		
ธนาคารของรัฐบาล	25	6.3
ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่	98	24.5
ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง	12	3.0
ธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก	6	1.5
ไม่ใช้บริการจากธนาคารอื่น	259	64.7
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

ท่านใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในช่วงเวลาไม่แน่นอน มีจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 6.00 – 12.00 น. มี

จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และช่วงเวลา 18.01 – 23.00 น. มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ท่านใช้บริการ บัตรเดบิตที่มีประกันอุบัติเหตุของธนาคารใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากธนาคารกสิกรไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการใช้บริการจากธนาคารอื่น มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ มีการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ธนาคารของรัฐบาล มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ความพึงพอใจโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ระดับความพึงพอใจโดยรวมในการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย	4.18	.619	พึงพอใจมาก
ความคุ้มค่าการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย	4.08	.638	คุ้มค่า

จากตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านระดับความพึงพอใจโดยรวมมีระดับพึงพอใจในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ในด้านความคุ้มค่าในการให้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน
โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 11

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	Levene's Test for Equality of Variances	F	Sig.	เพศ	t-test for Equality of Means					
					n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX (ครึ่ง/3 เดือน)	Equal variances assumed	.453	.501	ชาย	185	16.63	12.879	-.790	398	.430
				หญิง	215	17.76	15.376			
	Equal variances not assumed									
จำนวนเงินที่ทำรายการ (บาท/3เดือน)	Equal variances assumed	.050	.823	ชาย	185	199981.08	295485.84	-.327	398	.744
				หญิง	215	211767.44	406907.25			
	Equal variances not assumed									

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการ มีค่า Probability (prob.) เท่ากับ 0.501 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศ ชาย และเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variance assumed

จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มีค่า Probability (prob.) เท่ากับ 0.823 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศ ชาย และเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variance assumed

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างด้านเพศของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการ โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t – test เมื่อพิจารณาค่า Probability (p) เท่ากับ 0.430 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง

(H₁) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t – test เมื่อพิจารณาค่า Probability (p) เท่ากับ 0.744 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

อายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀ : อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H₁ : อายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H₀ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H₁ : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene test

พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	LeveneStatistic	df1	df2	Prob.
c				
ความถี่ในการใช้บริการบัตร K-MAX (ครั้ง/3เดือน)	.10.750**	4	395	.000
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	2.578*	4	395	.037

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ พบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีค่า Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มอายุแต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มีค่า Prob.เท่ากับ .037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มอายุแต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX		Statistic	df1	df2	Prob.
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX (ครั้ง/3เดือน)	Brown-Forsythe	7.919**	4	292.804	.000
จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย/3 เดือน	Brown-Forsythe	5.048**	4	293.096	.001

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนมีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

อายุ	$\bar{X}$	16 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 – 65 ปี
		12.09	17.74	14.64	23.31	15.21
16 – 25 ปี	12.09		-5.65* (.014)	-2.55 (.749)	-11.21** (.000)	-3.11 (.785)
26 – 35 ปี	17.74			3.10 (.461)	-5.56 (.201)	2.54 (.919)
36 – 45 ปี	14.64				-8.66** (.004)	-.56 (1.00)
46 – 55 ปี	23.31					8.10* (.033)
56 – 65 ปี	15.21					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 16 – 25 ปี กับอายุ 26 – 35 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีอายุ 16 – 25 ปี มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.65 ครั้ง/3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 16 – 25 ปี กับอายุ 46 - 55 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีอายุ 16 – 25 ปี มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46 – 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 11.21 ครั้ง/3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 36 – 45 ปี กับอายุ 46 - 55 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46 – 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.66 ครั้ง/3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 46 - 55 ปี กับอายุ 56 - 65 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีอายุ 46 – 55 ปี มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มากกว่าผู้ที่มีอายุ 56 – 65 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8.10 ครั้ง/3 เดือน

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันกับพฤติกรรม
การใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย
ต่อ 3 เดือน โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

อายุ		16 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 – 65 ปี
$\bar{X}$		116066.04	215536.00	122873.68	307943.18	273358.97
16 – 25 ปี	116066.04		-99493.96 (.354)	-6807.65 (1.00)	-191877.14** (.001)	-157292.94 (.129)
26 – 35 ปี	215536.00			92662.32 (.432)	-92407.18 (.641)	-57822.97 (.993)
36 – 45 ปี	122873.68				-185069.50** (.001)	-150485.29 (.158)
46 – 55 ปี	307943.18					34584.21 (1.000)
56 – 65 ปี	273358.97					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 16 – 25 ปี กับอายุ 46 – 55 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีอายุ 16 – 25 ปี มีจำนวนเงินในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46 – 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 191,877.14 บาท/3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 36 - 45 ปี กับอายุ 46 – 55 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีอายุ 36 - 45 ปี มีจำนวนเงินในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46 – 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 185,069.50 บาท/3 เดือน

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่า t โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t -test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 16

ตาราง 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรม การใช้บริการ บัตรเดบิต K- MAX	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	สถานภาพ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	P
ความถี่ในการ ใช้บริการบัตร เดบิต K- MAX	Equal variances assumed			โสด/ หม้าย/ แยกกัน	226	15.35	13.172			
	Equal variances not assumed	5.879**	.016	อยู่/หย่า ร้าง	174	19.68	15.273	-2.985**	341.719	.003
				และสมรส/ อยู่ด้วยกัน						
จำนวนเงินที่ ทำรายการ เฉลี่ยต่อ 3 เดือน	Equal variances assumed			โสด/ หม้าย/ แยกกัน	226	148612.83	196462.44			
	Equal variances not assumed	18.764**	.000	อยู่/หย่า ร้างและ สมรส/อยู่ ด้วยกัน	174	281264.37	487399.56	-3.385**	216.385	.001

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการ มีค่า Probability (prob.) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของสถานภาพ โสด/หม้ายแยกกัน

อยู่/หย่าร้าง และสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal not variance assumed

จำนวนเงินที่ทำรายการต่อ 3 เดือน มีค่า Probability (prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของสถานภาพ โสด/หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง และสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal variance not assumed

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างด้านสถานภาพของผู้ใช้บริการ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการ โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t - test เมื่อพิจารณาค่า Probability (p) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานสมรส/อยู่ด้วยกัน มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่ากลุ่มโสด/หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง

ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยใช้สถิติการทดสอบ Independent t - test เมื่อพิจารณาค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีจำนวนเงินที่ทำรายการมากกว่ากลุ่มโสด/หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบ

เชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาโดยใช้ Levene test

พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	LeveneStatistic	df1	df2	Prob.
c				
ความถี่ในการใช้บริการบัตร K-MAX (ครั้ง/3เดือน)	5.019**	2	397	.007
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	13.476**	2	397	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา พบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีค่า Prob.เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับการศึกษา แต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มีค่า Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับการศึกษาแต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการต่อ 3 เดือน จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX		Statistic	df1	df2	Prob.
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX (ครั้ง/3 เดือน)	Brown-Forsythe	7.753**	2	393.424	.000
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	Brown-Forsythe	3.352*	2	226.241	.037

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิขซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนมีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิขซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้ บริการบัตรเดบิต K-MAX โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		15.66	20.07	13.91
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.66		-4.41** (.006)	1.75 (.370)
ปริญญาตรี	20.07			6.16** (.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	13.91			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันรายคู่โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับ ต่ำกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการใช้ บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ครั้ง/ 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับ ปริญญาตรี มีความถี่ในการใช้ บริการบัตรเดบิต K-MAX มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 6.16 ครั้ง/ 3 เดือน

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		264066.43	174491.43	173524.39
ต่ำกว่าปริญญาตรี	264066.43		89575.00* (.027)	90542.04 (.068)
ปริญญาตรี	174491.43			967.04 (.984)
สูงกว่าปริญญาตรี	173524.39			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ที่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรี จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันรายคู่โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวนเงินในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 89,575 บาทต่อ 3 เดือน

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

อาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 21

ตาราง 21 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพโดยใช้ Levene test

พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	LeveneStatistic	df1	df2	Prob.
c				
ความถี่ในการใช้บริการบัตร K-MAX (ครั้ง/3เดือน)	6.273**	2	397	.002
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	39.337**	2	397	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพ พบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีค่า Prob.เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับอาชีพ แต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มีค่า Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับอาชีพแต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนจำแนกตามระดับอาชีพ

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX		Statistic	df1	df2	Prob.
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX (ครั้ง/3 เดือน)	Brown-Forsythe	5.631**	2	198.711	.004
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	Brown-Forsythe	17.901**	2	110.970	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำแนกตามอาชีพ โดยการใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนมีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับพฤติกรรม
การใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตร
เดบิต K-MAX โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา/ยังไม่ ประกอบอาชีพ/ พ่อแม่/แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ข้าราชการ	ธุรกิจส่วนตัว/ อิสระ/อื่น ๆ
$\bar{X}$	13.62	16.50	21.25
นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ ประกอบอาชีพ/พ่อแม่/ แม่บ้าน	13.62	-2.88 (.256)	-7.63** (.006)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ข้าราชการ	16.50		-4.75 (.065)
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ	21.25		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/พ่อแม่/
แม่บ้าน กับอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.006
ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน/
นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/พ่อแม่-แม่บ้าน มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX
น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่าง
เฉลี่ยเท่ากับ 7.63 ครั้ง/ 3 เดือน

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับพฤติกรรม
การใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ
เฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา/ยังไม่ ประกอบอาชีพ/ พ่อแม่/แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน/ ข้าราชการ	ธุรกิจส่วนตัว/ อิสระ/อื่น ๆ
	$\bar{X}$ 61491.38	162053.06	404711.34
นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ ประกอบอาชีพ/ พ่อแม่-แม่บ้าน	61491.38	-100561.68** (.000)	-343219.96** (.000)
พนักงานบริษัทเอกชน/ ข้าราชการ	162053.06		-242658.28** (.001)
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ	404711.34		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/
พ่อแม่ - แม่บ้าน กับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า
Prob, เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี
อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/พ่อแม่/แม่บ้าน มีจำนวนในการทำรายการเฉลี่ย
ต่อ 3 เดือน น้อยกว่า ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 100,561.68 บาท ต่อ 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบอาชีพ/พ่อแม่/แม่บ้าน กับอาชีพ
ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01
หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา/ยังไม่ประกอบ
อาชีพ/พ่อแม่ - แม่บ้าน มีจำนวนในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่า ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจ
ส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 343,219.96
บาทต่อ 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob, เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ มีจำนวนในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่า ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ/อื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 242,658.28 บาท / 3 เดือน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และถ้าค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตาราง 25

ตาราง 25 การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้ต่อเดือนโดยใช้ Levene test

พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	LeveneStatistic	df1	df2	Prob.
c				
ความถี่ในการใช้บริการบัตร K-MAX (ครั้ง/3เดือน)	4.599*	2	397	.011
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	20.184**	2	397	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้ต่อเดือน พบว่าด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีค่า Prob.เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับรายได้ต่อเดือน แต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน มีค่า Prob.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับรายได้ต่อเดือน แต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX และด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX		Statistic	df1	df2	Prob.
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX (ครั้ง/3 เดือน)	Brown-Forsythe	12.930**	2	383.019	.000
จำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน	Brown-Forsythe	33.117**	2	276.147	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน โดยการใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือนมีความน่าจะเป็น (Prob.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	12.32	16.92	20.38
น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	12.32		-4.60* (.016)	-8.05** (.000)
15,001 – 25,000 บาท	16.92			-3.45* (.043)
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	20.38			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท กับ 15,001 – 25,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ครั้ง/ 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท กับ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 8.05 ครั้ง/ 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท กับ รายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ครั้ง/ 3 เดือน

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยทดสอบแบบ Dunnett T3

รายได้ต่อเดือน		น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	56373.87	160257.14	323054.35
น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท	56373.87		-103883.27** (.000)	-266680.47** (.000)
15,001 – 25,000 บาท	160257.14			-162797.20** (.000)
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	323054.35			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท กับ 15,001 – 25,000 บาท จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob, เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท มีจำนวนในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 103,883.27 บาท / 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท กับ รายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob, เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท มีจำนวนในการทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 266,680.47 บาท / 3 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท กับ รายได้มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป จากการวิเคราะห์พบว่า ค่า Prob, เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า ผู้ใช้บริการแตกต่างกันเป็นรายคู่โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 มีจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 162,797.20 บาทต่อ 3 เดือน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ รูปลักษณ์, ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย, วงเงินในการใช้บริการ, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการที่ตู้ ATM, ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้ ATM, ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตร และสิทธิพิเศษจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวถ้ามีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานของ (H_1) นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง 29

ตาราง 29 แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย	.102*	.041	ต่ำ
2. ความเชื่อถือได้และความปลอดภัยของระบบ	.075	.135	ไม่มีความสัมพันธ์
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม	.105*	.037	ต่ำ
4. ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือรักษาอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลไม่เกิน 5,000 บาท/ครั้ง	.155**	.002	ต่ำ
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี	.140**	.005	ต่ำ
6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำการรายการ	.106*	.034	ต่ำ
7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม	.025	.622	ไม่มีความสัมพันธ์
8. ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX	.016	.757	ไม่มีความสัมพันธ์
9. สิทธิพิเศษจากบัตร เช่น สามารถกดซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ VISA	.019	.711	ไม่มีความสัมพันธ์

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ /3 เดือนของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ทัศนคติ เรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.102 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทัศนคติ เรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัยดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติ เรื่อง ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติ เรื่องความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องวงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.105 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทัศนคติเรื่อง วงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสมมากขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติ เรื่องประโยชน์ด้านการคุ้มครอง พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.155 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทัศนคติเรื่อง ประโยชน์ด้านการคุ้มครองดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.140 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทัศนคติเรื่อง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.106 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทัศนคติเรื่อง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.622 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.757 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง สิทธิพิเศษจากบัตร พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านความถี่ของการใช้บริการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.711 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องสิทธิพิเศษจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการ ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยครั้งต่อ 3 เดือน

ทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ใน ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย	.058	.244	ไม่มีความสัมพันธ์
2. ความเชื่อถือได้และความปลอดภัยของระบบ	.056	.267	ไม่มีความสัมพันธ์
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม	.032	.519	ไม่มีความสัมพันธ์
4. ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือรักษาอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลไม่เกิน 5,000 บาท/ครั้ง	.035	.500	ไม่มีความสัมพันธ์
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี	.036	.476	ไม่มีความสัมพันธ์
6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ	.030	.550	ไม่มีความสัมพันธ์
7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม	.144*	.022	ต่ำ
8. ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX	.103*	.040	ต่ำ
9. สิทธิพิเศษจากบัตร เช่น สามารถกดซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ VISA	.059	.240	ไม่มีความสัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ทัศนคติ เรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.244 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องวงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.519 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องวงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องประโยชน์ด้านการคุ้มครอง พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.500 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.550 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขต กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทศนคติ เรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.114 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทศนคติเรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม ดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทศนคติ เรื่อง ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.103 นั่นคือตัวแปรทั้งสองข้างต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ถ้าทศนคติเรื่อง ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX ดีขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ทศนคติ เรื่อง สิทธิพิเศษจากบัตร พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.240 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติ เรื่องสิทธิพิเศษจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวถ้า

มีค่า Sig (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานของ (H_1) นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงความทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร	ความพึงพอใจโดยรวม		
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	.043	.394	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	.062	.215	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 31 ใช้การทดสอบค่าทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวม กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.394 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่รายการโดยเฉลี่ย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.215 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 32 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	T-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	T-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.3 สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	T-test	สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	T-test	สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	Brown – Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 32 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.6 รายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน		
- ความถี่ในการใช้บริการ	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย	Brown - Forsythe	สอดคล้องตามสมมติฐาน
2. ทศ น ค ตี ของ ผู้ ใช้ บ ริ ก า ร มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร		
2.1 ทศ น ค ตี ของ ผู้ ใช้ บ ริ ก า ร มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ		
1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
2. ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
4. ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 33 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
8. ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
9. สิทธิพิเศษจากบัตร	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
2.2 ทศนคติ ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ยต่อ 3 เดือน		
1. รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสม้ย	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
2. ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
3. วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
4. ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
5. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
6. ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
7. ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
8. ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX	Pearson Correlation	สอดคล้องตามสมมติฐาน
9. สิทธิพิเศษจากบัตร	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
3. พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร		
- ความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
- จำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย 3 เดือน	Pearson Correlation	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง ทศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดในธุรกิจธนาคาร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ รูปลักษณ์ ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย วงเงินในการใช้บริการ ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ความสะดวกของสถานที่ตั้งตู้เอทีเอ็ม ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตร และสิทธิพิเศษจากบัตรที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

- 1.ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน
- 2.ทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ซึ่งได้แก่ รูปลักษณ์, ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย, วงเงินในการใช้บริการ, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของ

ค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการที่ตู้ ATM, ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม, ความสะดวกในบริการร้านค้ารับบัตร, และสิทธิพิเศษจากบัตร, มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจและการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของนราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี (2547 :104) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 380 คน สุ่มเพิ่ม 20 คน จะได้เท่ากับจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสาขานาครที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้บริการมากที่สุด เป็นจำนวน 4 สาขาอันได้แก่ สาขานางเลิ้ง สาขาสยามพารากอน สาขาเทเวศน์ สาขาหลานหลวง (สำนักงานเขตการขยายและบริการที่ 6. 2554: 17)

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ โควต้า โดยกำหนดเป็น สาขาละ 100 ตัวอย่าง ดังนี้

2.1 สาขานางเลิ้ง	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.2 สาขาสยามพารากอน	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.3 สาขาเทเวศน์	จำนวน	100	ตัวอย่าง
2.4 สาขาหลานหลวง	จำนวน	<u>100</u>	ตัวอย่าง
รวมทั้งหมด		<u>400</u>	ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีแบบสะดวก (convenience sampling) โดยเลือกจากผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์บัตรเดบิต K-MAX ของบมจ.ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ตัวอย่าง ตามที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับด้านลักษณะส่วนบุคคล แบบสอบถามเป็นลักษณะถามแบบเลือกตอบเพียงคำถามเดียว และเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended response question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และโดยคำถามแต่ละข้อแสดงประเภทของข้อมูลได้ดังนี้

- ข้อ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อ 3 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อ 4 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- ข้อ 7 ปัจจุบันท่านใช้บริการบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทยประเภทใด (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัตรเดบิต K-MAX จำนวน 9 ข้อ ซึ่งข้อคำถามทั้งหมด ใช้คำถามปลายปิด แบบ Numerical Rating Scale ลักษณะตัววัดแบบ Likert Scale

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ Semantic differential จำนวน 2 ข้อ เป็นลักษณะของคำถามแบบปลายเปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราส่วน (Ratio

Scale) จำนวน 3 ข้อ และอีก 2 ข้อ เป็นลักษณะถามแบบเลือกตอบเพียงคำถามเดียว เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended) รวมเป็น 7 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ เป็นลักษณะของแบบสอบถาม Semantic differential มีระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer plus) (กัลยา วาณิชบัญชา. 2538) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ได้รับคำตอบที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่ระบุไว้
2. การบันทึกข้อมูลลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้สำหรับแบบสอบถามที่เป็นแบบปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัสโดยลงในแบบบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์
4. การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)
5. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ธนาคารกสิกรไทย วิเคราะห์และอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

1.2 นำข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 นำข้อมูลความพึงพอใจโดยรวม ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ T-test และ One-Way Anova

สมมติฐานที่ 2 ทศณคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ รูปลักษณ์ สีสนั ทนสมัย ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย วงเงินในการใช้บริการ ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม ความสะดวกในการบริการร้านค้ารับบัตร และ สิทธิพิเศษจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และเพศชายจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2

อายุ

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาคือ อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อายุ 46 – 55 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 16 – 25 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ อายุ 56 – 65 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

สถานภาพ

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาก็คือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาก็คือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

อาชีพ

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาก็คือ ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ยังไม่ประกอบอาชีพ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า/เท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และรายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

การใช้บัตรของธนาคารกสิกรไทย

แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 และ ใช้บริการบัตรเอทีเอ็มกสิกรไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก คือ ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 รองลงมาคือ สิทธิพิเศษจากบัตร เช่นสามารถูดซื้อสินค้าหรือบริการที่มีสัญลักษณ์ VISA มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม (วงเงินเบิกถอน 50,000 บาท/วัน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือคุ้มครองอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ 5,000 บาท/ครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในระดับดี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี (550 บาท/ปี) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เช่น การโอนเงินผ่านตู้ ATM (โอนต่างธนาคารไม่เกิน 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 25 บาท/ครั้ง และโอนต่างธนาคารตั้งแต่ 10,000 บาท แต่ไม่เกิน 30,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 35 บาท/ครั้ง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย โดยเฉลี่ย 17 ครั้ง/ 3 เดือน ต่ำสุดที่ 2 ครั้ง/3 เดือน และสูงสุดที่ 82 ครั้ง/3 เดือน

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ยต่อ 3 เดือน โดยประมาณ 206,316.25 บาท ต่ำสุดที่ 500 บาท และสูงสุดที่ 3,000,000 บาท

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาถือครองบัตรเดบิต K-MAX โดยเฉลี่ยประมาณ 1.13 ปี ต่ำสุดที่ 1 ปี และสูงสุดที่ 3 ปี

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านถ้าบัตรเดบิต K-MAX หายอายุผู้ให้บริการมีความประสงค์จะใช้บริการต่อหรือไม่ พบว่า ผู้ให้บริการมีความประสงค์จะใช้บริการต่อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความประสงค์ที่จะเปลี่ยนประเภทบัตร พบว่า ผู้ให้บริการไม่มีความประสงค์ที่จะเปลี่ยนประเภทบัตร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87

ท่านใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทยในช่วงเวลาใดมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในช่วงเวลาไม่แน่นอน มีจำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 6.00 – 12.00 น. มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ช่วงเวลา 12.01 – 18.00 น. มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และช่วงเวลา 18.01 – 23.00 น. มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ท่านใช้บริการ บัตรเดบิตที่มีประกันอุบัติเหตุของธนาคารใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากธนาคารกสิกรไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการใช้บริการจากธนาคารอื่น มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ มีการใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ธนาคารของรัฐบาล มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็ก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวม ต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ในด้านความคุ้มค่าในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX มีระดับความคุ้มค่าในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยในด้านความถี่ในการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ / 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำการ/ 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกรุงไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการ
บัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำการ bayar/ 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ/ 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ/ 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต K-MAX ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ/ 3 เดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ รูปลักษณ์ สี สัน ทนสมัย , ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย, วงเงินในการใช้บริการ, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการที่ตู้ ATM, ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้ ATM, ความสะดวกในการบริการร้านค้ารับบัตร และสิทธิพิเศษจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณา ทศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อ 3 เดือน ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ทศนคติ เรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทศนคติ เรื่อง ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องวงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่องประโยชน์ด้านการคุ้มครอง มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง สิทธิพิเศษจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณา ทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้าน จำนวนเงินที่ทำรายการเฉลี่ย/3เดือน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ทัศนคติ เรื่องรูปลักษณะบัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง ความเชื่อถือได้ และความปลอดภัยของระบบ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องวงเงินในการใช้บริการ/วันในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่องความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่อง ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ทัศนคติ เรื่อง สิทธิพิเศษจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณา พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ในด้านความถี่ในการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของผู้บริโภคในเขต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในด้านจำนวนเงินที่รายการโดยเฉลี่ย พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง ทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีเพศ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีทั้งเพศชายและเพศหญิงจึงไม่เห็นถึงความแตกต่างในการใช้บัตรเครดิต K-MAX และอีกนัยหนึ่งส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายก็ต้องการได้รับความสะดวกและการคุ้มครองจากการใช้บัตรเครดิต K-MAX ด้วยกันเกือบทั้งสิ้นเพราะไม่ต้องพกเงินสดเป็นจำนวนมากและมีความเชื่อถือในด้านการคุ้มครองอุบัติเหตุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรวลัย ต้นอึ้ง (2549) พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จ.ชลบุรี ปัจจัยด้านเพศ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ผู้ใช้บริการที่มีอายุ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มอายุ 26-35 มีจำนวนมากสุด 125 คน เนื่องจากบุคคลที่มีอายุมากอาจมีความถี่ในการใช้บริการมาก หรือมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ อันเนื่องมาจากการทำงาน หรือความจำเป็นในการใช้บริการ รวมถึงจำนวนเงินที่ทำรายการก็อาจจะสูงมากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรวีร์ (2541) ได้ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปจะมีการใช้บัตรมากกว่าช่วงอื่น และสอดคล้องทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2541 :38-39) อายุ มีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมันเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย

ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสถานภาพโสด/หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง มากสุด จำนวน 226 คนอาจเป็นเพราะสถานภาพอาจเป็นตัวกำหนดการใช้จ่าย และอำนาจในการถือครอบบัตรเครดิตK-MAX เช่น ผู้ที่มีสถานภาพโสด อาจมีการใช้จ่ายบ่อย หรือมีความจำเป็นในการซื้อของมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศร ชุ่มอิทรจักร (2541: บทคัดย่อ) การวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบัตรเครดิตเอทีเอ็ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำวัน หรือประจำทุกเดือน และมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน มีเหตุผลการใช้บริการธนาคารด้วยบัตรเครดิตเอทีเอ็มเพราะสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สูงกว่ากลุ่มอื่นในลักษณะเดียวกัน และสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ของKolter (2003). Marketing Management สถานภาพทางครอบครัวเป็นปัจจัยทางสังคมซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน

พฤติกรรม และมีผลกระทบต่อปัจจัยภายในที่เป็นอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Buyer's characteristic)

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันไปพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 175 คน อาจเป็นเพราะว่าระดับการศึกษานั้นอาจจะส่งผลต่อทัศนคติในการใช้จ่าย การเก็บเงิน และการทำธุรกรรมต่าง ๆ กับทางธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศานติ ถาวรสุวรรณ (2546: บทคัดย่อ) ได้แสดงให้เห็นว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ที่ต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต Easy Card ต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จินตนา พรหมมา (2546: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อบริการที่ปรึกษาทางการเงินของลูกค้าธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน ล้วนมีผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ หรือพฤติกรรมความต้องการคำแนะนำทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 135) ได้อธิบายไว้ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าคุณภาพต่ำ สะท้อนให้เห็นถึงรสนิยมที่สูงขึ้น และอาจนำไปสู่การมุ่งเสริมภาพลักษณ์ด้วยบัตรเดบิต เพื่อซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และตราयीห่อที่เป็นที่นิยม และมีระดับราคาสูงขึ้นได้ด้วยเช่นกัน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ แตกต่างกันไปพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 245 คน อาจเป็นเพราะว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ อาจจะมีการใช้บริการในด้านของค่า และจำนวนเงินมากกว่า อาชีพอื่น ๆ ที่ได้รับเงินเป็นเงินเดือนที่มีจำนวนที่แน่นอนในการประกอบธุรกิจจำเป็นต้องมีธุรกรรมทางการเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่นการโอนเงินระหว่างคู่ค้า หรืออาจเป็นเพราะการให้บริการของเคาน์เตอร์ที่ล่าช้าจึงทำให้มีความถี่ในการใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ชุ่มอินทรจักร (2541: บทคัดย่อ) การวิเคราะห์อุปสงค์สำหรับบัตรเอทีเอ็ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีเหตุผลการใช้บริการด้วยบัตรเอทีเอ็มเพราะความล่าช้าในการบริการที่เคาน์เตอร์ และสอดคล้องกับทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2529. : 312-315) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 184 คน อาจเป็นเพราะว่าผู้ที่มีรายได้ที่สูงอาจจะมีคามถึในการใช้บริการ และจำนวนเงินที่ทำรายการในแต่ละครั้งสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรวีร์ (2541) ได้ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต โดยพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 41,001 บาทต่อเดือน จะมีการใช้บัตรมากกว่าระดับรายได้อื่น ๆ อันเนื่องมาจากรายได้ อาจจะเป็นตัวกำหนดความต้องการในการการซื้อของมากขึ้น ทำให้มีถอนเงินเพื่อซื้อของนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น และรายได้เป็นตัวกำหนดความมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2529: 312 – 315) รายได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล

สมมติฐานข้อ 2 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ได้แก่ รูปลักษณ์ สีสนั ทนสมัย, ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย, วงเงินในการใช้บริการ, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการที่ตู้ ATM, ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้ ATM, ความสะดวกในการบริการร้านค้ารับบัตร และสิทธิพิเศษจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ให้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

2.1 ทัศนคติ ของผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถึในการใช้บริการ ดังนี้

ทัศนคติในเรื่องรูปลักษณ์บัตร ขนาด สีสนั ทนสมัย, วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิกถอนเงินสดมีความเหมาะสม, ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถึในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า ลูกค้่าอาจจะมีทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร และการใช้บริการจากบัตร K-MAX การให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจทำให้มีการใช้ประโยชน์จากบัตร K-MAX ได้คุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ งามวงศ์ (2553) ทัศนคติของลูกค้่าธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ETM (e-money ATMหรือ e-TM) พบว่า ทัศนคติของลูกค้่าในด้านเทคโนโลยีความทันสมัย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี และสอดคล้องชิฟแมน และคานุก (Schiffman; & kanuk. 1994:657) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงที่เรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความพึงพอใจ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ เป็นต้น

ทัศนคติในเรื่อง ความเชื่อถือได้ ความปลอดภัยของระบบ ความสะดวกของสถานที่ตั้ง ของตู้เอทีเอ็ม ความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX และสิทธิพิเศษจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการมีความเชื่อถือของระบบ สถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็มมีหลายแห่งจนเป็นที่เพียงพอในการใช้บริการ ร้านค้าที่รับบัตรเดบิต หรือ เครดิตมีจำนวนมาก รวมถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ในปัจจุบันมีเพียงพอ จึงทำให้ไม่ได้เป็นปัญหาในการถือครองบัตร และจำนวนความถี่ในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา นกน้อย (2552: บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องพฤติกรรม และการรับรู้คุณภาพจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการรับรู้คุณภาพบริการที่ได้รับเป็น อย่างดีทั้งในด้านการจับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการต่อลูกค้าที่มา รับบริการ ความเชื่อมั่น และการเอาใจใส่ลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ตรีทิพ บุญแย้ม (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ของผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้น้อย ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ทัศนคติ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความสัมพันธ์กับ การตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ทัศนคติ ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย ดังนี้

ทัศนคติในเรื่อง ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม และความสะดวกในการ บริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจ เป็นเพราะ ก่อนที่ทำการสมัครบัตรผู้ใช้บริการต้องมีการตัดสินใจ หรือนึกถึงว่า สถานที่ตั้งของตู้ เอทีเอ็มว่าสามารถรองรับความต้องการของการเบิกเงินของผู้ใช้บริการเพียงพอหรือไม่ รวมถึง ความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านบัตรว่ามีเพียงพอมากน้อยเพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรวลัย ต้นอึ้ง (2549) พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรี อยู่ยรา จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการมีการตัดสินใจ วางแผน และพิจารณาก่อนการใช้บัตรเครดิต คำนึงถึงรายได้ รายจ่ายก่อนการตัดสินใจใช้บัตร พิจารณาผลดีระหว่างการใช้บัตรเครดิตด้วยบัตร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (พร นิภา ชีพสวัสดิภาพ; และคณะ, 2544, อ้างอิงจาก Philip Kotler. P. 8) ในเรื่องของกระบวนการ ตัดสินใจของผู้บริโภคที่ต้องมีการคิด และการวางแผนก่อนการตัดสินใจซื้อ

ทัศนคติในเรื่องของ รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย ความเชื่อถือได้ และความ ปลอดภัยของระบบ วงเงินในการบริการ/วัน ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง ความเหมาะสมของ ค่าธรรมเนียมรายปี ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ สิทธิพิเศษจากบัตร ไม่ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ในด้านจำนวนเงินที่ทำรายการ โดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการไม่

เห็นความแตกต่างในเรื่องของรูปลักษณ์ของบัตร เนื่องจากมีลักษณะที่เหมือนกัน ความเชื่อถือของธนาคารที่ผู้ใช้บริการมีความเชื่อถืออยู่แล้วเนื่องจากเป็นธนาคารที่มั่นคง และเป็นธนาคารขนาดใหญ่ ทั้งนี้ผู้ใช้บริการอาจจะเห็นว่าค่าธรรมเนียมรายปี กับค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมต่าง ๆ มีความเหมือนกันทุกธนาคาร จึงไม่เห็นว่ามีความสำคัญกับการเบิกถอน รวมถึงประโยชน์ด้านการคุ้มครอง เกือบทุกธนาคารก็จะมีนโยบายด้านการคุ้มครองที่คล้าย ๆ กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีทิพ บุญแถม (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้น้อย พบว่า ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัตรเครดิตนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่าธรรมเนียมการใช้บริการ ไม่พบว่ามีผลสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต อาจเนื่องจากบัตรเครดิตที่ให้บริการปัจจุบันได้เสนอเงื่อนไขไว้ใกล้เคียงกัน จึงไม่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเล็งเห็นว่าเป็นประเด็นร่วมที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะว่า ลูกคามีความพึงพอใจในการบริการมากอยู่แล้ว จึงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในด้านความถี่ กับจำนวนเงินที่ทำรายการในแต่ละครั้งมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โอลิเวอร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2544: 19; อ้างอิงจาก Oliver. 1980: 460-469) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวการณ์แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อ และการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งสามารถเปลี่ยนความรู้สึกร่วมตามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษารายงานเรื่อง ทศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านลักษณะส่วนบุคคล

ผู้บริหารธนาคารควรเพิ่มช่องทางการให้บริการ ความสามารถในการให้บริการ และคุณภาพที่สม่ำเสมอในการบริการของบัตรเดบิต เช่น ความสามารถในการใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต ณ ต่างประเทศ, ความรวดเร็วในการจ่ายค่าสินไหมอันเนื่องมาจากอุบัติเหตุ เนื่องจากผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยมีอายุ 46 – 55 ปี, ระดับการศึกษาปริญญาตรี,

อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว /อิสระ/อื่น ๆ ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด

ผู้บริหารธนาคารควรให้ความใส่ใจเกี่ยวกับการให้บริการเสริมของธนาคาร มีการส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้บัตรเดบิต K-MAX เพิ่มมากขึ้น เช่น การเพิ่มให้การรักษาจากโรงพยาบาลในเครือ หรือโรงพยาบาลที่เข้าร่วมโครงการกับธนาคารกสิกรไทย โดยไม่ต้องสำรองจ่ายเมื่อเข้ารับการรักษา สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี

ผู้บริหารธนาคารควรมีการสอดแทรกความรู้หรือเนื้อหาที่จะเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต อาทิเช่น การประกันสุขภาพ การออมเงิน หรือส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิต K-MAX ในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เนื่องจากว่าระดับการศึกษา มีผลต่อการใช้จ่ายที่มากขึ้น

ผู้บริหารธนาคารควรมีการเพิ่มส่วนของการบริการเสริมให้กับทางผู้ถือบัตรเดบิต K-MAX อาทิเช่น รับโปรแกรมการตรวจสุขภาพฟรี เนื่องจากว่าผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลตนเอง จึงสามารถเพิ่มโปรแกรมการตรวจสุขภาพเข้าไปเพื่อให้ผู้ใช้บริการเห็นคุณค่าเพิ่ม และถือบัตรเดบิต K-MAX นานมากขึ้น

ผู้บริหารธนาคารควรมีการเพิ่มการส่งเสริมการขายด้วยส่วนลดร้านค้า หรือร้านอาหารต่าง ๆ เนื่องจากผู้ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีอำนาจในการใช้จ่ายสูง ดังนั้นทางธนาคารจำเป็นต้องทำให้บัตรมีคุณค่าเพิ่มในตัวเอง ทำให้ผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX หันมาสนใจในการใช้จ่ายผ่านบัตรมากขึ้น

2. ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ผู้บริหารธนาคารควรเพิ่ม และรักษาคุณภาพ การบริการ การออกแบบ รวมถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างเป็นธรรม ทำให้ลูกค้าไม่เห็นว่าธนาคารมีการเอาเปรียบจนเกินไป ตลอดจนประโยชน์ด้านความคุ้มครองในเรื่องของอุบัติเหตุ การจ่ายค่าสินไหมต้องเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นธรรม ในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีทัศนคติ เกี่ยวกับ รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทัน สมัย, วงเงินในการใช้บริการต่อวัน, ประโยชน์ด้านความคุ้มครอง, ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปี และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ ในด้านของความถี่ในการทำรายการ

ผู้บริหารธนาคารควรมีการเพิ่มบริการเสริม เช่น การมีศูนย์ Call Center ของบัตรเดบิต โดยเฉพาะ ให้ความช่วยเหลือปัญหา หรือบอกข้อมูลเพิ่มเติม หรือมีการให้ข้อมูลข่าวสารทางด้าน

การเงิน การออมของธนาคารผ่านทางตู้เอทีเอ็ม หรือ ทาง SMS ของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงทางธนาคารควรมีการเพิ่มเครื่องรูดบัตรอัตโนมัติ EDC แก่ร้านค้าที่รับบัตรให้มากขึ้น และไม่ควรรจำกัดวงเงินในการใช้บัตรเดบิตของลูกค้าเนื่องจากการใช้บัตรเดบิตนั้นจะเป็นการตัดเงินของลูกค้าภายในบัญชีทันทีซึ่งไม่ก่อผลเสียในการทำให้เป็นหนี้เสียแก่ทางธนาคาร ในกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีทัศนคติ เกี่ยวกับ ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม และความสะดวกในการบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX ในด้านของจำนวนเงินที่ทำรายการโดยเฉลี่ย

3. ด้านความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ผู้บริหารธนาคารควรรักษาระดับความพึงพอใจให้เท่าเดิม หรือเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ โดยการต่ออายุบัตรเดบิต K-MAX เมื่อถึงเวลา และควรมีการเพิ่มสิทธิพิเศษเพื่อให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการ กับค่าธรรมเนียมรายปีที่ทางผู้ใช้บริการจะต้องเสียให้กับทางธนาคาร รวมถึงควรมีการปรับปรุงตู้เอทีเอ็มสม่ำเสมอเพื่อการบริการด้วยความเป็นเลิศทางการเงิน ซึ่งสามารถรักษาระดับความพึงพอใจ และระดับความคิดเห็นในเรื่องความคุ้มค่าให้เป็นที่ประทับใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษา ภาพลักษณ์ และความภักดีที่มีต่อการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาบัตรเดบิตของธนาคารพาณิชย์ ไปเป็นบัตรอเนกประสงค์ที่เข้าร่วมกับธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสะดวกในการใช้จ่ายของผู้บริโภค
3. ศึกษาเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อนของบัตรเดบิตประกันอุบัติเหตุของธนาคารพาณิชย์ เพื่อคาดการณ์ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้บริการไปในทิศทางใด



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2544). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ โฟโต้ สตูดิโอ.
- (2546). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). จิตวิทยาบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จิรภูมิ ขนาน. (2549). การประเมินคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- (2542). เอกสารการสอนพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ตรีทิพย์ บุญแยม. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้น้อย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ : ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2515). พฤติกรรมผู้บริโภค. พระนคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2527). ผลิตภัณฑ์ธนาคาร. กรุงเทพฯ : บางกอกบล็อก.
- (2527). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี. กรุงเทพฯ.
- (2551). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี. กรุงเทพฯ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2551). สถิติเบื้องต้นเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บางกอกบล็อก.
- นราศรี ไหววานิชกุล; และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2547). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการ และทฤษฎี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2544). ทศนคติและพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มศว.ประสานมิตร.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2525). กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.

- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2537). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- พีระ จิระโสภณ.(2539). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2548). เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารการตลาด.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศรีรัตน์ ลีเฉลิมวงศ์. (2544). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครื่องเอ.ที.เอ็ม.
 ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย.
 ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : วิสัทธิ์พัฒนา.
 (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
 (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
 (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
 (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
 (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สิรสา เขียวถาวร. (2547). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการเครื่องเอทีเอ็มธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.
 วิทยานิพนธ์ บธ.ม บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร
- สุภาภรณ์ งามวงษ์. (2554). ทักษะคติของลูกค้าธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการใช้บริการเครื่อง ETM (e-money ATM หรือ e-TM). กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด และการวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- หลุยส์ จำปาเทศ. (2533). จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ : สามัคคีสาส์น.
- อดุลย์ จารัตุลกุล. (2542). การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bovee, Cortland L. and Tril. (1995). *Advertising excellence*. New York: McGraw-Hill.
 Brand Equity. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, Phillip. (1997). *Market management: analysis, planning, Implementation and control*. New Jersey: prentice-hall, Inc.

Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management: Millennium Ed.* New Jersey: Prentice Hall.

Morse, Nancy C. (1958). *Satisfaction in the White collar Job.* Michigan: University of Michigan Press.

Schffman ; & Kanuk. 1994 : 659 *Consumer Behavior.* New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Shiffman, Leon G ; & Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior.5th ed.* New Jersey : Prentice – Hall, Inc.







ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ทศนคติ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อ บัตรเดบิต K-MAX
3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX
4. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ บัตรเดบิต K-MAX

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดพิจารณาข้อความต่อไปนี้แล้วทำเครื่องหมาย ☒ หน้าช่องตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 16 – 25 ปี

☐ 2. 26 - 35 ปี

☐ 3. 36 - 45 ปี

☐ 4. 46 - 55 ปี

☐ 5. 56 - 65 ปี

3. สถานภาพ

☐ 1. โสด

☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน

☐ 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2. ยังไม่ประกอบอาชีพ

☐ 3. พ่อบ้าน / แม่บ้าน

☐ 4. พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 5. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 6. ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ

☐ 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
 ☐ 2. 15,001- 25,000 บาท
☐ 3. 25,001 – 35,000 บาท
 ☐ 4. มากกว่า 35,000 บาท

7. ปัจจุบันท่านใช้บริการบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตธนาคารกสิกรไทย ประเภทใด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. บัตรเอทีเอ็มกสิกรไทย
 ☐ 2. บัตรเดบิตกสิกรไทย
☐ 3. บัตรDebit K-My debit
 ☐ 4. บัตรDebit K-Max debit

ตอนที่ 2 ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อบัตรเดบิต K-MAX

8. โปรดระบุความคิดเห็นของท่าน ในการใช้ บัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย (โดยทำเครื่องหมาย /ในช่องว่างที่กำหนด ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ทัศนคติต่อบัตรเดบิต K-MAX	ไม่เห็นด้วย มากอย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
8.1 รูปลักษณ์บัตร ขนาด สี สัน ทนสมัย					
8.2 ความเชื่อถือได้และความปลอดภัย ของระบบ					
8.3 วงเงินในการใช้บริการ/วัน ในการเบิก ถอนเงินสดมีความเหมาะสม (วงเงินเบิก ถอน 50,000 บาท/วัน)					
8.4 ประโยชน์ด้านการคุ้มครอง คือ คุ้มครองอุบัติเหตุสูงสุด 200,000 บาท และเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ครั้งละไม่เกิน 5,000 บาท/ครั้ง					
8.5 ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมราย ปี (550 บาท/ปี)					

8.6 ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการทำรายการ เช่น การโอนเงินผ่านตู้ ATM (โอนต่างธนาคารไม่เกิน 10,000 คัดค่าธรรมเนียม 25 บาท/ครั้ง โอนต่างธนาคารตั้งแต่ 10,000 แต่ไม่เกิน 30,000 คัดค่าธรรมเนียม 35 บาท/ครั้ง)					
8.7 ความสะดวกของสถานที่ตั้งของตู้เอทีเอ็ม					
8.8 ความสะดวกในบริการร้านค้าที่รับบัตรเดบิต K-MAX					
8.9 สิทธิพิเศษจากบัตร เช่น สามารถูดซื้อสินค้าหรือบริการที่มีสัญลักษณ์ VISA เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX

9. ความถี่ในการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทยของท่าน.....ครั้ง/3 เดือน

10. จำนวนเงินที่ท่านทำรายการเฉลี่ย.....บาท/3เดือน

11. ระยะเวลาการถือครอง บัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของท่านประมาณ.....ปี

12. ถ้า บัตรเดบิต K-MAX ธนาคารกสิกรไทย ของท่านหมดอายุ ท่านประสงค์ใช้บริการต่อหรือไม่

ไม่ใช้ต่อแน่นอน...../...../...../...../.....ใช้ต่อแน่นอน

1 2 3 4 5

13. ท่านมีความประสงค์จะเปลี่ยนประเภทบัตรหรือไม่

เปลี่ยนแน่นอน...../...../...../...../.....ไม่เปลี่ยนแน่นอน

1 2 3 4 5

14. ท่านใช้บริการ บัตรเดบิต **K-MAX** ธนาคารกสิกรไทย ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

☐ 1. 6.00 – 12.00 น.

☐ 2. 12.01 – 18.00 น.

☐ 3. 18.01 – 23.00 น.

☐ 4. ไม่แน่นอน

15. ท่านใช้บริการ บัตรเดบิต ที่มีประกันอุบัติเหตุ ของธนาคารใดเพิ่มเติมนอกเหนือจากธนาคารกสิกรไทย

☐ 1. ธนาคารของรัฐบาล (ธนาคารกรุงไทย)

☐ 2. ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ (ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารทหารไทย)

☐ 3. ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา นครหลวงไทย และยูไนเต็ดโอเวอร์

ซีส์ (ไทย)

☐ 4. ธนาคารขนาดเล็ก(ธนาคารธนชาต, ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย)

☐ 5. ไม่ใช้บริการจากธนาคารอื่น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม ต่อการใช้บริการ บัตรเดบิต K-MAX



16.ระดับความพึงพอใจโดยรวมของท่านในการใช้ บัตรเดบิต **K-MAX** ของธนาคารกสิกรไทย

พึงพอใจน้อยที่สุด...../...../...../...../.....พึงพอใจมากที่สุด

1 2 3 4 5

17.ความคุ้มค่าการใช้บริการบัตรเดบิต K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย

ไม่คุ้มค่าอย่างยิ่ง...../...../...../...../.....คุ้มค่าที่สุด

1 2 3 4 5

****ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบคำถามข้างต้นทั้งหมด****



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ มณฑลวิทยาสัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ สช 0519.12 5/38

วันที่ ๔๕ กันยายน 2554

เรื่อง ขณบัญญัติเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายนิรุทธิ์ กอณชัยกรรม นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ทัศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ K-MAX ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ ดร.วรินทร์ สิริสุทธิกุล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ คณะบดีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รองศาสตราจารย์ ดร.ฉัททันต์ กุณิศร์ และ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลดา เป็นผู้เซ็นขานุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ อนุมัติให้ นายนิรุทธิ์ กอณชัยกรรม และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลดา เป็นผู้เชี่ยวชาญร่าง ขณบัญญัติ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายนิรุทธิ์ กอณชัยกรรม และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลดา เป็นผู้เชี่ยวชาญ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สัมปติวิมลกุล)

กณเดชน์ วิทยาลัย





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อสกุล	นายนิรุทธิ์ กอบชัยกรรม
วันเดือนปีเกิด	20 กรกฎาคม 2524
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	อู่พงษ์คอนโด 516/32 ซ.19 ถ.พระรามหก แขวงราชเทวี เขต ราชเทวี กทม.10400
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การตลาด บมจ.ธนาคารกสิกรไทย (สาขานางเลิ้ง) 245,247,249 ถ.นครสวรรค์ แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบ ศัตรูพ่าย กทม. 10100
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนคร
พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ