

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร  
ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร<sup>1</sup>**  
**FACTORS AFFECTING DECISION MAKING ON ELECTRONIC DATA CAPTURE  
(EDC) WITH TMBTHANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED  
IN BANGKOK**

มัทนา พัฒนะศรี<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เรื่องการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการตัดสินใจของผู้ประกอบการร้านค้า รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครเครื่องรูดบัตร ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เพื่อให้ธนาคาร บริษัท หรือผู้ให้บริการเครื่องรูดบัตร นำข้อมูลไปพัฒนา แก้ไขปรับปรุงการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ และเพิ่มโอกาสในการเพิ่มการสมัครเครื่องรูดบัตร กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้คือผู้ประกอบการที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2564 ถึง 2565 จำนวน 200 ราย ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์สถิติ Independent T test และ One way ANOVA พบว่ามี 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านลักษณะด้วยบุคคล เรียงตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจ เครื่องรูดบัตร ส่วนประสมทางการตลาด ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน)

**Abstract**

An independent study on factors affecting decision making on electronic data capture (EDC) with TMB Thanachart bank public company limited in Bangkok aims to survey entrepreneurial decisions and to study the factors affecting EDC machine application, such as marketing mix factors (7Ps) and demographic factors. In order to TMB Thanachart bank or facilitator of EDC bring the information to revise develop and

---

<sup>1</sup> บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

improve the service to meet the needs of entrepreneur and to increase the quantity of EDC application. The sample of this study was 200 entrepreneurs who decided to apply for EDC of TMB Thanachart Bank in Bangkok area since 2021 until 2022. The researcher collected data by questionnaires. Then analyze with the statistics of Independent T test and One way ANOVA. It was found that there were 3 marketing mix factors (7Ps) affect to the decision to apply for EDC of TMB Thanachart Bank in the Bangkok, the statistical significance at 0.05. That factors were price, channel of distribution and people, respectively. For the demographic factors, it was found that the different status, education and income per month affect the different EDC application of TMB Thanachart Bank in the Bangkok, the statistical significance at 0.05.

Keywords: Decision Making , Electronic Data Capture , Marketing Mix , TMB Thanachart Bank

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สภาพปัจจุบันของสังคมโลกที่ไร้พรมแดน ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ มิติ อาทิ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และเทคโนโลยีต่าง ๆ การอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร สาเหตุนี้ส่งผลให้พฤติกรรมของคนในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีความต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และเน้นความสะดวกสบาย เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลกระทบให้การแข่งขันด้านธุรกิจมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ทันสมัย บัตรเครดิตจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการเงินที่ใช้ชำระค่าสินค้าและการบริการแทนการชำระเงินสดที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แสดงถึงการมีจำนวนบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ด้วยลักษณะบัตรเครดิตมีขนาดเล็กกะทัดรัด ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถพกพาได้อย่างสะดวกโดยไม่ต้องนำเงินสดติดตัวไปเป็นจำนวนมาก เพื่อลดปัญหาและป้องกันอันตรายต่อชีวิต ธุรกิจดังกล่าวเป็นการให้สินเชื่อในระยะสั้นแก่ผู้ถือบัตรเครดิต โดยผู้ใช้บัตรเครดิตสามารถนำเงินสดมาชำระคืนแก่ผู้ออกบัตรเครดิตในภายหลังตามระยะเวลาที่กำหนด และสามารถใช้เป็นบัตรถอนเงินสดล่วงหน้าในยามฉุกเฉิน รวมทั้งสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มากมายที่ทางผู้ออกบัตรเครดิตได้นำเสนอแก่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิต เช่น ส่วนลดพิเศษจากร้านค้าที่ใช้บริการเครื่องรูดบัตรเครดิต (EDC) , สิทธิในการผ่อนชำระค่าสินค้าและการบริการ โดยปราศจากอัตราดอกเบี้ยต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่ให้บริการด้านบัตรเครดิตในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเป็นผลมาจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นจะเห็นได้จากการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรเครดิตควบคู่ไปกับธุรกิจไม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ได้รับการตอบรับที่ดี จากนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงการร่วมมือของผู้ประกอบการร้านค้าในการให้บริการต่าง ๆ ให้การตอบรับที่ดีจากการใช้บัตรเครดิตร่วมกับธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจบริการต่าง ๆ เป็นต้น ความสำเร็จในการใช้บัตรเครดิตกับกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายที่กระตุ้นนักท่องเที่ยวให้หันมาใช้บริการบัตรเครดิตมากขึ้น ทั้งนี้เป็นตอบ โจทย์สังคมโลกยุคใหม่ในการใช้ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต

ผู้ประกอบการร้านค้าและบริการจึงต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารับชำระสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าและบริการ ที่ตอบโจทย์ในสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) โดยรับชำระผ่านเครื่องรูดบัตรเครดิต (Electronic Data Capture) การมีช่องทางรับชำระเงินที่หลากหลายจะสามารถตอบโจทย์ลูกค้าสมัยใหม่ที่ชื่นชอบความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ครบวงจร ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ผู้ให้บริการทางการเงินหรือธนาคารต่าง ๆ จึงพัฒนาเครื่องรูดบัตร (Electronic Data Capture) ให้เป็นอุปกรณ์รับชำระเงินที่ทันสมัยและตอบโจทย์ผู้คนในยุคดิจิทัลมากที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาและทบทวนวรรณกรรมปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลวิจัยไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการส่งเสริมการขายขององค์การให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

### คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันหรือไม่
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร หรือไม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

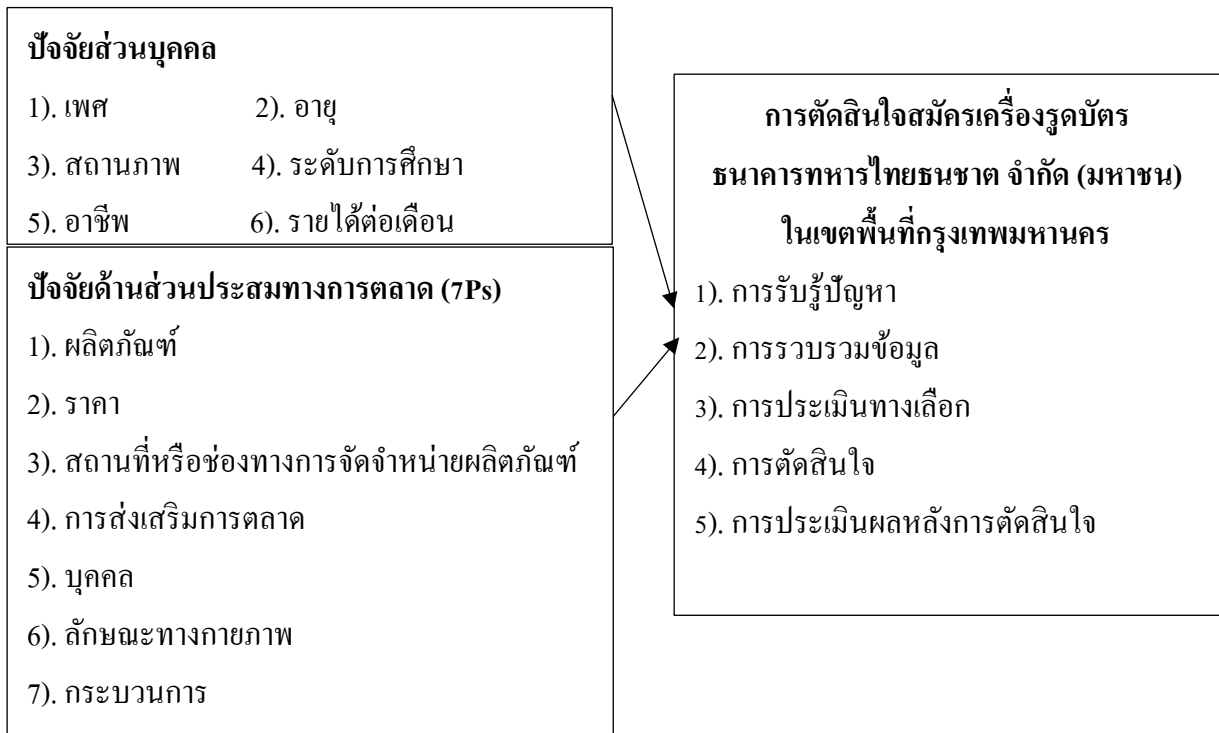
1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

### ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
4. การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. ข้อมูลทั่วไป
6. กรอบแนวคิดงานวิจัย

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามกับประชากรทั้งหมดจำนวน 200 คน โดยระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ขอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.5 คือ  $p = 0.5$  และ  $q = 0.5$  เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามแบบไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ของกลุ่มประชากรทั้งหมด

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในงานวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จำนวน 200 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามกับประชากรทั้งหมดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ขอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 0.5

### 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล แบ่งออกเป็น 7 ข้อ

1.1 เพศ

- 1.2 อายุ
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 สถานภาพ
- 1.5 ระดับการศึกษา
- 1.6 รายได้ต่อเดือน

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 2.2 ด้านราคา
- 2.3 ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 2.5 ด้านบุคคล
- 2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 2.7 ด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

1) เกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making)

- 1.1 การรับรู้ปัญหา
- 1.2 การรวบรวมข้อมูล
- 1.3 การประเมินทางเลือก
- 1.4 การตัดสินใจ
- 1.5 การประเมินผลหลังการตัดสินใจ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา คือแบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ฯ โดยมีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสามารถแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คือคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ

(Check-List) ซึ่งเป็นคำถามในลักษณะปลายปิด (Closeended Question) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบเท่านั้น จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คือคำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และการตัดสินใจผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ฯ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ คือ 0 ถึง 5 ระดับจากมากไปหาน้อย ตั้งแต่ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มาประเมินทำการทดสอบและวิเคราะห์ต่อไปตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) จำนวน 35 ข้อ ดังนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ
- 2) ด้านราคา จำนวน 5 ข้อ
- 3) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 5 ข้อ
- 5) ด้านบุคคล จำนวน 5 ข้อ
- 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 5 ข้อ
- 7) ด้านกระบวนการ จำนวน 5 ข้อ

โดยเกณฑ์ในการกำหนดระดับคะแนนเกี่ยวกับความเห็นในการตอบแบบสอบถาม ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) มีดังนี้ มากที่สุด ระดับคะแนน 5 , มาก ระดับคะแนน 4 , ปานกลาง ระดับคะแนน 3 , น้อย ระดับคะแนน 2 และ น้อยที่สุด ระดับคะแนน 1

เกณฑ์การประเมิน ผู้วิจัยได้ใช้หลักการแบ่งช่วงแบบอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยคะแนน 5 ระดับ คือ 0 ถึง 5 ระดับจากมากไปหาน้อย ตั้งแต่ระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ทั้งนี้การคำนวณหาค่าพิสัย กึ่งกลาง สามารถหาได้จากสูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการคำนวณสามารถแบ่งคะแนนได้ 5 ระดับ ซึ่งในแต่ละระดับมีขนาดระยะช่วง คือ 0.80 ทำให้ได้เกณฑ์ในการแปลความหมาย ได้ดังตาราง เกณฑ์ในการแปลผลของค่าเฉลี่ยของคะแนนในระดับต่าง ๆ

ตาราง เกณฑ์ในการแปลผลของค่าเฉลี่ยของคะแนนในระดับต่าง ๆ

ระดับความเห็น / ระดับการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ยของคะแนน
มีค่าระดับการให้ความสำคัญน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80
มีค่าระดับการให้ความสำคัญน้อย	ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60
มีค่าระดับการให้ความสำคัญปานกลาง	ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40
มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก	ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20
มีค่าระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making) ของผู้ประกอบการร้านค้าที่ตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ ศึกษาจาก 5 ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี (Decision Making) โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) จำนวน 25 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การรับรู้ปัญหา จำนวน 5 ข้อ
- 2) การรวบรวมข้อมูล จำนวน 5 ข้อ
- 3) การประเมินทางเลือก จำนวน 5 ข้อ
- 4) การตัดสินใจ จำนวน 5 ข้อ
- 5) การประเมินผลหลังการตัดสินใจ จำนวน 5 ข้อ

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

##### การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

4.1 ศึกษาและค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านค้ากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษางานวิจัยใช้กรอบแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการร้านค้า นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มาเป็นกรอบแนวความคิดและทฤษฎีตามหลักศาสตราจารย์ฟิลลิป คอตเลอร์

##### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

4.2 ผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) หาความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงการค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ งานวิจัย บทความต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความถูกต้องเชิง เนื้อหา (content validity) ก่อนนำไปทดลองใช้จริง

- 2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิจัย และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้
- 3) การรวบรวมข้อมูลจากข้อเสนอแนะและแนวทางการในการทำวิจัย จากอาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิจัย และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม
- 4) หาคความเชื่อมั่น (reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) รศ.ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2) ดร.วรินทร์ กังวานทิพย์ และ (3) คุณชน-พรพรรณ พิมพ์ศิริ ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย บริการหลังการขาย และผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท โพลีคิวบ์ จำกัด ช่วยพิจารณาตรวจสอบความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผู้ถามลำดับของคำถามและความถูกต้องของคำถาม แล้วนำมาแก้ไขข้อบกพร่องก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยคำถามที่มีข้อบกพร่องจะถูกตัดออกจากแบบสอบถามก่อนนำไปสอบถามผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อคัดเลือกตัวชี้วัดที่เหมาะสม
- 5) การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ในการเก็บข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลมี จำนวน 200 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่ใช้ประกอบการทำวิจัยสามารถจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

#### 5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

6. การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบและมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for Social Sciences) เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามสมมติฐานของการวิจัยโดยนำสมมติฐาน บทที่ 1 ใช้สถิติทดสอบ t-Test , F-Test (ANOVA) สมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ โดยกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์

## ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทย ชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้



1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผลการวิจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้ามีสัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 94 คิดเป็นร้อยละ 47 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ส่วนมากมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการร้านค้าจำนวนทั้งสิ้น 200 คน

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ (1). ปัจจัยด้านบุคคล พนักงานขายและเจ้าหน้าที่มีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีสามารถสร้างความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด) (2). ปัจจัยด้านบุคคล การแต่งกายและน้ำเสียง ความสุภาพของพนักงานขายและเจ้าหน้าที่สามารถสร้างความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก)(3). ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ มีคู่มือการใช้งานและคลิปวิดีโอสาธิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ภาพรวม 3 อันดับแรก ได้แก่ (1). การตัดสินใจ ในเรื่องตัดสินใจจากเครื่องรูดบัตรมีบริการแนะนำและแก้ไขปัญหาตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก) (2). การรับรู้ปัญหา ในเรื่องสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก) (3).การรับรู้ปัญหา ในเรื่องเครื่องรูดบัตรให้ประโยชน์กับผู้ประกอบการร้านค้าเมื่อสมัครใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (มีค่าระดับการให้ความสำคัญมาก)

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สรุปผลได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับพฤติกรรมต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตร ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ สรุปผลได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ และด้านกายภาพ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสมัครเครื่องรูดบัตร ฯ ที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคคล พนักงานขายและเจ้าหน้าที่มีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีสามารถสร้างความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ธนาคารทหารไทยธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ๆ จึงควรทำการศึกษาและวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่กันไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น
2. ควรทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจสมัครเครื่องรูด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ธนาคาร บริษัท หรือตัวแทนผู้ให้บริการเครื่องรูดบัตรเครดิต ๆ สามารถคิดค้น พัฒนา หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อการสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ๆ ของผู้บริโภคได้เฉพาะเจาะจงตรงตามรูปแบบของเครื่องรูดบัตรเครดิต ๆ มากขึ้น
3. ควรขยายขอบเขตของประชากรที่ต้องการศึกษาให้กว้างมากขึ้น โดยศึกษาข้อมูลของผู้ประกอบการร้านค้าที่นอกเหนือจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ ๆ ของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย ที่มีนักท่องเที่ยวไปใช้บริการ เพื่อให้สามารถนำมาวิเคราะห์ในหลากหลายมุมมองเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้า เนื่องจากมีสาขาครอบคลุมไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศ
4. ควรให้มีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสมัครเครื่องรูดบัตรเครดิต ๆ ที่มากกว่า 1 ธนาคาร เพื่อวิเคราะห์หาความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการร้านค้า
5. ควรศึกษาเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมความสนใจของผู้ประกอบการแต่ละธนาคาร บริษัท หรือตัวแทน เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้ประกอบการร้านค้าที่แท้จริง

## บรรณานุกรม

Armstrong, G., & Kotler, P. (1994). *Principles of Marketing* (6th ed.). Frenchs Forest, NSW: Pearson Education.

Etzel, Walker and Stanton. (2001). *Marketing*. 12th ed. New York : McGraw-Hill Companies, inc

Kotler Philip . (2000) . *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior* (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.

ชนันพัชร์ญ์ เอกรัตนวัฒน์. (2560) , ปัจจัยที่ส่งผลต่อการติดตั้งอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

ชลธิชา ศรีแสง. (2555) , การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กรณีการศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ

ญาณิสรา แก้วสุนทร. (2562) , ได้ศึกษาปัญหาสมาชิกร้านค้ารับบัตรเครดิตยกเลิกการใช้งานเครื่องรับรายการบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (EDC) ของธนาคารออมสิน