

ความคิดเห็นและพฤติกรรมในการบริโภคของผู้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ในการที่จะพัฒนาและปรับปรุงบริการให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและมูลเหตุจูงใจอันเป็นเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการและปัญหาที่เกิดขึ้น ตลอดจนแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบริการ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาช่วยในการวางแผนการตลาดในการที่จะเข้าถึงและจูงใจผู้บริโภคเป้าหมาย ให้ตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวตลอดไป

การศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมในการบริโภคของผู้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการออกแบบสอบถามและส่งพนักงานไปสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 แห่ง โดยมีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 305 ตัวอย่าง ซึ่งผลการสำรวจมีดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคออกเป็น 10 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แสดงถึง สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 2 แสดงถึง ประสิทธิภาพของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบ เกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 3 แสดงถึง ชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคถือ และบัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 4 แสดงถึง เหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 5 แสดงถึง สถานที่ วันเวลา จำนวนเงิน และอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 6 แสดงถึง ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับและความคาดหวังต่อการใช้บริการ
โอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

ส่วนที่ 7 แสดงถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการโอนเงิน
ณ จุดขาย

ส่วนที่ 8 แสดงถึง ปัญหาในการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

ส่วนที่ 9 แสดงถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเพิ่มสถานที่และบริการอื่น ๆ
ของบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 10 แสดงถึง ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนที่ 1 สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน จากสถานที่ติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ที่มีอยู่ในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ได้ผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เพศชายจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 50.49 และเพศหญิง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 49.51 ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ

คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนี้ สามารถจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ได้ตามตารางที่ 2, 3, 4 และ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2

แสดงอายุของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ระดับอายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	-	-
18 - 25 ปี	140	45.90
26 - 35 ปี	138	45.25
มากกว่า 35 ปี	27	8.85
รวม	305	100.0

ในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน เป็นผู้บริโภคที่มีอายุในช่วง 18 - 25 ปี และ 26 - 35 ปี มากที่สุด คือ 140 คน และ 138 คน คิดเป็นร้อยละ 45.90 และ 45.25 ตามลำดับ นอกจากนี้มีผู้บริโภคอายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.85 และไม่มีผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปีเลย

จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 - 35 ปี

ตารางที่ 3

แสดงระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	139	45.57
อาชีวะชั้นสูง/อนุปริญญา	65	21.31
ม.ศ.4 - ม.ศ.6/อาชีวะชั้นต้น	63	20.66
สูงกว่าปริญญาตรี	27	8.85
ต่ำกว่า ม.ศ.4	11	3.61
รวม	305	100.0

ในผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีมากที่สุด คือ 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.57 รองลงมา คือผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับอาชีวะชั้นสูง/อนุปริญญา มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.31 และผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับม.ศ.4 - ม.ศ.6/อาชีวะชั้นต้น มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.66 นอกจากนี้มีผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่า ม.ศ.4 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.85 และ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4

แสดงอาชีพของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	117	38.36
นักเรียน/นักศึกษา	60	19.67
พนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร	46	15.08
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	42	13.77
ค้าขาย	27	8.85
แม่บ้าน	7	2.30
อื่น ๆ	6	1.97
รวม	305	100.0

ในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง-
 เอกชน มีมากที่สุด คือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 38.36 รองลงมา คือ ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน/
 นักศึกษา มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.67 ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร
 มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.08 ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน
 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพค้าขาย มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ
 8.85 ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้าน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และผู้บริโภที่มีอาชีพอื่น ๆ
 (ทนายความ, พนักงานชั่วคราว, ทำธุรกิจส่วนตัว) มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.97

จากตารางที่ 4 นี้ มีข้อสังเกตคือ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย
 ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร มีจำนวนมากพอสมควร คือมากเป็นอันดับที่ 3 และมีจำนวน
 มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจเสียอีก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงาน
 /ลูกจ้างธนาคาร ทำงานเกี่ยวข้องกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย หรือทำงานอยู่ในองค์การที่เป็น
 ผู้ให้บริการดังกล่าว จึงย่อมรับรู้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับบริการนี้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5

แสดงรายได้ของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 บาท	33	10.82
2,000 - 4,000 บาท	114	37.38
4,001 - 6,000 บาท	68	22.29
6,001 - 8,000 บาท	38	12.46
8,001 - 10,000 บาท	22	7.21
มากกว่า 10,000 บาท	30	9.84
รวม	305	100.0

ในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีผู้บริโภคที่มีรายได้ 2,000 - 4,000 บาท มากที่สุด คือ 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.38 รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้ 4,001 - 6,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.29 เป็นผู้ที่มีรายได้ 6,001 - 8,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.46 เป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.82 เป็นผู้มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.84 และเป็นผู้ที่มีรายได้ 8,001 - 10,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.21 ของผู้ตอบทั้งหมด

ส่วนที่ ๒ ประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 6

แสดงถึงประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับการบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

สิ่งที่ทำให้ทราบบริการ	จำนวน	ร้อยละของจำนวนคำตอบ	ร้อยละของจำนวนผู้ตอบ
แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า	121	26.71	39.67
แผ่นโฆษณาของธนาคาร	96	21.19	31.48
พนักงานธนาคารแนะนำ	56	12.36	18.38
พนักงานห้างสรรพสินค้าแนะนำ	44	9.71	14.43
ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง	41	9.05	13.44
วารสาร, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์	38	8.61	12.79
วิทยุ, โทรทัศน์	34	7.51	11.15
อื่น ๆ	22	4.86	7.21
รวม	453	100	

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ถึงสื่อหรือแหล่งที่ทำให้รู้จักบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น ซึ่งผู้ตอบแต่ละคนจะสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (ในกรณีที่ทราบมาจากสื่อมากกว่า 1 ประเภท) ผลจากการสอบถามนี้ สรุปได้ว่า สื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย แล้วมาใช้บริการ ที่มีประสิทธิผลมากที่สุดคือ แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีผู้เลือกคิดเป็นร้อยละ 26.71 ของคำตอบทั้งหมด หรือหากคิดเป็นร้อยละ ต่อจำนวนผู้ตอบทั้งหมดแล้ว จะเห็นได้ว่ามีผู้ใช้บริการจำนวนถึง 121 คน จาก 305 คน คือร้อยละ 39.67 ที่ทราบบริการโอนเงิน ณ จุดขายจากแผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า

ส่วนสื่อที่มีส่วนในการสร้างความรู้จักบริการโอนเงิน ณ จุดขายให้ผู้บริโภครองลงมา คือ แผ่นปลิว หรือแผ่นโฆษณาของธนาคาร และพนักงานธนาคารเป็นผู้แนะนำ ซึ่งได้คะแนนคิด

เป็นร้อยละ 21.19 และ 12.36 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีสื่ออีกหลายประเภทที่ถูกเลือก เป็นคำตอบคิดเป็นร้อยละไม่มากนัก ตามตารางที่ 6 และสื่ออื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ทราบบริการ โอนเงิน ฅ จุดขาย เนื่องจากเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง ธนาคารอยู่แล้ว และบางส่วนที่ทราบเนื่องจากเคยใช้ที่ต่างประเทศ หรือทราบจากการเรียน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า สื่อในการแนะนำให้รู้จักและสามารถมีผลทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ โอนเงิน ฅ จุดขาย ที่ได้ผลที่สุดคือ "แผ่นโฆษณาชักชวนภายในห้างสรรพสินค้า" ซึ่งเป็นสื่อที่ ใกล้ตัวผู้บริโภคมากที่สุดในขณะนั้น หรือกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม กับเวลาจากที่สุดคือ ในขณะที่ผู้บริโภคกำลัง เดินช้อปปิ้งภายในห้างสรรพสินค้า จึงนับว่าเป็นข้อมูล ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนส่งเสริมการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ส่วนสื่ออีกประเภทหนึ่ง ซึ่งคาดว่าน่าจะมีประสิทธิผลสูงในการทำให้ผู้บริโภคใช้บริการ โอนเงิน ฅ จุดขาย เนื่องจากเป็นผู้เข้าถึงผู้บริโภคในเวลาที่เหมาะสม เช่นเดียวกัน คือ "พนักงานห้างสรรพสินค้า เป็นผู้แนะนำ" แต่กลับปรากฏว่าสื่อนี้มีผู้เลือกตอบเพียงร้อยละ 9.71 เท่านั้น

ตารางที่ 7

แสดงถึงประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา สื่อที่ทำให้ ทราบบริการ	ต่ำกว่า ม.ศ.4	มศ.4/มศ.6 อาชีวะชั้นต้น	อาชีวะชั้นสูง อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
แผ่นโฆษณาภายในห้าง สรรพสินค้า	4 (30.77)	17 (20.99)	29 (30.21)	58 (27.49)	13 (26.0)
แผ่นโฆษณาของธนาคาร	3 (23.08)	13 (16.05)	21 (21.88)	52 (24.64)	7 (13.46)
พนักงานธนาคารแนะนำ	3 (23.08)	15 (18.52)	11 (11.46)	22 (10.43)	5 (9.62)
พนักงานห้างสรรพสินค้า แนะนำ	2 (15.58)	13 (16.05)	8 (8.33)	17 (8.06)	4 (7.69)
ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง	-	10 (12.35)	9 (9.38)	16 (7.58)	6 (11.54)
วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์	1 (7.69)	4 (4.94)	8 (8.33)	19 (9.0)	7 (13.46)
วิทยุ โทรทัศน์	-	6 (7.41)	4 (4.17)	16 (7.58)	8 (15.38)
อื่น ๆ	-	3 (3.7)	6 (6.25)	11 (5.21)	2 (3.85)
รวม	13 (100)	81 (100)	96 (100)	211 (100)	52 (100)

เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบและมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามระดับการศึกษาแล้ว จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขายจาก "แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า" มากที่สุด ส่วนสื่อที่มีผลรองลงมาอันดับ 2 และ 3 ต่อผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำกว่า มศ.4 - ปริญญาตรี คือ "แผ่นโฆษณาของธนาคาร" และ "พนักงานธนาคารแนะนำ" ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สื่อที่มีผลรองลงมาคือ "วิทยุโทรทัศน์" "วารสาร, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์" และ "แผ่นโฆษณาของธนาคาร"

จากตารางที่ 7 นี้ จะเห็นได้ว่า "แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า" เป็นสื่อที่มีประสิทธิผลสูงสุดในการชักจูงให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในทุกระดับการศึกษา



ตารางที่ 8

แสดงถึงประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย
โดยแยกตามธนาคาร

ธนาคาร	กรุงเทพ		ไทยพาณิชย์		กสิกรไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อที่ทำให้ทราบบริการ						
แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า	49	26.63	82	24.62	32	26.23
แผ่นโฆษณาของธนาคาร	41	22.28	66	19.82	31	25.41
พนักงานธนาคารแนะนำ	25	13.59	45	13.51	17	13.93
พนักงานห้างสรรพสินค้าแนะนำ	16	8.70	33	9.91	8	6.56
ญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง	14	7.61	31	9.31	9	7.38
วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์	15	8.15	29	8.71	11	9.02
วิทยุ โทรทัศน์	15	8.15	27	8.11	8	6.56
อื่น ๆ	9	4.89	20	6.01	6	4.92
รวม	184	100	333	100	122	100

และ เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามธนาคารที่ผู้บริโภคคนบ้างมาใช้ เพื่อจะได้ทราบถึงความสำเร็จในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์บริการดังกล่าวของแต่ละธนาคารแล้ว จะเห็นได้ว่า สื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบ และใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ที่มีประสิทธิผลมากที่สุด คือ "แผ่นโฆษณาภายในห้างสรรพสินค้า" รองลงมา คือ "แผ่นโฆษณาของธนาคาร" และ "พนักงานธนาคารแนะนำ" ตามลำดับ ในทุกธนาคาร

จากตารางนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้ถือบัตรของแต่ละธนาคารทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย จากสื่อที่ไม่แตกต่างกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าประสิทธิผลของสื่อที่แต่ละธนาคารโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับบริการดังกล่าวนี้ไม่แตกต่างกัน

(หมายเหตุ: ตัวเลขในตารางที่ 8 นี้มีผู้บริโภคบางคนถือบัตรมากกว่า 1 ใบ หรือใช้บริการมากกว่า 1 ธนาคาร จึงมีการนับซ้ำในคำตอบที่ผู้บริโภคเลือกตอบ)

ส่วนที่ 3 ชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคถือ และบัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 9

แสดงถึงชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ

บัตรที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ ของจำนวน คำตอบ	ร้อยละของ จำนวนผู้ตอบ (305)
บัตรบริการเงินด่วน ธ.ไทยพาณิชย์	230	41.59	75.41
บัตรบัวหลวง ธ.กรุงเทพ	159	28.75	52.13
บัตรเงินสดทันใจ ธ.กสิกรไทย	122	22.06	40.00
บัตรเครดิต วีซ่า มาสเตอร์ ของ ธ.กสิกรไทย	12	2.17	3.93
บัตรวีซ่า มาสเตอร์ ของ ธ.ไทยพาณิชย์	5	0.90	1.64
อื่น ๆ*	25	4.52	8.20
รวม	553	100.0	181.31

หมายเหตุ : *อื่น ๆ หมายถึงผู้ถือบัตรเอทีเอ็มของธนาคารอื่น ๆ นอกเหนือจาก 3 ธนาคารข้างต้น

จากการสอบถามผู้บริโภคถึงชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จำนวน 305 คน โดยผู้บริโภคแต่ละคนสามารถตอบได้มากกว่า 1 บัตร (ในกรณีถือบัตรหลายบัตรหรือถือบัตรของหลายธนาคาร) ผลปรากฏว่า บัตรที่มีผู้บริโภครับบริการมากที่สุด คือ บัตรบริการเงินด่วน เอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด ซึ่งมีผู้ตอบถึง 230 คน จากคำตอบทั้งหมด 553 คำตอบ หรือคิดเป็นร้อยละ 41.59 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมา คือ บัตรบัวหลวง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ซึ่งผู้ตอบ 159 คนคิดเป็นร้อยละ 28.75 ของคำตอบทั้งหมดและบัตรเงินสดทันใจของธนาคารกสิกรไทย จำกัด. ซึ่งมีผู้ตอบ 122 คนคิดเป็นร้อยละ 22.06 ของคำตอบทั้งหมด

จากตารางที่ 9 นี้ นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการแล้วยังแสดงให้เห็นพฤติกรรมการถือบัตรเอทีเอ็มของผู้บริโภคในปัจจุบัน (เมษายน 2529) ที่นิยมถือบัตรเอทีเอ็มมากกว่า 1 บัตร ดังจะเห็นได้จาก จำนวนบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการคิดเป็นร้อยละ

181.31 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมด หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภค 1 คน โดยเฉลี่ยแล้วจะถือบัตร 1.8 บัตร หรือประมาณ 2 บัตร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากต้องการความสะดวกในการใช้บริการให้มากขึ้น เพราะทำให้มีโอกาสที่จะไปใช้บริการตามสถานที่ต่าง ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 10

แสดงถึงชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

บัตรที่นำมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรบริการเงินด่วน ไทยพาณิชย์	207	50.12
บัตรบัวหลวง	123	29.78
บัตรเงินสดทันใจ กสิกรไทย	69	16.71
บัตรเครดิตกสิกรไทย	7	1.69
บัตรวีซ่า มาสเตอร์ ของไทยพาณิชย์	4	0.97
บัตรวีซ่า มาสเตอร์ ของกสิกรไทย	3	0.73
รวม	413	100.0

เนื่องจากในขณะที่ทำการสำรวจข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนี้ ธนาคารพาณิชย์ทั้ง 3 แห่ง ที่ให้บริการดังกล่าว ได้ตกลงร่วมภาคี POS กันแล้ว ดังนั้น เครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายที่มีอยู่ตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ นั้น จึงสามารถใช้ได้กับบัตร ATM ของทั้ง 3 ธนาคาร รวมทั้งบัตรเครดิต วีซ่า มาสเตอร์ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด และธนาคารไทยพาณิชย์จำกัดด้วย ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกใช้บัตรใดก็ได้ดังกล่าวข้างต้นนี้ ในกรณีที่ผู้บริโภคมียังมีเพียงบัตรใดบัตรหนึ่ง หรือหลายบัตรก็ได้

ตารางที่ 10 นี้ แสดงถึง ชนิดของบัตรที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จากการสอบถามผู้บริโภค จำนวน 305 คน ที่มาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยผู้บริโภคแต่ละคนสามารถตอบได้มากกว่า 1 บัตร (ในกรณีที่ถือบัตรหลายบัตร และเคยนำบัตรหลายชนิดมาใช้บริการ

โอนเงิน ณ จุดขาย) ผลปรากฏว่า บัตรที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ บัตรบริการเงินด่วน ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด ซึ่งมีผู้ตอบถึง 207 คน จากคำตอบ ทั้งหมด 413 คำตอบ หรือคิดเป็นร้อยละ 50.12 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมาคือ บัตร- บัวหลวงของธนาคารกรุงเทพจำกัด ซึ่งมีผู้ตอบ 123 คน คิดเป็นร้อยละ 29.78 ของคำตอบทั้งหมด และบัตรเงินสดทันใจของธนาคารกสิกรไทยจำกัด ซึ่งมีผู้ตอบ 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.71 ของคำตอบทั้งหมด

นอกจากนี้ ตัวเลขที่ได้จากตารางที่ 10 นี้ ยังปรากฏว่า มีผู้บริโภคจำนวนมากพอสมควร ที่นำบัตรเอทีเอ็มมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากกว่า 1 บัตร ดังจะเห็นได้จาก จำนวนรวมของบัตรที่มีผู้นำมาใช้บริการทั้งหมด 413 บัตร จากจำนวนผู้บริโภคทั้งสิ้น 305 คน แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในส่วนใหญ่ ทราบว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขายสามารถใช้ได้กับบัตรหลาย ชนิด หรือหลายธนาคาร รวมทั้งยอมรับในความไม่แตกต่างกันในบริการเมื่อนำบัตรของแต่ละ ธนาคารด้วย

ตารางที่ 11

แสดงถึงร้อยละของบัตรที่นำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เมื่อเทียบกับ จำนวนบัตรที่ผู้บริโภคถือจากธนาคารพาณิชย์

ชนิดของบัตร	จำนวนบัตร ที่ถือ	จำนวนบัตรที่ นำมาใช้ บริการ	ร้อยละของบัตร ที่นำมาใช้บริการ
บัตรบริการเงินด่วน ธ.ไทยพาณิชย์	230	207	90.00
บัตรบัวหลวง ธ.กรุงเทพ	159	123	77.36
บัตรเงินสดทันใจ ธ.กสิกรไทย	122	69	56.56
บัตรเครดิต วีซ่า มาสเตอร์ ของ ธ.กสิกรไทย	12	10	83.33
บัตรวีซ่า มาสเตอร์ของไทยพาณิชย์	5	4	80.00
รวม	528	413	78.22

เนื่องจาก ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้บริโภคแต่ละคนสามารถที่จะใช้บริการบัตร เอทีเอ็มหรือบริการบัตรใด ๆ จากธนาคารพาณิชย์ได้มากกว่า 1 บัตร และมากกว่า 1 ธนาคาร และสามารถนำบัตร เอทีเอ็มของทั้ง 3 ธนาคารดังกล่าว รวมทั้งบัตร เครดิต วีซ่า มาสเตอร์ของ ไทยพาณิชย์ จำกัด และธนาคารกสิกรไทยจำกัด มาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ได้มากกว่า 1 บัตร ดังนั้น เพื่อที่จะทราบว่าบัตรเอทีเอ็มของธนาคารพาณิชย์ใดที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขาย หรืออาจกล่าวได้ว่า ธนาคารพาณิชย์ใดที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด ในการ นำบริการโอนเงิน ณ จุดขายมาให้บริการผู้ถือบัตรเอทีเอ็ม จึงได้พิจารณาจากร้อยละของจำนวน บัตรที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เมื่อเทียบกับจำนวนบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการอยู่ ของแต่ละธนาคาร

จากการพิจารณาถึงร้อยละของจำนวนบัตรที่ผู้บริโภคนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เมื่อเทียบกับจำนวนบัตรที่ผู้บริโภคใช้บริการของบัตรแต่ละชนิดแล้ว ผลปรากฏว่า บัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ บัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ซึ่งมีผู้นำบัตรมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวนมากถึง 207 คน จากจำนวนบัตรที่มีผู้ถือ 230 คน คิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนบัตรชนิดนี้ทั้งหมดที่มีผู้ถือ อีกร้อยละ 10 คือผู้ที่ถือบัตรชนิดนี้ แต่นำบัตรชนิดอื่นที่ให้บริการอยู่ด้วยมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ส่วนบัตรเอทีเอ็มที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายอันดับรองลงมา คือ บัตรบัวหลวงของธนาคารกรุงเทพจำกัด ซึ่งมีผู้นำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 123 คน จากจำนวนบัตรที่มีผู้ถือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 77.36 ของจำนวนบัตรชนิดนี้ที่มีผู้ถือทั้งหมด ส่วนที่เหลือคือผู้ที่ถือบัตรมากกว่า 1 บัตร แล้วไม่นำบัตรชนิดที่ไปใช้บริการ แต่ใช้บัตรชนิดอื่นแทน

นอกจากนี้ บัตรเอทีเอ็มที่ผู้บริโภคนิยมน้อยที่จะนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย คือ บัตรเงินสดทันใจ ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด ซึ่งมีผู้นำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 69 คน จากจำนวนผู้ถือบัตรชนิดนี้ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 56.56 หรือเพียงประมาณกว่าครึ่งเท่านั้น ส่วนอีกประมาณเกือบครึ่งนั้น เป็นผู้ที่ถือบัตรชนิดนี้แต่นำบัตรชนิดอื่นที่ถืออยู่ด้วยไปใช้บริการมากกว่า

จากตารางที่ 11 นี้ มีข้อสังเกตที่น่าสนใจ คือ ทำไมบัตรเอทีเอ็ม ของบางธนาคาร ได้รับความนิยมน้อย บางธนาคารได้รับความนิยมน้อย ในการนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าประสิทธิผลของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับบริการโอนเงิน

ณ จุดขาย และมาใช้บริการของแต่ละธนาคารนั้นไม่แตกต่างกัน ดังนั้น การที่ผู้บริโภคมีความนิยมในการนำบัตรของแต่ละธนาคารมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย แตกต่างกันนั้น จึงน่าจะเป็นเพราะเหตุผลอื่น

ผู้ทำวิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่บัตรบริการเงินด่วน เอทีเอ็ม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด และบัตรบัวหลวงของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในการนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายอย่างมากรุนั้น เนื่องจากว่าธนาคารพาณิชย์ทั้ง 2 แห่งนี้ ได้เป็นผู้เริ่มเปิดให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายแก่ผู้ถือบัตรเอทีเอ็มของธนาคาร เป็น 2 แห่งแรกมาตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2528 ก่อนที่จะเข้าร่วมภาคี POS กับธนาคารกสิกรไทย จำกัด ผู้ถือบัตรของทั้ง 2 ธนาคารข้างต้น จึงมีความคุ้นเคยกับการนำบัตรของแต่ละธนาคารมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย มากกว่า เพราะเป็นที่รู้จักดีและเคยใช้มาก่อนเป็นเวลานาน และการที่บัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ได้รับความนิยมนอกเหนือจากบัตรบัวหลวง ถึงแม้ว่าจะเริ่มเปิดให้บริการในเวลาใกล้เคียงกันนั้น อาจเป็นเพราะชื่อเสียงของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ในความเป็นผู้นำทางด้านบริการบัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็มมาก่อน จึงเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความไว้วางใจในการที่จะใช้บริการอื่น ๆ ที่ตามมา รวมทั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขายนี้ด้วย

ส่วนการที่บัตรเงินสดทันที ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในการนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายน้อยนั้น เนื่องจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด เพิ่งจะได้เปิดให้บริการดังกล่าวนี้แก่ผู้ถือบัตรในระยะเวลายังไม่นาน (มกราคม 2529) จึงยังไม่เป็นที่ทราบกันดีในกลุ่มผู้ถือบัตร และข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ณ จุดที่ติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย พบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด นิยมนำบัตรเครดิตกสิกรไทยมาใช้บริการชำระเงินในรูปของบัตร คิดมากกว่าที่จะนำบัตรเงินสดทันทีหรือบัตรเครดิตมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า บัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ บัตรบริการเงินด่วนเอทีเอ็ม ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด และบัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายอันดับรองลงมา คือ บัตรบัวหลวง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ส่วนบัตรที่ผู้บริโภคนิยมนำมาใช้บริการน้อยที่สุดคือ บัตรเงินสดทันที ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด

ส่วนที่ 4 เหตุผลสำคัญที่จงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 12

แสดงถึง เหตุผลสำคัญที่จงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

เหตุผล	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		คะแนนรวม
	จำนวน	คุณ 3	จำนวน	คุณ 2	จำนวน	คุณ 1	
ความสะดวกเพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้	211	633	60	120	8	8	761
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน	43	129	49	98	34	34	261
ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้	11	33	78	156	71	71	260
ความปลอดภัย กรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก	13	39	66	132	80	80	251
ความทันสมัย	11	33	18	36	46	46	115
เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง	12	36	8	16	6	6	58
อื่น ๆ *	4	12	4	8	4	4	24
รวม	305		281		248		1,730

หมายเหตุ: * เหตุผลสำคัญอื่น ๆ ที่จงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย คือ

1. ผู้บริโภคต้องการให้มีเงินสดติดตัวตลอดเวลา ไม่ต้องการนำเงินสดออกมาใช้ จึงใช้บัตรแทน
2. บางครั้งไม่ได้นำบัตรเครดิตติดตัวไป ก็สามารถใช้บัตรเอทีเอ็มชำระเงินแทนได้
3. ความสะดวก กรณีพบสินค้าถูกใจหรือลดราคา แต่ไม่มีเงินสดก็สามารถใช้บัตรได้
4. ต้องการทดลองดูระบบการให้บริการ

จากการสอบถามผู้บริโภคถึงเหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยให้ผู้ตอบแต่ละคนจัดอันดับความสำคัญของเหตุผลที่เลือกตอบไม่เกิน 3 คำตอบ พบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย คือ "ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอก็ชำระเงินได้" ซึ่งได้คะแนนรวมจากการถ่วงน้ำหนักถึง 761 คะแนน เหตุผลที่ได้รับเลือกรองลงมาคือ "ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน" ซึ่งได้คะแนนรวมจากการถ่วงน้ำหนัก จำนวน 261 คะแนน และการ "ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้" ได้คะแนนรวม 260 คะแนน ส่วนเหตุผลที่ได้รับเลือกเป็นอันดับต่อมา คือ "ความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก ก็ไม่ต้องนำเงินสดไปชำระ" ได้คะแนนรวม 251 คะแนน

รายละเอียดของเหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายประการอื่น ๆ และคะแนนที่ได้รับจากคำตอบของผู้บริโภคที่มาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น แสดงไว้ในตารางที่ 12

จะเห็นได้ว่า ผลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เกี่ยวกับเหตุผลสำคัญที่จูงใจที่ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 ที่ว่า เหตุผลสำคัญที่สุดในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ของผู้บริโภค คือ "ความสะดวก"

จากผลการศึกษาซึ่งสรุปได้ว่า เหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายก็คือ "ความสะดวก" ซึ่งการทราบเหตุผลที่สำคัญที่สุด และเหตุผลสำคัญอื่น ๆ นั้น มีประโยชน์อย่างมากในแง่ของการตลาด ผู้บริหารการตลาดควรจะมีมุมมองเหตุจูงใจในการตัดสินใจของผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบว่าอะไรเป็นสิ่งที่กระตุ้นเร้าใจให้ผู้บริโภคซื้อหรือเลือกซื้อสินค้า/บริการนั้น ๆ อันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและใช้เป็นจุดเด่นของสินค้าหรือบริการ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 13

แสดงถึง เหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามเพศ

เหตุผล	ชาย			หญิง		
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 4	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ความสะดวกเพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอก็ชำระเงินได้	103 (66.88)	30 (20.98)	7 (5.47)	108 (71.52)	29 (21.32)	1 (0.83)
ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้	7 (4.55)	39 (27.27)	30 (23.44)	4 (2.65)	39 (25.83)	40 (33.33)
ความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก	9 (5.84)	36 (25.17)	40 (31.25)	4 (2.65)	30 (22.06)	40 (33.33)
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน	17 (11.04)	26 (18.18)	22 (17.19)	26 (17.22)	22 (16.18)	12 (10.00)
ความทันสมัย	8 (5.19)	9 (6.29)	22 (17.19)	3 (1.99)	9 (6.62)	24 (20.00)
เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง	7 (4.55)	1 (0.70)	4 (3.13)	5 (3.13)	7 (5.15)	2 (1.67)
อื่น ๆ*	3 (1.95)	2 (1.40)	3 (2.34)	1 (0.66)	2 (1.32)	1 (0.83)
รวม	154 (100.0)	143 (100.0)	128 (100.0)	151 (100.0)	136 (100.0)	120 (100.0)

หมายเหตุ: * อื่น ๆ ในที่นี้มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 12

เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลสำคัญที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามเพศของผู้ตอบนั้น จะเห็นได้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีเหตุผล 3 ประการแรกในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่แตกต่างกัน โดยกำหนดให้อันดับที่ 1 เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด และอันดับที่ 2 และ 3 มีความสำคัญรองลงมา คือ

เพศชายและเพศหญิงมีเหตุผล 3 ประการแรก ในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามลำดับ ดังนี้

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 66.88 และ 71.52 ตามลำดับ
2. ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 25.83 ตามลำดับ
3. ความปลอดภัย กรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก ก็ไม่ต้องนำเงินสดไปชำระ คิดเป็นร้อยละ 31.25 และ 33.33 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า เพศชายและเพศหญิงมีเหตุผล 3 ประการแรก ในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14

แสดงถึง เหตุผลสำคัญอันดับแรกที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามอายุ

เหตุผล	อายุ 18-25 ปี		อายุ 26-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอก็ชำระเงินได้	95	67.86	97	70.29	19	70.37
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน	27	19.29	13	9.42	3	11.11
ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร	5	3.57	5	3.62	1	3.70
ความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก	2	1.43	9	6.52	2	7.41
ความทันสมัย	4	2.86	6	4.35	1	3.70
เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง	6	4.29	5	3.62	1	3.70
อื่น ๆ*	1	0.71	3	2.17	-	-
รวม	140	100.0	138	100.0	27	100.0

หมายเหตุ: *อื่น ๆ ในที่นี้มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 12

ต่อมาจะได้พิจารณาถึงเหตุผลสำคัญอันดับแรกที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน

ณ จุดขาย โดยแยกตามอายุของผู้ตอบ ซึ่งผลปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน

ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 67.86
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 19.29
3. เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.29

ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี และสูงกว่า 35 ปี มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินสดไปไม่เพียงพอที่จะชำระ
เงินได้ คิดเป็นร้อยละ 70.29 และ 70.37 ตามลำดับของช่วงอายุดังกล่าว

2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 9.42 และ 11.11 ตามลำดับ

3. ความปลอดภัย กรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 6.52 และ 7.41
ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าในทุกระดับอายุ "ความสะดวก" เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้บริโภค
ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย และเหตุผลสำคัญรองลงมา คือ "ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน"

ตารางที่ 15

แสดงถึง เหตุผลสำคัญอันดับแรกที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา เหตุผล	ต่ำกว่า มศ.4	มศ.4/มศ.6 อาชีวะชั้นต้น	อาชีวะชั้นสูง อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้อง พกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอ ก็ชำระเงินได้	11 (100.0)	42 (66.67)	46 (65.71)	89 (64.03)	23 (85.19)
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน	-	10 (15.87)	8 (11.43)	22 (15.83)	3 (11.11)
ใช้บริการนอกเวลาทำการ ของธนาคารได้	-	5 (7.94)	2 (2.86)	4 (2.88)	-
ความปลอดภัย กรณีต้องชำระเงิน จำนวนมาก	-	1 (1.59)	8 (11.43)	9 (6.47)	-
ความทันสมัย	-	4 (6.35)	4 (5.71)	3 (2.16)	-
เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้ บ้าง	-	1 (1.59)	-	11 (7.91)	-
อื่น ๆ*	-	-	2 (2.86)	1 (0.72)	1 (3.70)
รวม	11 (100.0)	63 (100.0)	70 (100.0)	139 (100.0)	27 (100.0)

หมายเหตุ: *อื่น ๆ ในที่นี้ มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 12

จากตารางจะเห็นว่าเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคที่มีการศึกษาดำกว่า ม.ศ.4 คือ "ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้" โดยผู้ตอบทุกคนได้เลือกตอบข้อนี้เป็นเหตุผลสำคัญอันดับแรกในการใช้บริการเพียงข้อเดียว

ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับ ม.ศ.4 - ม.ศ.6/อาชีวะชั้นต้น อาชีวะชั้นสูง/อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 2 ประการแรก ไม่แตกต่างกัน คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 66.67, 65.71, 64.03 และ 85.19 ตามลำดับ การศึกษาดังกล่าว
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 15.87, 11.43, 15.83 และ 11.11 ตามลำดับ

ส่วนเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายประเภทที่ 3 ของผู้บริโภค มีแตกต่างกัน ดังนี้ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับ ม.ศ.4 - ม.ศ.6/อาชีวะชั้นต้น มีเหตุผลในการตัดสินใจประเภทที่ 3 คือ "ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้" ผู้ที่มีการศึกษาระดับ อาชีวะชั้นสูง/อนุปริญญา มีเหตุผลคือ "ความทันสมัย" และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คือ "เห็นคนอื่นใช้ก็อยากลองใช้บ้าง"

ตารางที่ 16

แสดงถึง เหตุผลสำคัญอันดับแรกที่สูงใจให้ผู้บริหารโรคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามอาชีพ

เหตุผล	อาชีพ	รับรายการ วิธีสหกิจ	พนักงานอุก- จ้างเอกชน	พนักงานอุก- จ้างธนาคาร	ค้าขาย	นักเรียน นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่น ๆ
ความสะดวกเพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้		29 (69.05)	83 (70.94)	30 (65.22)	22 (81.48)	36 (60.00)	6 (85.71)	5 83.33
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน		6 (14.29)	17 (14.53)	3 (6.52)	1 (3.70)	15 (25.00)	1 (14.29)	
ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้		2 (4.76)	1 (0.85)	3 (6.52)	1 (3.70)	4 (6.67)	-	-
ความปลอดภัยชำระเงินจำนวนมาก		2 (4.76)	6 (5.13)	3 (6.52)	-	1 (1.67)	-	1 (16.67)
ความทันสมัย		1	4	4	1	1	-	-
เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง		1 (2.38)	6 (5.13)	1 (2.17)	1 (7.41)	2 (3.33)	-	-
อื่น ๆ *		1 (2.38)	-	2 (4.35)	-	1 (1.67)	-	
รวม		42 (100.0)	117 (100.0)	46 (100.0)	27 (100.0)	60 (100.0)	7 (100.0)	6 (100.0)

หมายเหตุ. *อื่น ๆ ในที่นี้มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 12

จากการพิจารณาถึงเหตุผลสำคัญอันดับแรกที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามอาชีพของผู้ตอบ ปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ, นักเรียน/นักศึกษา มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 69.05 และ ร้อยละ 60 ตามลำดับ
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และร้อยละ 25 ตามลำดับ
3. ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ และปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 4.76 และร้อยละ 6.67 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 70.94
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.53
3. เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง และความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 5.13

ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 65.22
2. ความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 8.7
3. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ และความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 6.52

ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 81.48
2. เห็นคนอื่นใช้ก็เลยอยากลองใช้บ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.41
3. ความทันสมัย, ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน และให้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ คิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้าน มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 2 ประการ คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่ต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 85.71
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 14.29

ส่วนผู้บริโภคที่มีอาชีพอื่น ๆ คือ ทนายความ ทำธุรกิจส่วนตัว และพนักงานชั่วคราว มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 2 ประการ คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอ ชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 83.33
2. ความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 16.67

จากตาราง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในทุกอาชีพ มีเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ประการแรกไม่แตกต่างกัน คือ "ความสะดวก" แต่มีเหตุผลสำคัญประการที่ 2 และ 3 แตกต่างกันออกไปในแต่ละอาชีพ



ตารางที่ 17

แสดงถึง เหตุผลสำคัญอันดับแรกที่สูงให้ผู้บริหารโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามระดับรายได้

เหตุผล	น้อยกว่า 2,000	2,001- 4,000	4,001- 6,000	6,001- 8,000	8,001- 10,000	มากกว่า 10,000
ความสะดวกรวดเร็วในการจ่ายเงิน เพราะไม่จำเป็นต้อง พกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอ ที่ชำระเงินได้	21 (63.64)	74 (64.91)	51 (78.00)	31 (81.58)	15 (68.18)	19 (63.33)
ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน	7 (21.21)	24 (21.05)	5 (7.35)	1 (2.63)	3 (13.64)	3 (10.00)
ใช้บริการนอกเวลาทำการของ ธนาคารได้	2 (6.06)	2 (1.75)	3 (4.41)	2 (5.26)	1 (4.54)	1 (3.33)
ความปลอดภัยที่ต้องชำระเงิน จำนวนมาก	1 (3.03)	4 (3.51)	3 (4.41)	2 (5.26)	1 (4.54)	2 (6.67)
ความทันสมัย	-	5 (4.39)	2 (2.94)	2 (5.26)	1 (4.54)	1 (3.33)
เห็นคนอื่นใช้ก็อยากลองใช้บ้าง	2 (6.06)	4 (3.51)	2 (2.94)	-	1 (4.54)	3 (10.00)
อื่น ๆ *	-	1 (0.88)	2 (2.94)	-	-	1 (3.33)
รวม	33 (100.0)	114 (100.0)	68 (100.0)	38 (100.0)	22 (100.0)	30 (100.0)

หมายเหตุ: *อื่น ๆ ในที่นี้มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 12

และเมื่อพิจารณาถึงเหตุผลสำคัญอันดับแรกที่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามระดับรายได้ แล้ว ผลปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่ต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอที่จะชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 63.64
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 21.21
3. เห็นคนอื่นใช้ก็อยากลองใช้บ้าง และใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ คิดเป็นร้อยละ 6.06

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 2,001 - 4,000 บาท มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่ต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอที่จะชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 64.91
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 21.05
3. ความทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 4.39

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 4,001 - 6,000 บาท และ 8,001 - 10,000 บาท มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่ต้องพกเงินสดหรือพกเงินไปไม่เพียงพอที่จะชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 78 และร้อยละ 68.18 ตามลำดับ
2. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 7.35 และ ร้อยละ 13.64 ตามลำดับ
3. ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารได้ และความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 4.41 และ 4.54 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 6,001 - 8,000 บาท มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ

โอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่ต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้ คิดเป็นร้อยละ 81.58
2. ความทันสมัย ใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร และความปลอดภัยกรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 5.26
3. ความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 2.63

ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท มีเหตุผลในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย 3 ประการแรก คือ

1. ความสะดวก เพราะไม่จำเป็นต้องพกเงินสด หรือพกเงินไปไม่เพียงพอชำระเงินได้
2. เห็นคนอื่นใช้ก็อยากลองใช้บ้าง และความรวดเร็วในการจ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 10
3. ความปลอดภัย กรณีต้องชำระเงินจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 6.67

จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในประการแรกไม่แตกต่างกัน คือ "ความสะดวก" เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด ส่วนเหตุผลประการที่ 2 และ 3 นั้น ผู้บริโภคมีเหตุผลที่แตกต่างกันในแต่ละระดับรายได้

ส่วนที่ 5 สถานที่ วันเวลา จำนวนเงิน และอัตราการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้
บริโภค

ตารางที่ 18

แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

สถานที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต	390	93.75
โรงพยาบาล	11	2.64
สถานศึกษา	7	1.68
ต่างจังหวัด	6	1.44
ร้านทอง	2	0.48
รวม	416	100

จากการสอบถามผู้บริโภคถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน โดยผู้บริโภคแต่ละคนสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (ในกรณีที่ได้ใช้บริการจากสถานที่มากกว่า 1 แห่ง) ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต มากที่สุด คือ จำนวน 390 คน จากคำตอบทั้งสิ้น 416 คำตอบ หรือคิดเป็นร้อยละ 93.75 ซึ่งนับว่าเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูงมาก ทั้งนี้ เนื่องจากห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นสถานที่ที่ติดตั้งเครื่องบริการ โอนเงิน ณ จุดขายไว้มากที่สุด และเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าเป็นประจำอยู่แล้ว จึงมีโอกาสมากที่ผู้บริโภคจะใช้บริการเพื่อความสะดวกในการชำระเงิน

จากข้อมูลในตารางที่ 18 นี้ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคนอกจากจะใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตแล้ว ยังใช้บริการดังกล่าวนี้ที่โรงพยาบาล สถานศึกษา (เพื่อชำระค่าหน่วยกิตในการลงทะเบียน) ร้านทอง และต่างจังหวัด (เบิกเงินสดตามสาขาของธนาคาร) อีกด้วย แต่เปอร์เซ็นต์การให้บริการตามสถานที่ต่าง ๆ ดังกล่าวนี้น้อยมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากโอกาสในการใช้บริการหรือการต้องชำระเงินตามสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้มีน้อยและจำนวนเครื่องที่ติดตั้งตามสถานที่ต่าง ๆ เหล่านี้ก็มีน้อยด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานศึกษาซึ่งมีจำนวน 7 คนนั้น เป็นที่แน่นอนว่าผู้บริโภครวมนี้จะต้องเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ที่ตกเป็นตัวอย่างจำนวน 60 คน ตามที่แสดงไว้ในตารางที่ 3 จึงเห็นได้ว่า จากจำนวนนักเรียน/นักศึกษา 60 คน ที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายตามสถานที่ต่าง ๆ จะมีนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 7 คนที่ใช้บริการดังกล่าวนี้ที่สถานศึกษาด้วย หรือคิดเป็นร้อยละ 11.67 ซึ่งนับว่าเป็นเปอร์เซ็นต์ที่น่าสนใจ สำหรับธนาคารพาณิชย์ในการพิจารณานำบริการโอนเงิน ณ จุดขายไปให้บริการตามสถานศึกษาต่าง ๆ

ตารางที่ 19

แสดงวัน เวลาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

วัน เวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุด	171	56.06
วันธรรมดานอกเวลาทำการของธนาคาร	66	21.64
วันธรรมดาในเวลาทำการของธนาคาร	36	12.46
ไม่แน่นอน	30	9.84
รวม	305	100

จากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 305 คน ถึงวัน เวลาที่นิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ปรากฏว่า ผู้ตอบถึง 171 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.06 ของผู้ตอบทั้งหมด มักใช้บริการในวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุด) และอีกร้อยละ 34 ตอบว่ามักใช้บริการในวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) ซึ่งในวันธรรมดานี้ ผู้บริโภคนิยมที่จะใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคาร คือคิดเป็นร้อยละ 21.64 และร้อยละ 12.46 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ตอบว่าวันที่สะดวกหรือมักจะใช้บริการไม่แน่นอน นั้น มีเพียงร้อยละ 9.84 ของผู้ตอบทั้งหมด

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายในวันหยุดมากกว่าวันธรรมดา ทั้งนี้คงเนื่องมาจากวันหยุด เป็นวันที่คนต้องการพักผ่อนและใช้เวลาไปกับการใช้จ่ายซื้อสินค้าหรือสิ่งของจำเป็นให้กับตนเองและครอบครัว ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมที่จะซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า เพราะมีสินค้าให้เลือกทุกประเภทตามความต้องการ บริการโอนเงิน ณ จุดขายจึงให้ความสะดวกต่อผู้บริโภคที่จะได้ไม่ต้องเบิกเงินสดไว้เพื่อการใช้จ่ายในวันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุด ผู้บริโภคจึงนิยมใช้บริการในวันพื้มาก

ในส่วนผู้บริโภคที่นิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายในวันธรรมดา ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บริการนอกเวลาทำการของธนาคารมากกว่าในเวลาทำการของธนาคารนั้น อาจเนื่องจากว่า ช่วงเวลานอกเวลาทำการของธนาคารนั้น เป็นช่วง เวลาที่ว่างหลังจากเลิกงานของผู้บริโภค ก่อนที่จะกลับบ้าน ผู้บริโภคบางส่วนนิยมที่จะซื้อสินค้าและสิ่งของจำเป็น หรือเดินเล่น เป็นการพักผ่อนหลังการทำงาน จึงมีโอกาสนำไปใช้บริการได้มาก

ตารางที่ 20

แสดงช่วงเวลาที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามอาชีพ

อาชีพ ช่วงเวลา ที่ใช้บริการ	รัฐวิสาหกิจ รับราชการ	พนักงาน ลูกจ้าง เอกชน	พนักงาน/ ลูกจ้าง ธนาคาร	ค้าขาย	นักเรียน นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่น ๆ
วันหยุด	26 (61.9)	60 (51.28)	29 (63.04)	14 (51.85)	34 (56.67)	4 57.14)	4 (66.67)
วันธรรมดา นอกเวลา ทำการของธนาคาร	10 (23.81)	29 (24.79)	11 (23.91)	5 (18.52)	11 (18.33)	-	-
วันธรรมดา ในเวลา ทำการของธนาคาร	4 (9.52)	16 (13.68)	1 (2.17)	4 (14.89)	11 (18.33)	2 (28.57)	-
ไม่แน่นอน	2 (4.76)	12 (10.26)	5 (10.87)	4 (14.81)	4 (6.67)	1 (14.29)	2 (33.33)
รวม	42 (100)	117 (100)	46 (100)	27 (100)	60 (100)	7 (100)	6 (100)

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงอาชีพของผู้ตอบกับวันที่นิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย
แล้วนั้น ก็จะได้เห็นว่า ผู้ตอบในทุกอาชีพ มักนิยมใช้บริการในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และ
วันหยุด) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นวันที่ผู้บริโภคสะดวกและมีเวลาในการซื้อสินค้ามากที่สุด และช่วง
เวลาที่ผู้บริโภคในทุกอาชีพนิยมใช้บริการรองลงมาคือในวันธรรมดา นอกเวลาทำการของธนาคาร
ซึ่งเป็น เวลา เลิกงานของ เกือบทุกอาชีพ

จะเห็นว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพ ค้าขาย นักเรียน/นักศึกษา และแม่บ้าน ที่มักใช้
บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในวันธรรมดา ในเวลาทำการของธนาคาร มีสัดส่วนสูงกว่าใน
อาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคในอาชีพเหล่านี้มีเวลาในการทำงานค่อนข้างอิสระ จึง
สามารถใช้บริการเมื่อใดก็ได้ ไม่ต้องรอเวลาดังกล่าว โดยเฉพาะแม่บ้านมีเวลาว่างทั้งวัน
ที่จะมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการในเวลาทำการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละสูงสุดคือร้อยละ 28.57 ของ
ผู้ตอบที่เป็นแม่บ้านทั้งหมด และนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งมีเวลาว่างจากการศึกษาเป็นเวลาที่
ไม่แน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับมหาวิทยาลัย จึงมีโอกาที่จะใช้บริการในเวลาทำการ
ค่อนข้างมาก

นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่มีอาชีพอื่น ๆ ซึ่งหมายถึง หน่วยงานและผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นผู้ที่ตอบว่าใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ไม่นั่นอนว่าจะ เป็นวันใดมากที่สุด คือคิดเป็นร้อยละ 33.33 ของผู้ตอบในอาชีพเหล่านี้ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากอาชีพดังกล่าว เป็นอาชีพที่อิสระ มีเวลาว่างจากการทำงานไม่นั่นอน วันในการใช้บริการจึง เป็นวันใดก็ได้มีอาจเจาะจงแน่นอน และ สำหรับผู้ที่มีอาชีพค้าขายและแม่บ้าน มี เปอร์เซนต์ของผู้ตอบว่า วันในการเข้าใช้บริการไม่นั่นอน มากเป็นอันดับรองลงมา คือ คิดเป็นร้อยละ 14.81 และร้อยละ 14.29 ของผู้ตอบทั้งหมดใน อาชีพนั้น ๆ ตามลำดับ ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุผลเช่นเดียวกับที่ได้กล่าวมาแล้ว

ยังสรุปได้ว่า ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคทุกอาชีพนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ ในวันหยุดรองลงมาคือ ในวันธรรมดา นอกเวลาทำการของธนาคาร



ตารางที่ 21

แสดงถึงจำนวนเงินต่ำสุดและสูงสุดที่ผู้บริโภคใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

จำนวนเงินที่ใช้บริการ	ต่ำสุด		สูงสุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	36	11.80	1	0.33
100 - 500 บาท	198	64.92	136	44.59
501 - 1,000 บาท	49	16.07	90	29.51
1,001 - 5,000 บาท	21	6.88	61	20.0
5,001 - 10,000 บาท	1	0.33	13	4.26
มากกว่า 10,000 บาท	-	-	4	1.31
รวม	305	100	305	100

เมื่อสอบถามผู้บริโภคจำนวน 305 คน ถึงจำนวนเงินต่ำสุดและสูงสุดที่ผู้บริโภคเคยใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย นั้น พบว่า จำนวนเงินต่ำสุดและสูงสุดที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ จำนวนเงินที่อยู่ในช่วง 100 - 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.92 และ 44.59 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ตามลำดับ อันดับรองลงมาคือ จำนวนเงินที่อยู่ในช่วง 501 - 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.07 และ 29.51 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมดตามลำดับ จะสังเกตได้ว่าจำนวนเงินต่ำสุดและสูงสุดที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น อยู่ในช่วงเดียวกัน ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่ไม่ห่างจากกันมากนัก และเป็นจำนวนเงินที่ค่อนข้างต่ำด้วย

การที่จำนวนเงินต่ำสุดที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย อยู่ในช่วง 100-500 บาท นั้น อาจเนื่องจากว่าจำนวนเงินดังกล่าว เป็นจำนวนเงินที่ไม่ต่ำจนเกินไปที่ผู้บริโภคจะใช้บริการ ถ้าจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือชำระค่าบริการ อยู่ในช่วงต่ำกว่า 100 บาท ผู้บริโภคอาจจะไม่กล้าใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เพราะเห็นว่าเป็นจำนวนเงินที่เล็กน้อยเกินไปที่จะใช้บริการ และจำนวนเงินในช่วงนี้ผู้บริโภคมักจะมีเงินสดเพียงพอที่จะชำระเงินอยู่แล้ว ดังจะนำไปพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคไม่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ดังตารางที่ 57 ซึ่ง

แสดงให้เห็นว่ามูลเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคไม่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย อันดับที่ 2 คือ "จำนวนเงินที่ใช้เล็กน้อย" เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนมีทัศนคติที่คิดว่าการใช้บัตรชำระค่าสินค้า /บริการควรใช้เมื่อต้องชำระ เงิน เป็นจำนวนที่มากพอสมควร จำนวนเงินที่น้อยเกินไปก็อาจไม่คุ้มกับความยุ่งยากที่อาจจะเกิดขึ้น การชำระด้วยเงินสดก็สะดวกดีและผู้บริโภคเองก็มีเงินสดเพียงพอที่จะชำระได้อยู่แล้ว

ส่วนการที่จณวนเงินสูงสุดที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย อยู่ในช่วง 100 - 500 บาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินสูงสุดที่ค่อนข้างต่ำนั้น อาจเนื่องจากว่า จำนวนเงินดังกล่าว เป็นจำนวนเงินที่ไม่สูงจนเกินไปนักสำหรับการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับระดับรายได้ของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ที่มีผู้บริโภคที่มีรายได้ 2,000 - 4,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือรายได้ระดับ 4,001 - 6,000 บาท ซึ่งเป็นระดับรายได้ที่ไม่สูงนักสำหรับค่าครองชีพในปัจจุบัน

ตารางที่ 22

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

อัตราการใช้ (เฉลี่ยต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	25	8.19
1 - 2 ครั้ง	152	49.84
3 - 4 ครั้ง	57	18.69
มากกว่า 4 ครั้ง	56	18.36
เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	15	4.92
รวม	305	100

นอกจากจะได้ทราบถึงจำนวนเงินสูงสุดและต่ำสุดที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ซึ่งทำให้ทราบถึงจำนวนเงินที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในแต่ละครั้งว่าจะอยู่ในช่วงใดแล้ว นักการตลาดยังควรที่จะให้ความสนใจต่อความถี่หรืออัตราในการใช้บริการ เพื่อที่จะได้ทราบถึงปริมาณการซื้อสินค้า/บริการนั้น ๆ อีกด้วย

ตารางที่ 22 นี้ จะแสดงให้เห็นถึงอัตราการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย (เฉลี่ยต่อเดือน) ของผู้บริโภค ซึ่งพบว่า อัตราการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคที่มีมากที่สุด คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 49.84 ของผู้ตอบทั้งหมด รองลงมาคือ 3 - 4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.69 และ 18.36 ตามลำดับ นอกจากนี้ จากการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ยังพบผู้ที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเป็นครั้งแรกคือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.92 จากผู้ตอบทั้งสิ้น 305 คน

จากข้อมูลดังกล่าวนี้ จึงอาจสรุปได้ว่า ความนิยมในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ของผู้บริโภคยังอยู่ในขั้นต่ำ เนื่องจากอัตราการให้บริการในอัตราน้อยครั้งต่อเดือนหรือไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน มีสูง คือ จำนวน 177 คน จากผู้ให้บริการทั้งหมด 305 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 58 ของผู้ตอบทั้งหมด และอัตราการให้บริการที่ค่อนข้างบ่อย หรือตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไปนั้นมีน้อย คือจำนวน 103 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 37 จากผู้ตอบทั้งหมด

ตารางที่ 23

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามเพศ

อัตรา (เฉลี่ยต่อเดือน)	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	13	8.44	12	7.95
1 - 2 ครั้ง	80	51.95	72	47.68
3 - 4 ครั้ง	26	16.88	31	20.53
มากกว่า 4 ครั้ง	26	16.88	30	19.87
เพิ่งใช้ เป็นครั้งแรก	9	5.84	6	3.97
รวม	154	100	151	100

เมื่อพิจารณาถึงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามเพศของผู้ตอบนั้น ผลปรากฏว่า อัตราการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคที่มีมากที่สุด ทั้งในเพศชายและเพศหญิง คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.95 และ 47.68 ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.88 และ 20.53 และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.88 และ 19.87 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ในผู้บริโภคเพศชายอัตราการให้บริการที่ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนมีมากกว่าในผู้บริโภคเพศหญิง คือ ในเพศชายคิดเป็นร้อยละ 60.39 ส่วนในเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.63 และอัตราการให้บริการที่ตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไปในเพศชายจะมีน้อยกว่าเพศหญิง คือ ในเพศชายคิดเป็นร้อยละ 33.76 และในเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 40.4

จึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคเพศหญิงมีอัตราการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าเพศชายเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ตารางที่ 24

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามอายุ

อายุ อัตราการใช้ (เฉลี่ยต่อเดือน)	18-25 ปี		26-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	14	10.0	11	7.97	-	-
1-2 ครั้ง	68	48.57	67	48.55	17	62.96
3-4 ครั้ง	26	18.57	28	20.29	3	11.11
มากกว่า 4 ครั้ง	27	19.29	24	17.39	5	18.52
เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	5	3.57	8	5.80	2	7.41
รวม	140	100	138	100	27	100

จากการพิจารณาถึงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคโดยแยกตามอายุของผู้ตอบ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกช่วงอายุมีอัตราการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 1-2 ครั้ง โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 18-25 ปี และ 26-35 ปี มีอัตราการใช้ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 58.57 และ 56.52 ของผู้ตอบในช่วงอายุดังกล่าวตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีอัตราการใช้ที่ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คือ ร้อยละ 62.96 ของผู้ตอบในช่วงอายุนี้

และเมื่อพิจารณาถึงอัตราการใช้บริการของผู้บริโภคที่ใช้บริการตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไปพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีอัตราการใช้ในระดับนี้น้อยที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 29.63 จากผู้ตอบ 27 คน ในขณะที่ผู้ที่มีอายุ 18-25 ปี และ 26-35 ปี มีอัตราการใช้ตั้งแต่ 3 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.86 และร้อยละ 37.68 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุในช่วง 18-35 ปี มีอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายบ่อยครั้งกว่าผู้บริโภคที่อายุมากกว่า 35 ปี เล็กน้อย และผู้บริโภคในทุกช่วงอายุใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ตารางที่ 25

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา อัตราการใช้ (เฉลี่ยต่อเดือน)	ต่ำกว่า ม.ศ.4	มศ.4-มศ.6 อาชีวะชั้นต้น	อาชีวะชั้นสูง อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
น้อยกว่า 1 ครั้ง	1 (9.09)	3 (4.76)	3 (4.55)	17 (12.32)	1 (3.70)
1-2 ครั้ง	7 (63.64)	34 (53.97)	29 (43.94)	72 (52.17)	10 (37.08)
3-4 ครั้ง	2 (18.18)	15 (23.81)	12 (18.18)	23 (16.67)	5 (18.52)
มากกว่า 4 ครั้ง	1 (9.09)	11 (17.46)	19 (28.79)	21 (15.22)	4 (14.81)
เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	-	-	3 (4.55)	5 (3.62)	7 (25.93)
รวม	11 (100)	63 (100)	66 (100)	138 (100)	27 (100)

จากตาราง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา มีอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่า มศ. 4 มีเปอร์เซ็นต์การใช้บริการโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน สูงสุด เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น คือ คิดเป็นร้อยละ 63.64 ของผู้ตอบกลุ่มนี้ แสดงว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่า มศ.4 นี้มีอัตราการใช้บริการค่อนข้างต่ำ และจะเห็นได้จากเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 4 ครั้ง มีน้อยมาก คือร้อยละ 9.09 ของผู้ตอบในกลุ่มนี้

ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับมศ.4-มศ.6/อาชีวะชั้นต้น ปริญญาตรี และสูงกว่า ปริญญาตรีมีอัตราการใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน อันดับรองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.81, 16.67 และ 18.52 ตามลำดับและมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 17.46, 15.22 และ 14.81 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับอาชีวะชั้นสูง/อนุปริญญา มีอัตราการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนเป็นเปอร์เซ็นต์สูงสุด เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น คือร้อยละ 28.79 ของผู้ตอบทั้งหมดในกลุ่มนี้ และผู้บริโภคที่มีการศึกษา

สูงกว่าปริญญาตรี มีเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เพิ่งใช้บริการเป็นครั้งแรกสูงสุด คือ ร้อยละ 25.93 ของผู้ตอบในกลุ่มนี้

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา ใช้บริการโอนเงิน เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ตามลำดับ

ตารางที่ 26

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามอาชีพ

อาชีพ อัตราการใช้ (เฉลี่ยต่อเดือน)	รับราชการ- การรัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน ลูกจ้าง เอกชน	พนักงาน ลูกจ้าง ธนาคาร	ค้าขาย	นักเรียน นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่น ๆ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	3 (7.14)	7 (5.98)	6 (13.04)	2 (7.41)	6 (10.0)	-	1 (16.67)
1-2 ครั้ง	20 (47.62)	60 (51.28)	20 (43.48)	13 (48.15)	33 (55.0)	5 (71.43)	1 (16.67)
3-4 ครั้ง	5 (11.90)	26 (22.22)	12 (26.09)	7 (25.93)	7 (11.67)	-	-
มากกว่า 4 ครั้ง	11 (26.19)	18 (15.38)	6 (13.04)	4 (14.81)	12 (20.0)	2 (28.57)	3 (50.0)
เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	3 (7.14)	6 (5.13)	2 (4.39)	1 (3.7)	2 (3.33)	-	1 (16.67)
รวม	42 (100)	117 (100)	46 (100)	27 (100)	60 (100)	7 (100)	6 (100)

เมื่อพิจารณาถึงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามอาชีพของผู้ตอบนั้น พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน พนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร ค้าขาย ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.28, 43.48 และ 48.15 ตามลำดับ รองลงมาคือความถี่ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.22, 26.09 และ 25.93 ตามลำดับ และความถี่มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.38, 13.04 และ 14.81 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.62 และ 55.0 ตามลำดับ รองลงมาคือ ความถี่มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.19 และ 20.0 ตามลำดับ และความถี่ 3-4 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 11.90 และ 11.67 ตามลำดับ

ส่วนผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้าน ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายด้วยความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71.43 ของผู้ตอบที่เป็นแม่บ้านทั้งหมด รองลงมาคือ ความถี่มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.57

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในทุกอาชีพที่กล่าวมา ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด

ตารางที่ 27

แสดงอัตราการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตามระดับรายได้

อัตราการใช้ (เฉลี่ยต่อเดือน)	รายได้					
	น้อยกว่า 2,000	2,001- 4,000	4,001- 6,000	6,001- 8,000	8,001- 10,000	มากกว่า 10,000
น้อยกว่า 1 ครั้ง	5 (15.15)	10 (8.77)	6 (8.82)	-	2 (9.09)	2 (6.67)
1-2 ครั้ง	17 (51.52)	56 (49.12)	33 (48.53)	22 (57.89)	12 (54.55)	12 (40.0)
3-4 ครั้ง	4 (12.12)	23 (20.18)	16 (23.53)	6 (15.79)	2 (9.09)	6 (20.0)
มากกว่า 4 ครั้ง	6 (18.18)	22 (19.30)	9 (13.24)	7 (18.42)	6 (27.27)	6 (20.0)
เพิ่งใช้เป็นครั้งแรก	1 (3.03)	3 (2.63)	4 (5.88)	3 (7.89)	-	4 (13.33)
รวม	33 (100)	114 (100)	68 (100)	38 (100)	22 (100)	30 (100)

จากตาราง ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท, 6,001-8,000 บาท และ 8,001-10,000 บาท ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยความถี่ตามอันดับดังนี้คือ

- 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.52, 57.89 และ 54.55 ตามลำดับ
- มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 27.27 ตามลำดับ
- 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.12, 15.79 และ 9.09 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 2,001-4,000 บาท และช่วง 4,001-6,000 บาท ใช้บริการเงิน ณ จุดขาย ด้วยความถี่ตามลำดับดังนี้ คือ

- 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 49.12 และ 48.53 ตามลำดับ
- 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.18 และ 23.53 ตามลำดับ
- มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และ 13.24 ตามลำดับ

ส่วนผู้บริโภครายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ด้วยความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ความถี่ 3-4 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20 เช่นเดียวกัน

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภครายได้ระดับรายได้ต่าง ๆ นั้น จะใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ตารางที่ 28

แสดงการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายครั้งล่าสุดของผู้บริโภค



การใช้ครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
1 เดือนมาแล้ว	119	39.02
เมื่อสัปดาห์ที่แล้ว	69	22.62
ภายในสัปดาห์นี้	44	14.43
เมื่อวานนี้	32	10.49
อื่น ๆ *	41	13.44
รวม	305	100

หมายเหตุ: * อื่น ๆ หมายถึงเพิ่งใช้เป็นครั้งแรกและใช้เมื่อหลายเดือนมาแล้ว

เมื่อพิจารณาถึงการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายครั้งล่าสุดของผู้บริโภคก่อนที่จะใช้อีกครั้งในวันที่ให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความถี่ในการใช้บริการของผู้บริโภค ปรากฏว่าผู้บริโภคนับจำนวนมากถึง 119 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 39.02 ของผู้ตอบทั้งหมด ตอบว่าได้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายครั้งล่าสุดเมื่อ 1 เดือนมาแล้ว รองลงมาคือผู้บริโภครายที่ตอบว่าใช้บริการครั้งล่าสุดเมื่อสัปดาห์ที่แล้ว มีจำนวน 69 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.62 ของผู้ตอบทั้งหมด

จากตัวเลขในตารางนี้ แสดงให้เห็นว่าความถี่ในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคค่อนข้างต่ำ ซึ่งค่าตอบที่ได้สอดคล้องกับค่าตอบที่ได้ในตารางที่ 22 ที่แสดงให้เห็นว่าอัตราการใช้บริการของผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1-2 ครั้งเป็นส่วนใหญ่ จึงอาจสรุปได้ว่า ความนิยมในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภคนั้นยังมีไม่มากนัก

ตารางที่ 29

แสดงการใช้จ่ายเงินในการบริโภคของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย
เปรียบเทียบกับ เมื่อก่อนที่จะมีบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

การเปรียบเทียบ	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	164	53.77
มากขึ้น	136	44.59
น้อยลง	5	1.64
รวม	305	100

จากการศึกษาถึงการใช้จ่ายเงินในการบริโภคของผู้บริโภค เมื่อใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยให้ผู้ตอบพิจารณาเปรียบเทียบกับการใช้จ่ายเงิน เมื่อก่อนที่จะใช้บริการดังกล่าว นี้ พบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จำนวน 164 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 53.77 ของผู้ตอบทั้งหมด 305 คน ให้คำตอบว่า การใช้จ่ายเงินในการบริโภคเท่าเดิม หรืออีกนัยหนึ่งคือ บริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่ได้ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในการบริโภคเพิ่มขึ้น แต่มีผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่งจำนวน 136 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.59 ของผู้ตอบทั้งหมด ตอบว่า การใช้บริการ... โอนเงิน ณ จุดขายทำให้ผู้บริโภค ใช้จ่ายเงินในการบริโภคเพิ่มขึ้น ส่วนผู้บริโภคที่ตอบว่า การใช้บริการดังกล่าวทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในการบริโภคลดลงมีเพียง 5 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.64 ของผู้ตอบทั้งหมดเท่านั้น

ผลจากการศึกษาในเรื่องนี้ จึงปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่า "บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในการบริโภคเพิ่มขึ้น"

ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่ให้คำตอบว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ทำให้ใช้จ่ายเงินในการบริโภคมากขึ้นนั้น เนื่องจากบริการดังกล่าวทำให้เกิดความสะดวกแก่ผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าเมื่อไรก็ได้ ทำให้ผู้บริโภคหลงลืมในการที่จะจำกัดค่าใช้จ่ายของตนเอง จึงใช้จ่ายเงินในการบริโภคมากขึ้น ส่วนผู้บริโภคที่ให้คำตอบว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่ได้ทำให้การใช้จ่ายเงินในการบริโภคเพิ่มขึ้นนั้น ให้เหตุผลว่า เนื่องจากสามารถที่จะควบคุมตนเองให้ใช้จ่ายอยู่ในวงจำกัดเท่าที่เคยเป็นอยู่ได้ เพราะรายได้ที่ได้รับมีจำนวนเท่าเดิม การใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเป็นเพียงเปลี่ยนวิธีการชำระเงินเท่านั้น

ส่วนที่ 6 ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับและความคาดหวังต่อการใช้บริการโอนเงิน
ณ จุดขายของผู้บริโภค

ตารางที่ 30

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
มาก	141	46.23
ปานกลาง	143	46.89
น้อย	19	6.23
น้อยที่สุด	2	0.65
รวม	309	100.0

จากการสอบถามถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้บริโภค ซึ่งคำตอบนั้นจะกำหนดให้เลือกในลักษณะลำดับของความเห็น ซึ่งได้แก่ มีประโยชน์มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคที่เห็นว่าประโยชน์ที่ได้รับจากบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้นมี "มาก" และ "ปานกลาง" มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 46.23 และ 46.89 ของผู้ตอบทั้งหมด ตามลำดับ และผู้บริโภคที่ตอบว่าประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับ "น้อย" และ "น้อยที่สุด" มีอยู่เพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.23 และ 0.65 ของผู้ตอบทั้งหมดตามลำดับ

จากตารางที่ 30 นี้ จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ในระดับปานกลางและค่อนข้างมาก ซึ่งความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบริการดังกล่าวนี้ จะเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบริการ และแนว โน้มความต้องการของผู้บริโภคในการให้บริการดังกล่าว

ตารางที่ 31

แสดงความคาดหวังต่อการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายต่อไปของผู้บริโภค

การคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	295	96.72
ไม่ใช้	10	3.28
รวม	305	100

เมื่อศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยพิจารณาจากความคาดหวังต่อการซื้อซ้ำ (repurchase) หรือการให้บริการอีกต่อไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการอยู่เดิมนี ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวนถึง 295 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 96.72 ของผู้ตอบทั้งหมด 305 คน คาดว่าจะใช้บริการดังกล่าวนี้ต่อไป สำหรับผู้ที่คาดว่าจะไม่ใช้บริการอีกต่อไปนั้น มีเพียง 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.28 ของผู้ตอบทั้งหมด

และเมื่อพิจารณาผลที่ให้จากตารางที่ 31 นี้กับตารางที่ 30 ที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าคำตอบที่ได้มีความสอดคล้องกัน คือ เนื่องจากผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ ประมาณร้อยละ 93 มีความคิดเห็นว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคปานกลาง และค่อนข้างจะมากด้วย ผู้บริโภคจึงมีแนวโน้มที่คาดว่าจะใช้บริการดังกล่าวนี้ต่อไป คือคิดเป็นร้อยละ 96.72 ของผู้ตอบทั้งหมด

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 32

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ขั้นตอนในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ยุ่งยาก	53	17.4
ไม่ยุ่งยาก	252	82.6
รวม	305	100

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน เกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวนถึง 252 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 82.6 ของผู้ตอบทั้งหมด มีความเห็นว่า ขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก" มีเพียงร้อยละ 17.4 เท่านั้น ที่คิดว่าขั้นตอนการใช้บริการ "ยุ่งยาก"

ผู้บริโภคที่มีความเห็นว่าขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่ยุ่งยากนั้น เนื่องจากการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายได้ให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคอย่างมากในแง่ของการที่ไม่ต้องพกเงินสดติดตัว หรือกรณีที่พกเงินสดไปไม่เพียงพอก็สามารถซื้อสินค้าได้ ดังนั้น การที่มีปัญหาหรือข้อขัดข้องใด ๆ เกิดขึ้นบ้าง ผู้บริโภคจึงมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยที่ยอมรับได้เมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ รวมทั้งการที่ต้องเดินไปกดรหัสลับ ณ จุดติดตั้งเครื่องที่อยู่ไกล กรณีที่อยู่คนละแผนกกัน ผู้บริโภคก็ถือว่าเป็นความจำเป็นที่ต้องยอมรับ ในเมื่อตนไม่มีเงินสดจะชำระ การได้ซื้อสินค้าที่ต้องการก็ถือได้ว่าเป็นความพอใจแล้ว

ส่วนผู้บริโภคที่ให้ความเห็นว่า ขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีความยุ่งยากนั้น ให้เหตุผลว่า เพราะต้องเดินหาจุดติดตั้งบริการ และในกรณีที่จุดติดตั้งบริการอยู่คนละแผนก หรือคนละชั้นกับแผนกที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า ทำให้ต้องเดินไปกดรหัสลับของตน ณ จุดที่ติดตั้งเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ทำให้ต้องยุ่งยากหลายขั้นตอน และรู้สึกว่

ไม่สะดวกเท่าที่ควร ทั้งยังเป็นการยุ่งยากต่อพนักงานขายที่จะต้องถือสินค้าที่ต้องการซื้อ และพาผู้บริโภคไปยังจุดที่ติดตั้งเครื่องบริการอีกด้วย นอกจากนี้ในบางครั้งยังต้องรอคิวงาน และเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ยังขัดข้องบ่อย ไม่สามารถทำรายการขายให้สำเร็จสมบูรณ์ในเวลาที่รวดเร็วได้

ตารางที่ 33

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย
โดยแยกตามเพศ

เพศ \ ขั้นตอนการให้บริการ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยุ่งยาก	19	12.34	34	22.52
ไม่ยุ่งยาก	135	87.66	117	77.48
รวม	154	100	151	100

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งในเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นว่าขั้นตอนการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก" คิดเป็นร้อยละ 87.66 และร้อยละ 77.48 ของผู้ตอบในแต่ละเพศ ตามลำดับ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่คิดว่าขั้นตอนในการให้บริการ "ยุ่งยาก" คือ คิดเป็นร้อยละ 12.34 และ 22.52 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า เปอร์เซนต์ของผู้บริโภคที่ตอบว่าขั้นตอนการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก" นั้น ในเพศชายมีมากกว่าในเพศหญิง หรือ อาจกล่าวได้ว่า เพศหญิงมีความรู้สึกว่ ขั้นตอนในการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ยุ่งยาก" มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 34

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามอายุ

อายุ ขั้นตอน การใช้บริการ	15-25 ปี		26-35 ปี		มากกว่า 35 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยุ่งยาก	23	16.43	26	18.84	4	14.81
ไม่ยุ่งยาก	117	83.57	112	81.16	23	85.19
รวม	140	100	138	100	27	100

จากการพิจารณาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามอายุแล้ว ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 15-25 ปี, 26-35 ปี และมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก" คิดเป็นร้อยละ 83.57, 81.16 และ 85.19 ตามลำดับ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ยุ่งยาก" คิดเป็นร้อยละ 16.43, 18.84 และ 14.81 ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภคในทุกระดับอายุ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก"

ตารางที่ 35

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ขั้นตอนการ ใช้บริการ	น้อยกว่า มศ.4	มศ.4-มศ.6 อาชีวะขั้นต้น	อาชีพะชั้นสูง อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ยุ่งยาก	2 (18.18)	10 (15.87)	7 (10.61)	25 (18.12)	9 (33.33)
ไม่ยุ่งยาก	9 (81.82)	53 (84.13)	59 (89.39)	113 (81.88)	18 (66.67)
รวม	11 (100)	63 (100)	66 (100)	138 (1.00)	27 (100)

และ เมื่อพิจารณาถึงความเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบ จะพบว่า ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก" คิดเป็น คิดเป็นร้อยละ 81.82, 84.13, 89.39, 81.88 และ 66.67 ตามลำดับ การศึกษา และมีผู้บริโภคเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีความเห็นว่าเป็นว่าขั้นตอนการใช้บริการ "ยุ่งยาก" คิดเป็นร้อยละ 18.18, 15.87, 10.61, 18.12 และ 33.33 ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเป็นว่า ขั้นตอนการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย "ไม่ยุ่งยาก"

ส่วนที่ 8 ปัญหาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

ตารางที่ 36

แสดงปัญหาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

ปัญหาในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน เครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการ ไม่สะดวก	159	36.72
เครื่อง เสียบ่อย	77	17.78
ต้อง เสียเวลานานในการหาสถานที่ตั้งบริการ	72	16.63
ต้อง เสียเวลารอคิวนาน	70	16.17
ไม่มีพนักงานประจำเครื่อง	12	2.77
อื่น ๆ	43	9.93
รวม	433	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆ หมายถึง คำตอบที่ผู้บริโภคระบุไว้นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ คือ

ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาในการใช้บริการ	26	6.00
ต้องเสียเวลาคร่ำครึในการทำรายการหลายครั้ง	8	1.85
ทำให้ช้าหรือเสียเวลานานกว่าการใช้เงินสด	4	0.92
ตัดบัญชีทันที ทำให้ไม่ได้เครดิตชะลอการชำระเงิน	2	0.46
พนักงานไม่รู้วิธีใช้เครื่องดี	1	0.23
ไม่มีป้ายบอกจุดที่ตั้งบริการ	1	0.23
ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายเงินของตนเองไม่ได้	1	0.23

จากการสอบถามผู้บริโภครู้สึกที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน เกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งผู้ตอบบางคนให้คำตอบมากกว่า 1 คำตอบ ทำให้การสำรวจนี้ได้รับคำตอบทั้งสิ้นรวม 433 คำตอบ ผลปรากฏว่า คำตอบที่ได้รับสูงสุด คือ "จำนวนเครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก" ซึ่งมีผู้ตอบถึง 159 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.72 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมา คือ "เครื่องเสียบ่อย" มีผลตอบ 77 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.78 ของคำตอบทั้งหมด ส่วน "ต้องเสียเวลานานในการหาสถานที่ตั้งบริการ" และ "ต้องเสียเวลารอคิวนาน" นั้น มีผู้ตอบจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 72 คน และ 70 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.63 และ 16.17 ของคำตอบทั้งหมด ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้ตอบจำนวน 12 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.77 ของผู้ตอบทั้งหมดตอบว่า "ไม่มีพนักงานประจำเครื่อง"

ในส่วนของปัญหาที่ผู้บริโภคระบุขึ้นเอง โดยผู้ทำวิจัยไม่ได้กำหนดเป็นทางเลือกตอบไว้ให้ และเป็นอุปสรรคต่อการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ดังแสดงไว้ในความหมายของ "อื่น ๆ" ซึ่งคำตอบที่มีผู้ตอบตรงกัน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.85 ของคำตอบทั้งหมด คือ "ต้องเสียเวลาครุฑสในการทำรายการหลายครั้ง" เพราะมีปัญหาในการส่งและรับสัญญาณ ระหว่างธนาคารกับห้างสรรพสินค้า จึงไม่สามารถทำรายการให้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ตอบจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.92 ตอบว่า "ทำให้ช้าหรือเสียเวลานานกว่าการใช้เงินสด" และผู้ตอบจำนวน 2 คน ที่ตอบว่า "ตัดบัญชีทันที ทำให้ไม่ได้เครดิตชะลอการชำระเงิน" นอกจากนี้ยังมีผู้ตอบอีกเล็กน้อยที่ระบุปัญหาเพิ่มเติม คือ "พนักงานไม่รู้วิธีใช้เครื่องดี" "ไม่มีป้ายบอกจุดที่ตั้งบริการ" และ "ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายเงินของตนเองไม่ได้" จำนวนคำตอบละ 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.23 ของคำตอบทั้งหมด

จากปัญหาเหล่านี้เองที่จะมีผลกระทบต่อความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ซึ่งจะมีผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเวลาต่อไป ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการนี้ต่อไปอีกหรือไม่ การได้ทราบปัญหาต่าง ๆ ของผู้บริโภคในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการให้มีความสะดวกและเกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคมายิ่งขึ้น

นอกจากนี้แล้ว ยังมีผู้บริโภคจำนวนถึง 26 คน จากผู้ตอบทั้งสิ้น 305 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6 ของคำตอบทั้งหมด ที่ให้คำตอบว่า "ไม่มีปัญหาในการใช้บริการ" ซึ่งพอจะประเมินได้ว่าผู้บริโภคในส่วนนี้น่าจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการนี้ต่อไป

ตารางที่ 37

แสดงปัญหาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

โดยแยกตามธนาคาร

ปัญหา	ธนาคาร		กรุงเทพฯ		ไทยพาณิชย์		กสิกรไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน เครื่องมีน้อยเกินไป ใช้บริการไม่สะดวก	64	35.56	108	35.29	39	33.33		
เครื่อง เสียน้อย	44	24.44	56	18.30	16	13.68		
ต้องเสียเวลานานในการหา สถานที่ตั้งบริการ	26	14.44	52	16.99	21	17.95		
ต้องเสียเวลารอคิวนาน	31	17.22	48	15.69	23	19.66		
ไม่มีพนักงานประจำเครื่อง	3	1.67	10	3.27	4	3.42		
อื่น ๆ	12	6.67	32	10.46	14	11.96		
รวม	180	100.00	306	100.0	117	100.0		

เมื่อพิจารณาปัญหาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค โดยแยกตาม
ธนาคารที่ผู้บริโภคนำบัตรมาใช้บริการแล้ว ผลปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่ให้บริการด้วยบัตรของธนาคารกรุงเทพจำกัด มีปัญหาในการใช้บริการ
โอนเงิน ณ จุดขายที่มากที่สุด คือ "จำนวน เครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก"
คิดเป็นร้อยละ 35.56 ของผู้ถือปัญหาทั้งหมด อันดับรองลงมาคือ "เครื่อง เสียน้อย" คิดเป็น
ร้อยละ 24.44 ของผู้ถือบัตรทั้งหมด และ "ต้องเสียเวลารอคิวนาน" คิดเป็นร้อยละ 17.22
ของผู้ถือบัตรทั้งหมด ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่ให้บริการด้วยบัตรของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด มีปัญหาในการใช้บริการ
โอนเงิน ณ จุดขายที่มากที่สุด คือ "จำนวน เครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก" คิด
เป็นร้อยละ 35.29 ของจำนวนผู้ถือบัตรทั้งหมด อันดับรองลงมา คือ "เครื่อง เสียน้อย" คิดเป็น
ร้อยละ 18.30 ของผู้ถือบัตรทั้งหมด และ "ต้องเสียเวลานานในการหาสถานที่ตั้งบริการ" คิด
เป็นร้อยละ 16.99 ของผู้ถือบัตรทั้งหมดตามลำดับ

ผู้บริโภคที่ใช้บริการด้วยบัตรของธนาคารกสิกรไทยจำกัด มีปัญหาในการใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ "จำนวนเครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก" คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของผู้ถือบัตรทั้งหมด อันดับรองลงมาคือ "ต้องเสียเวลารอคิวนาน" คิดเป็นร้อยละ 19.66 ของผู้ถือบัตรทั้งหมด และ "ต้องเสียเวลานานในการหาสถานที่ตั้ง บริการ" คิดเป็นร้อยละ 17.95 ของผู้ถือบัตรทั้งหมด ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าผู้บริโภคจะใช้บริการด้วยบัตรของธนาคารใดใน 3 ธนาคารดังกล่าว จะประสบปัญหาในการใช้บริการอันดับแรกเหมือนกันหมด คือ "จำนวนเครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวก" ทั้งนี้ เนื่องจากเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายของทั้ง 3 ธนาคาร เป็นเครื่องที่ใช้ร่วมกันอยู่ ส่วนปัญหาอันดับที่ 2 และที่ 3 ที่ผู้ถือบัตรของแต่ละธนาคารให้ความเห็นนั้นแตกต่างกันออกไปในแต่ละธนาคาร แต่มีข้อน่าสังเกตคือ ผู้ที่ใช้บริการด้วยบัตรของธนาคารกรุงเทพจำกัด มีเปอร์เซ็นต์ที่พบปัญหา "เครื่องเสียบ่อย" สูงกว่า ผู้ใช้บริการด้วยบัตร ของธนาคารอื่น ๆ ซึ่งคำว่า "เครื่องเสียบ่อย" ในความหมายของผู้บริโภคนี้ รวมถึงการที่มีปัญหาในการรับสัญญาณติดต่อระหว่างธนาคารกับห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ทำให้ไม่สามารถทำรายการขายให้สำเร็จลงได้ และการที่เครื่องเสียไม่สามารถใช้งานได้จริงด้วย



ตารางที่ 38

แสดง เวลาเฉลี่ยของการรอคิวเพื่อใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

เวลาโดยเฉลี่ยที่ต้องรอคิว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 นาที	126	41.31
3 นาที แต่ไม่เกิน 5 นาที	108	35.41
5 นาที แต่ไม่เกิน 10 นาที	62	20.33
มากกว่า 10 นาที	9	2.95
รวม	305	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 305 คน ถึงเวลาโดยเฉลี่ยที่ต้องรอคิวเพื่อใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขายนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวน 126 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.31 ของผู้ตอบทั้งหมด ตอบว่าเวลาโดยเฉลี่ยที่ต้องรอคิวเพื่อใช้บริการต่ำกว่า 3 นาที รองลงมาคือ ผู้ที่ตอบว่าต้องใช้เวลารอคิวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 นาทีแต่ไม่เกิน 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 35.41 และผู้ตอบว่าใช้เวลารอคิวโดยเฉลี่ย 5 นาที แต่ไม่เกิน 10 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.33 ส่วน ผู้ที่ตอบว่าต้องรอกิวานานมากกว่า 10 นาทีนั้น มีเพียง 9 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.95 ของผู้ตอบทั้งหมด

จากข้อมูลที่ได้จากตารางที่ 38 นี้ การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการรอคิวเพื่อใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขายต่ำกว่า 3 นาที และ 3 นาทีแต่ไม่เกิน 5 นาทีนั้น เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในระหว่างการสำรวจข้อมูลแล้ว พบว่าในความเป็นจริงจะมีผู้บริโภคที่มาใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขาย ในเวลาเดียวกันนั้นน้อยมาก ดังนั้นโอกาสที่ผู้บริโภคจะต้องรอคิวเพื่อใช้บริการนั้นจึงมีน้อยมากเช่นกัน แต่การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังต้องรอคิวเพื่อใช้บริการอยู่นั้น ซึ่งถึงแม้ว่าจะ เป็นเวลาไม่นานนักก็ตาม เนื่องจากว่าเครื่องบริการ โอนเงิน ณ จุดขายจำนวนมากได้ติดตั้งไว้ในที่เดียวกับเครื่องคิดเงิน หรือเคาน์เตอร์ชำระเงินสด ที่มีอยู่แล้วภายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต จึงทำให้ผู้ที่ จะใช้บริการ โอนเงิน ณ จุดขาย

ต้องรอคิวร่วมกับผู้ที่ชำระเงินสด เพื่อคำนวณยอดเงินที่ซื้อสินค้าทั้งหมดโดยเครื่องคิดเงินก่อน แล้วจึงนำยอดเงินรวมนั้นมาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายอีกทีหนึ่ง จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าใช้บริการต้องรอคิว ทั้งที่เครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้นไม่มีผู้ใดใช้อยู่เลย

นอกจากนี้ การที่ผู้บริโภครู้สึกว่าต้องรอคิวเพื่อใช้บริการนาน คือ ตั้งแต่ 5 นาทีขึ้นไปนั้น เนื่องจากเหตุผลเดียวกับที่กล่าวมาแล้ว และประกอบกับช่วงวันและเวลาที่ผู้บริโภคใช้บริการด้วยว่าเป็นวันใด เวลาใด ถ้าเป็นวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุด) หรือวันธรรมดา นอกเวลาทำการในช่วงหลังงานเลิก จะมีผู้มาซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตมาก โอกาสที่จะต้องรอคิวนานจึงมีมากขึ้นด้วย หรือในบางครั้งเป็นช่วงที่มีการส่งเสริมการขายหรือ Sale สินค้าภายในห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคก็อาจจะต้องรอคิวนานเช่นกัน นอกจากนี้ พนักงานห้างสรรพสินค้าบางแห่งยังรับชำระเงินสดจากผู้ซื้อเงินสดก่อน ผู้บริโภคที่ต้องการชำระเงินผ่านเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย จึงจะต้องรอคิวนานเช่นกัน

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยติดตั้งเครื่องไว้ร่วมกับเครื่องชำระเงินสดนั้น ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าต้องประสบปัญหาการรอคิวบ้าง จึงไม่สะดวกเท่าที่ควร แต่การที่จะติดตั้งเครื่องโดยแยกเคาเตอร์ออกมาต่างหาก ก็อาจเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยไม่คุ้มค่า เนื่องจากผู้ที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายในปัจจุบันยังมีน้อย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจ ถ้าต่อไปมีผู้มาใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 39

แสดง เวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภครับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 นาที	174	57.05
3 นาที แต่ไม่เกิน 5 นาที	102	33.44
5 นาที แต่ไม่เกิน 10 นาที	24	7.87
มากกว่า 10 นาที	5	1.64
รวม	305	100.0

เวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภครับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในที่นี้ หมายถึง เวลาทั้งหมดที่ผู้บริโภครับหลังจากการรอคิว คือ ตั้งแต่ที่ผู้บริโภคได้ยื่นบัตรเอทีเอ็มหรือบัตรเครดิต วีซ่า มาสเตอร์การ์ด ใดๆ เพื่อจะใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายให้กับพนักงานของห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต แล้วผู้บริโภครหัสลับของตนบน PIN PAD ของเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย จนกระทั่งได้รับสินค้ามาเป็นที่เรียบร้อย และการรับเงินนั้นถือว่าเสร็จสมบูรณ์

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยเฉลี่ยแล้วต่ำกว่า 3 นาที คิดเป็นร้อยละ 57.05 ของผู้ตอบทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ใช้เวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ยประมาณ 3 นาที แต่ไม่เกิน 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.44 ส่วนผู้บริโภคที่ตอบว่าใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยเฉลี่ยแล้วประมาณ 5 นาที แต่ไม่เกิน 10 นาที กับผู้ใช้เวลามากกว่า 10 นาที มีอยู่เพียงจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.84 และร้อยละ 1.64 ตามลำดับเท่านั้น

จากข้อมูลที่ได้นี้ เมื่อนำไปพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ในระหว่างการสำรวจข้อมูลแล้ว จะพบว่า หลังจากที่ผู้บริโภครอคิวเพื่อใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมาแล้วนั้น เมื่อผู้บริโภครหัสบัตรเอทีเอ็มหรือบัตรเครดิตใด ใดๆ ให้กับพนักงาน พนักงานจะทำการคิดยอดเงินรวมในการซื้อสินค้าโดยผ่านเครื่องคิดเงิน แล้วจึงกดจำนวนเงินที่จะต้องชำระ

ผ่านเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ผู้บริโภคก็จะกดรหัสลับของตน เมื่อการทำรายการไม่มีปัญหาใด ๆ ก็จะมีใบเสร็จรับเงินออกมา การโอนเงินในการซื้อขายนั้นก็เสร็จสมบูรณ์ ขั้นตอนเหล่านี้จะใช้เวลาไม่นานมาก เนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานได้รวดเร็วภายในเสี้ยววินาที ซึ่งตัวเลขที่ได้จากตารางที่ 39 นี้ ก็แสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงในข้อนี้เช่นกัน

ส่วนการที่มีผู้บริโภคจำนวนมากต้องใช้เวลาในการใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายโดยเฉลี่ยแล้วเป็นเวลานานตั้งแต่ 3 นาทีขึ้นไป ทั้ง ๆ ที่เครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายสามารถให้บริการที่รวดเร็วได้นั้น เนื่องจากสาเหตุที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ คือ พนักงานที่คุมเครื่องไม่สามารถจะทำรายการขายนั้นให้สำเร็จสมบูรณ์ได้ เนื่องจากปัญหาเกี่ยวกับระบบของเครื่อง ซึ่งต้องรับส่งข้อมูลการขายผ่านทางสายโทรศัพท์ ในบางครั้งที่ไม่สามารถรับสัญญาณการติดต่อระหว่างธนาคารกับห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ตนั้นได้ พนักงานก็จะต้องทำรายการใหม่จนกว่าจะสามารถทำรายการขายนั้นสำเร็จสมบูรณ์ได้ ซึ่งในระหว่างนั้นผู้บริโภคก็ต้องรอ จึงทำให้ต้องใช้เวลาไปกับการใช้บริการมาก หรือเหตุผลในอีกประการหนึ่ง คือ จำนวนเครื่องที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในแต่ละแห่งนั้นมีน้อย ตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต โดยส่วนใหญ่จะมีเพียงชั้นละ 1 เครื่องเท่านั้น ซึ่งถ้าผู้บริโภคซื้อสินค้าในแผนกที่ไม่มีเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายติดตั้งอยู่ เมื่อผู้บริโภคได้ยื่นบัตรเอทีเอ็มหรือบัตรเครดิตใด ๆ ให้กับพนักงานขายแล้ว ผู้บริโภคนั้นก็ต้องเดินตามพนักงานขายไปทำการกดรหัสลับของตน ณ จุดที่ตั้งเครื่องบริการซึ่งอยู่คนละแผนก ในชั้นเดียวกันหรือในบางแห่งอาจอยู่คนละชั้นกันด้วย ซึ่งกว่าที่ผู้บริโภคจะได้รับสินค้ามาเรียบร้อยแล้วนั้น ก็ต้องเสียเวลาไปกับขั้นตอนเหล่านี้ จึงทำให้ในบางครั้งผู้บริโภคต้องใช้เวลาในการใช้บริการและไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร

ตารางที่ 40

แสดงปัญหาเกี่ยวกับการหาจุดติดตั้ง บริการโอนเงิน ณ จุดขายของผู้บริโภค

ปัญหาในการหาจุดที่ติดตั้งบริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีปัญหา	96	31.48
ไม่มีปัญหา	209	68.52
รวม	305	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับปัญหาในการหาจุดที่ติดตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จำนวน 209 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.52 ของผู้ตอบทั้งหมดตอบว่า "ไม่มีปัญหา" ส่วนผู้ที่ตอบว่า "มีปัญหา" ในการหาจุดที่ติดตั้งบริการ มีเพียง 96 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.48 ของผู้ตอบทั้งหมดเท่านั้น

ผู้บริโภคที่ตอบว่า "มีปัญหา" ในการหาจุดที่ติดตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้นได้ให้เหตุผล ดังนี้คือ

1. จำนวนสถานที่ที่เปิดให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ยังไม่แพร่หลายจนครบทุกห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ ผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่ทราบว่าบริการนี้มีในสถานที่แห่งใดบ้าง บางแห่งไม่มี เวลาที่ต้องการใช้บริการดังกล่าวนี้จะต้องคอยสอบถามพนักงานของห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตนั้น ๆ ว่ามีบริการนี้หรือไม่

2. จำนวนเครื่องหรือจำนวนจุดที่ติดตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีน้อยเกินไปในแต่ละแห่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ตอบว่า "มีปัญหา" นี้ เห็นว่าจำนวนเครื่องมีน้อยทำให้หายาก และเกิดความไม่แน่ใจว่าสถานที่นั้นจะมีบริการนี้อยู่หรือไม่ ทำให้เสียเวลานานในการเดินทางจุดที่ติดตั้งบริการ และในบางครั้งก็หาไม่พบ

3. จุดที่ติดตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในสถานที่แต่ละแห่งนั้นมีไว้ในที่แตกต่างกัน เช่น ในห้างสรรพสินค้า แผนกที่มีเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายติดตั้งอยู่ก็แตกต่างกันไปในแต่ละแห่ง จึงทำให้ผู้บริโภคมีปัญหาในการหาจุดที่ติดตั้งเครื่องบริการอยู่บ้าง และในสถานที่บาง

แห่งก็ตั้งจุดบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ไว้ในจุดที่มองไม่ค่อยเห็น หรือในที่ที่ค่อนข้างแคบเกินไป ไม่ได้อยู่ในจุดที่จะช่วยให้มองเห็นได้อย่างชัดเจน

4. ผู้บริโภคมีปัญหาในการหาจุดที่ตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขาย เนื่องจากไม่มีป้ายแสดงจุดที่ตั้งบริการให้เห็นได้อย่างชัดเจน

ส่วนผู้บริโภคที่ตอบว่า "ไม่มีปัญหา" ในการหาจุดที่ตั้งบริการโอนเงิน ณ จุดขายนั้น ได้ให้เหตุผลว่า เนื่องจากทราบที่อยู่แล้วว่าจุดที่ตั้งบริการนั้นอยู่ที่ใดบ้าง เพราะเคยใช้บริการที่สถานานั้นเป็นประจำ มีผู้บริโภคจำนวนมากให้เหตุผลว่า เห็นโปสเตอร์ หรือป้ายแสดงจุดที่ตั้งบริการ นอกจากนี้ผู้บริโภคบางส่วนได้ให้เหตุผลว่าที่ไม่มีปัญหาในการหาจุดที่ตั้งบริการนั้น เนื่องจากพนักงานห้างสรรพสินค้าเป็นผู้เดินนำไป

ตารางที่ 41

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย

สถานที่ที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	89	29.18
ไม่เพียงพอ	216	70.82
รวม	305	100.0

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวนถึง 216 คน จาก 305 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.82 ของผู้ตอบทั้งหมด มีความคิดเห็นว่าสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเท่าที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ และมีผู้ตอบเพียง 89 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.18 ของผู้ตอบทั้งหมด ที่คิดว่าสถานที่ที่ให้บริการดังกล่าวนี้มีเพียงพออยู่แล้ว

ผู้บริโภคที่มีความเห็นว่าสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย มีเพียงพออยู่แล้วนั้น มีความเห็นว่า เนื่องจากความนิยมใช้บริการดังกล่าวนี้ในปัจจุบันยังมีน้อย จำนวนสถานที่ที่ให้บริการนี้เท่าที่มีอยู่ก็เพียงพอแล้ว และคนก็ยังใช้บริการไม่ทั่วถึงด้วย การจะเพิ่มสถานที่ที่ให้บริการให้มากกว่านี้ก็จะเป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยไม่สมควรและคิดว่าผู้ที่ออกค่าใช้จ่ายก็คงจะไม่เต็มใจนัก

ส่วนผู้บริโภคที่มีความเห็นว่าสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เท่าที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคเองก็ยังไม่ทราบว่าปัจจุบันมีบริการดังกล่าวนี้ในที่ใดบ้าง แต่เท่าที่ทราบนั้นคิดว่ายังไม่เพียงพอ เพราะห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งก็ยังไม่ มี และผู้บริโภคได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมต่อไปว่า ควรจะมีการเพิ่มสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายในที่ใดบ้าง ซึ่งจะได้แสดงให้เห็นในตารางที่ 42 ต่อไป

ส่วนที่ ๑ ความคิดเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับการเพิ่มสถานที่และบริการอื่น ๆ
ของบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 42

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับสถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

สถานที่ที่ควรเพิ่มบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	171	30.32
ปั๊มน้ำมัน	145	25.71
โรงแรม	97	17.20
สทภกรณ	93	16.49
อื่น ๆ	58	10.28
รวม	564	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆ หมายถึง

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ภัตตาคารหรือร้านอาหาร	16	2.84
โรงพยาบาล	11	1.95
ร้านค้า	9	1.60
ศูนย์การค้า	4	1.71
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	0.35
มหาวิทยาลัย หรือสถานศึกษา	4	0.71
สถานดิสโก้	1	0.18
โรงภาพยนตร์	1	0.18
ต่างจังหวัด	3	0.53
ไม่ต้องเพิ่ม	5	0.89
ไม่มีความเห็น	2	0.35
รวม	58	10.28

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ กรณีที่เห็นว่าควรเพิ่มในสถานที่ต่าง ๆ มากกว่า 1 แห่ง จึงได้จำนวนคำตอบทั้งสิ้น 564 คำตอบ ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำนวนถึง 171 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.32 ของคำตอบทั้งหมด มีความเห็นว่าจะเพิ่มเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายที่ "ห้างสรรพสินค้า" อีก สถานที่ที่ผู้บริโภคคิดว่าควรเพิ่มเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายเป็นอันดับสอง คือ "ปั้มน้ำมัน" มีจำนวนผู้ตอบ 145 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.71 ของคำตอบทั้งหมด รองลงมาคือ "โรงแรม" มีจำนวนผู้ตอบ 97 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 ของคำตอบทั้งหมด และ "สหกรณ์" มีจำนวนผู้ตอบ 93 คน คิดเป็นร้อยละ 16.49 ของคำตอบทั้งหมด

นอกจากนี้ ผู้บริโภคบางส่วนมีความเห็นว่าควรเพิ่มสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ในที่อื่น ๆ ที่นอกเหนือจากคำตอบที่กำหนดไว้อีก ดังข้อมูลที่แสดงรายละเอียดไว้ท้ายตารางที่ 41

จากตารางที่ 42 นี้ จะเห็นได้ว่า ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีผู้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายไม่มากนักเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ถือบัตรที่สามารถจะใช้บริการได้ แต่ในส่วนผู้บริโภคที่มาใช้บริการดังกล่าวนี้ ก็มีความคาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายจากบริการดังกล่าวนี้มากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังที่จะได้รับบริการดังกล่าวนี้ไม่ว่าจะไปที่แห่งใด แต่สถานที่ที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังหรือมีความต้องการที่จะใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า และปั้มน้ำมันตามลำดับ

ตารางที่ 43

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

โดยแยกตามอาชีพ

อาชีพ สถานที่ควรเพิ่ม	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้าง		ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่น ๆ
		เอกชน	ธนาคาร				
ห้างสรรพสินค้า	25 (31.65)	64 (30.62)	23 (24.21)	12 (23.53)	39 (37.14)	5 (35.71)	3 (27.27)
ปั้มน้ำมัน	25 (31.65)	55 (26.32)	27 (28.42)	16 (31.37)	16 (15.24)	3 (21.43)	3 (27.27)
โรงแรม	11 (13.92)	40 (19.14)	20 (21.05)	8 (15.69)	16 (15.24)	2 (14.29)	-
สหกรณ์	13 (16.45)	30 (14.35)	20 (21.05)	5 (9.80)	18 (17.14)	4 (28.57)	3 (27.17)
อื่น ๆ *	5 (6.33)	20 (5.57)	5 (5.26)	10 (19.61)	16 (15.24)	-	2 (18.18)
รวม	79 (100.0)	209 (100.0)	95 (100.0)	51 (100.0)	105 (100.0)	14 (100.0)	11 (100.0)

หมายเหตุ: *อื่น ๆ มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 42

จากการพิจารณาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามอาชีพของผู้ตอบแล้ว ผลปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความเห็นว่า ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้าและปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 31.65
2. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 16.45
3. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 13.92

ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขายตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30.62
2. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 26.32
3. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 19.14

ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างธนาคาร มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 28.42
2. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 24.21
3. สหกรณ์และโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 21.05

ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 31.37
2. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.53
3. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 15.69

ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 37.14
2. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 17.14
3. โรงแรมและปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 15.24

ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้าน มีความเห็นว่า ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่

ต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 35.71
2. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57
3. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 21.43

ส่วนผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ (ทนายความ, พนักงานชั่วคราว และทำธุรกิจส่วนตัว) มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามห้างสรรพสินค้า, สหกรณ์ และปั้มน้ำมัน คิดเป็นอย่างละร้อยละ 27.27

ตารางที่ 44

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ สถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย
โดยแยกตามระดับรายได้

รายได้ (บาท) สถานที่ควรเพิ่ม	น้อยกว่า 2,000	2,001- 4,000	4,001- 6,000	6,001- 8,000	8,001- 10,000	มากกว่า 10,000
ห้างสรรพสินค้า	21 (39.62)	68 (33.50)	35 (28.00)	21 (27.63)	8 (20.00)	18 (26.87)
ปั้มน้ำมัน	7 (13.21)	45 (22.17)	33 (26.40)	21 (27.63)	16 (40.00)	23 (34.33)
โรงแรม	6 (11.32)	37 (18.23)	27 (21.60)	14 (18.42)	7 (17.50)	6 (8.96)
สหกรณ์	9 (16.98)	35 (17.24)	20 (16.00)	11 (14.47)	6 (15.00)	12 (17.91)
อื่น ๆ	10 (18.87)	18 (8.87)	10 (8.00)	9 (11.84)	3 (7.50)	8 (11.94)
รวม	53 (100.0)	203 (100.0)	125 (100.0)	76 (100.0)	40 (100.0)	67 (100.0)

หมายเหตุ: มีความหมายเช่นเดียวกับในตารางที่ 42

และ เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานที่ที่ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยแยกตามระดับรายได้ของผู้ตอบ ผลปรากฏว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 39.62
2. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 16.98
3. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 13.21

ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับ 2,001 - 4,000 บาท และ 4,001 - 6,000 บาท มีความเห็นว่า ควรเพิ่มบริการโอนเงิน ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 33.50 และ 28.0 ตามลำดับรายได้ดังกล่าว
2. ปั้มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 22.17 และ 26.4 ตามลำดับ

3. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 18.23 และ 21.6 ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับ 6,001 - 8,000 บาท มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน

ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ตามลำดับ คือ

1. ห้างสรรพสินค้าและปั๊มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 27.63
2. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 18.42
3. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 14.47

ผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับ 8,001 - 10,000 บาท มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน

ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ปั๊มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 40.0
2. โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 17.5
3. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 15.0

ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการโอนเงิน

ณ จุดขาย ตามสถานที่ดังต่อไปนี้ ตามลำดับ คือ

1. ปั๊มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 34.33
2. ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 26.87
3. สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 17.91

นอกจากนี้แล้ว จะเห็นได้ว่าเปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคที่มีความเห็นว่าควรเพิ่มบริการ
โอนเงิน ณ จุดขาย ที่ปั๊มน้ำมันนั้นมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ในผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงขึ้น ทั้งนี้อาจ
เป็นเพราะผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงนั้น เป็นผู้ที่มีรถยนต์ของตนเอง จึงมีความต้องการที่จะใช้
บริการดังกล่าวนี้ที่ปั๊มน้ำมันเพื่อชำระ เงินค่าน้ำมันรถยนต์

ตารางที่ 45

แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการอื่น ๆ ที่ควรเพิ่ม

โดยผ่านเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

บริการที่ควรเพิ่ม	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายค่าสาธารณูปโภค	196	42.52
เบิกเงินสด	137	29.72
จ่ายค่าน้ำมันรถ	113	24.51
อื่น ๆ*	15	3.25
รวม	461	100.0

หมายเหตุ: *อื่น ๆ หมายถึง

บริการที่ควรเพิ่ม	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายค่าเล่าเรียน	3	0.65
จ่ายค่ารักษาในโรงพยาบาล	2	0.43
จ่ายค่าภาษีรถยนต์	1	0.22
ไม่จำเป็นต้องเพิ่ม	9	1.95
รวม	<u>15</u>	<u>3.25</u>

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการอื่น ๆ ที่ควรจะมีเพิ่ม โดยผ่านเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขาย โดยผู้ตอบแต่ละคนสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ กรณีที่เห็นว่าควรเพิ่มบริการในหลาย ๆ ด้าน จึงได้จำนวนคำตอบทั้งสิ้น 461 คำตอบ จาก ผู้บริโภค 305 คน ผลปรากฏว่า ผู้บริโภคจำนวน 196 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 42.52 ของคำตอบ ทั้งหมด มีความเห็นว่าเครื่องบริการโอนเงิน ณ จุดขายควรให้บริการจ่ายค่าสาธารณูปโภคได้ด้วย เช่น จ่ายค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ฯลฯ ส่วนบริการที่ผู้บริโภคคิดว่าควรเพิ่มเป็นอันดับ สอง คือ "เบิกเงินสด" มีจำนวนผู้ตอบ 137 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.72 ของคำตอบทั้งหมด โดยที่ผู้บริโภคมองคนให้เหตุผลว่า เพื่อนำเงินสดไปซื้อของอย่างอื่นในห้างสรรพสินค้าที่ไม่สามารถซื้อด้วย บริการโอนเงิน ณ จุดขาย เช่น อาหาร เป็นต้น และอันดับรองลงมา คือ "จ่ายค่าน้ำมันรถ" มีจำนวนผู้ตอบ 113 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.51 ของคำตอบทั้งหมด

ส่วนที่ 10 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ตารางที่ 46

แสดงข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อบริการโอนเงิน ณ จุดขาย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มสถานที่ที่ให้บริการให้มากขึ้น	183	25.81
เพิ่มจำนวนเครื่องในแต่ละแห่งให้มากขึ้น	182	25.67
มีป้ายบอกจุดที่ตั้งบริการให้เด่นชัดและชัดเจน	148	20.87
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	85	11.99
ปรับปรุงระบบของเครื่องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	75	10.57
ให้มีพนักงานประจำเครื่องตลอดเวลา	30	4.23
ให้เครื่องคิดเงินอยู่ที่เดียวกับเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย	3	0.42
อบรมให้พนักงานมีความรู้เรื่องการใช้เครื่อง	2	0.28
ควรให้หลาย ๆ ธนาคารให้บริการร่วมกันได้	1	0.14
รวม	709	100.0

จากการสอบถามผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย จำนวน 305 คน ถึงข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุง เพื่อให้บริการดังกล่าวนี้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยผู้ตอบแต่ละคนมีโอกาสที่จะเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ในกรณีนี้เห็นว่าควรมีการปรับปรุงในหลายด้าน ซึ่งคำตอบที่ให้เลือกตอบนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นโดยการจัดกลุ่มทางเลือกคำตอบจากข้อมูลที่ได้รับจากผู้บริโภคที่ทำการ Pre-Test แบบสอบถามครั้งแรก จำนวนคำตอบทั้งหมดที่ผู้บริโภคให้ความร่วมมือให้ข้อเสนอแนะมานั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 709 คำตอบ ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนที่มากพอสมควร

ข้อเสนอแนะหรือบริการเพิ่มเติมที่ผู้ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายต้องการให้มีการปรับปรุงมีหลายประการ ตามลำดับดังนี้

1. เพิ่มสถานที่ที่ให้บริการให้มากขึ้น มีจำนวนผู้ตอบ 183 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.81 ของคำตอบทั้งหมด ผู้บริโภคมีความเห็นว่าสถานที่ที่ให้บริการโอนเงิน ณ จุดขายเท่าที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ สถานที่บางแห่งที่ต้องการจะใช้บริการก็ไม่มี

2. เพิ่มจำนวนเครื่องในแต่ละแห่งให้มากขึ้น มีจำนวนผู้ตอบ 182 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.67 ของคำตอบทั้งหมด โดยผู้บริโภคมีความเห็นว่า ถ้าเป็นไปได้ควรมีเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายในทุกแผนกจะได้ไม่ต้องเสียเวลาเดินไปกดรหัสลับยังแผนกอื่นที่มีเครื่องบริการตั้งอยู่ กรณีที่แผนกที่ซื้อสินค้านั้นอยู่คนละแผนกกับเครื่องบริการ นอกจากนี้ ผู้บริโภคมองเห็นว่า การเพิ่มเครื่องบริการจะทำให้เกิดความสะดวก ผู้บริโภคจะได้ใช้บริการดังกล่าวนี้มากขึ้น ซึ่งจากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคประสบปัญหาที่จำนวนเครื่องมีน้อยเกินไป ทำให้ใช้บริการไม่สะดวกมากที่สุด

3. มีป้ายบอกจุดที่ตั้งบริการให้เด่นชัดและชัดเจน มีจำนวนผู้ตอบ 148 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.87 ของคำตอบทั้งหมด ผู้บริโภคที่ใช้บริการจำนวนมากเมื่อไปใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายในสถานที่ที่ไม่ใช่สถานที่ที่เคยใช้เป็นประจำ จะมีปัญหาในการหาจุดที่ตั้งบริการ และไม่ทราบว่าสถานที่นั้นมีบริการดังกล่าวนี้หรือไม่ ต้องเสียเวลาในการเดินทางหาจุดที่ตั้งบริการ

4. เพิ่มประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น จำนวนผู้ตอบมี 85 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.99 ของคำตอบทั้งหมด ผู้บริโภคส่วนนี้มีความเห็นว่าบริการโอนเงิน ณ จุดขายในปัจจุบัน ยังมีคนใช้กันน้อย และคนทั่วไปบางส่วนก็ยังไม่ทราบบริการดังกล่าวนี้ จึงควรเพิ่มประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนมาใช้บริการให้มากขึ้น

5. ปรับปรุงระบบของเครื่องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีจำนวนผู้ตอบ 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.57 จากคำตอบทั้งหมด เนื่องจากผู้บริโภควางส่วนประสบปัญหาในการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับระบบของเครื่อง คือ เครื่องโอนเงิน ณ จุดขายไม่สามารถรับสัญญาณการติดต่อระหว่างธนาคารกับห้างสรรพสินค้าได้ ทำให้การทำรายการขายนั้นไม่สำเร็จ ผู้บริโภคไม่สามารถรับเงินผ่านเครื่องโอนเงิน ณ จุดขายได้ หรือกว่าจะได้ก็เสียเวลานาน และในบางครั้งเมื่อทำรายการขายออกมาได้แล้ว ปรากฏว่าเครื่องไปตัดบัญชีผู้ถือบัตร 2 ครั้ง ทำให้เกิดปัญหาต้องปรับยอดบัญชีใหม่ ดังนั้นจึงต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบที่วางไว้ด้วย

6. ให้มีพนักงานประจำเครื่องตลอดเวลา มีจำนวนผู้ตอบคิดเป็นร้อยละ 4.23 ของคำตอบทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ผู้บริโภคจะได้ไม่ต้องเสียเวลารอคอยพนักงาน หรือตัดสินใจไม่ใช้บริการเมื่อไม่เห็นพนักงานประจำอยู่

7. ให้เครื่องคิดเงินอยู่ที่เดียวกับเครื่องโอนเงิน ณ จุดขาย เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคจะได้ไม่ต้องเดินไปกดรหัสลับ ณ จุดที่ตั้งเครื่องบริการ และเป็นการลดขั้นตอนการใช้บริการทำให้รวดเร็วยิ่งขึ้นด้วย

8. อบรมให้พนักงานมีความรู้เรื่องการใช้เครื่อง เมื่อเกิดการขัดข้องใด ๆ เกิดขึ้น จะได้ว่าควรจะแก้ปัญหาอย่างไร เครื่องจึงจะทำรายการได้สำเร็จ

9. ควรให้หลาย ๆ ธนาคารให้บริการร่วมกันได้หมด จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกไม่ว่าจะถือบัตรของธนาคารใดก็สามารถใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขายได้ เป็นการทำให้บริการดังกล่าวนี้มีขอบเขตการให้บริการที่กว้างขวางขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายของธนาคารลงได้ เนื่องจากมีธนาคารที่ร่วมรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มากขึ้น

จากข้อเสนอแนะเหล่านี้ จะเห็นได้ว่า สิ่งที่ผู้บริโภคที่ใช้บริการโอนเงิน ณ จุดขาย ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือ เรื่องการเพิ่มสถานที่และจำนวนเครื่องที่ให้บริการในแต่ละแห่ง ให้มากขึ้น รองลงมาคือ การมีป้ายบอกจุดที่ตั้งบริการให้เด่นและชัดเจน การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น และการปรับปรุงระบบของเครื่องให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เป็นต้น