

ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน

บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ

**SATISFACTION OF KRUNGSRI FIRST CHOICE CARD HOLDERS  
AN EMPLOYEES OF  
THE MALL GROUP COMPANY LIMITED BANGKAPI BRANCH**

วาสนา ทองรักจันทร์

สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Wassana Thongrakjan

E-mail : jan.wassana.1992@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Banking and Finance, Ramkhamhaeng University,  
Thailand

Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ได้แก่ ด้านวงเงินบัตร ด้านค่าธรรมเนียม ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ด้านอัตราค่าปรับ ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน พร้อมทั้งพิจารณาลักษณะการใช้บัตรของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ได้แก่ ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน จำนวนครั้งในการใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน ระยะเวลาในการถือบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ สินค้าและบริการที่ใช้จ่ายด้วยบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์มากที่สุด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ พนักงานบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนใหญ่มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 , 41 – 50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 , สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีตำแหน่งงาน คือ พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 และพนักงานระดับหัวหน้างาน จำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ 20,001 – 30,000 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 , 10,000 – 15,000 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และมากกว่า 30,001 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

2.) ลักษณะการใช้บัตรของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ได้แก่ ยอดการใช้ผ่านบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน จำนวนครั้งในการใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน ระยะเวลาในการถือบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ สินค้าและบริการที่ใช้จ่ายด้วยบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์มากที่สุด

3.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน ด้านวงเงินบัตร ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด ด้านค่าธรรมเนียม ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ด้านอัตราค่าปรับ ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ ; บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์

## ABSTRACT

The research of The satisfaction of Krungsri First Choice Card Holders an Employess of The Mall Group Company Limited Bangkokpi Branch aims to study. The satisfaction of the Krungsri First Choice Card Holders an Employess of The Mall Group Company Limited Bangkokpi Branch , including the credit card of the fee. Interest rate and interest free period Fines In the purchase of goods instead of paying by cash In the purchase of installment products Cash advance In terms of payment and payment point , as well as considering the nature of the card usage of Krungsri First Choice card users Of employees of The Mall Group Company Limited, Bangkokpi Branch, consisting of spending via Krungsri First Choice Card per month Number of times using Krungsri First Choice card per month Period for Krungsri First Choice card Products and services that are used with the most Krungsri First Choice cards The population in this research is the staff of The Mall Group Co., Ltd.

Bangkapi sample survey of 300 people was used to collect data was a questionnaire conducted the data analysis. Using computer software to find frequency, percentage, average ( $\bar{X}$ ) Standard deviation (SD)

The results showed that: 1.) The respondents were 300 people, mostly female , 231 people representing 77.0 and a male of 69 people representing 23.0 , most no older than 30 year , 114 people representing 38.0 followed by 31 - 40 years of 92 percent , 30.7 , 41 - 50 years of 77 people as a percentage of 25.7 , 51 and over 17 accounted for. percentage 5.7 , respectively , mostly single number 177 people, representing 59.0 and marital status, number 123 people, representing 41.0 most of the degree Bachelor of 264 people representing 88.0 inferior subconsciously. the lower degree of 27 people , representing 9.0 , Postgraduate of 9 people representing 3.0 respectively , most jobs are operation workers number 217 people, representing 72.3 and staff supervisors. the number of 83 people representing 27.7 of the average income per month, 15,001 - 20,000 total 159 percent of 53.0 , followed by a 20,001 - 30,000 of 98 people as a percentage of 32.7 , 10,000 - 15,000 of 29 people , representing 9.7 and more than 30,001 e. Water of 14 people , representing 4.7 respectively.

2.) Characteristics of Card Usage of Krungsri First Choice Card Holders an Employpess of The Mall Group Company Limited Bangkapi Branch, namely Krungsri First Choice Card per month Number of times using Krungsri First Choice card per month Period for Krungsri First Choice card Products and services that are used with the most Krungsri First Choice cards

3.) The satisfaction of Krungsri First Choice Card Holders an Employpess of The Mall Group Company Limited Bangkapi Branch , in the highest level , was the purchase of installment products. Payment and Payment Points Card limit Cash advance In the purchase of goods instead of paying by cash Fees Interest rate and interest free period The rate of fines respectively

**Keywords :** Satisfaction ; Krungsri First Choice card

## บทนำ

ในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันคนส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับปัญหาarayจ่าย ภาระหนี้สิน ทั้งผ่อนบ้าน ผ่อนรถ คงปฏิเสธไม่ว่าสถาบันการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศไทยมากเพียงใด ดังนั้นธนาคารหลายแห่งทั้งที่เป็นธนาคารพาณิชย์เอกชนและธนาคารของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ จึงต้องพยายามปรับเปลี่ยนนโยบายในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอีกยังต้องใช้ความพยายามมากขึ้นในการรักษาสถานภาพธุรกิจของธนาคารให้อยู่ในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์หนึ่งที่ธนาคารต่าง ๆ ใช้ในการสร้างและรักษาความเจริญความก้าวหน้าในการดำเนินงาน คือ กลยุทธ์ในการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันในเรื่องของการให้บริการเป็นหลัก

ปัจจุบันธุรกิจบัตรเครดิต เป็นธุรกิจที่ให้สินเชื่อเพื่อการบริโภค (Consumer credit) แก่ลูกค้าผ่านวงเงินที่ได้อนุมัติไว้ล่วงหน้า โดยผู้ถือบัตรจะใช้บัตรเครดิตซึ่งเป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสดเพื่อซื้อสินค้าและสามารถใช้บัตรเพื่อเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า บัตรเครดิตเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการชำระสินค้าและบริการ ที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายโดยผู้คนเริ่มหันมาใช้บัตรเครดิตกันมากขึ้น ซึ่งบัตรเครดิตจะให้สินเชื่อในระยะสั้นแก่ผู้ถือบัตร โดยผู้บัตรไม่เพียงแต่เพื่อซื้อสินค้าและเพื่อจ่ายค่าบริการเท่านั้น แต่บัตรเครดิตยังสามารถถอนเงินสดล่วงหน้าใช้เพื่อจ่ายยามฉุกเฉิน

จากแนวโน้มของสถานการณ์ในตลาดบัตรเครดิตภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ให้บริการเดิมและการเข้ามาแข่งขันของตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ทำให้คาดว่า การพัฒนาบริการ โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และศึกษาพฤติกรรมลูกค้าและปรับปรุงการให้บริการจะเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถ ในการแข่งขันสำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในอนาคต จึงเป็นผลทำให้ธนาคารต่าง ๆ แข่งขันกันออกโปรโมชั่นเพื่อที่สามารถดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิต ไม่ว่าจะส่วนลด เงินคืน คະแนนสะสมพิเศษ และของกำนัล โดยเฉพาะที่ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า และซื้อสินค้าออนไลน์ ดังนั้นการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า สร้างให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการของธนาคาร โดยมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันในเรื่องของการให้บริการเป็นหลักและมีความต้องการกำไรสูงสุดเช่นเดียวกัน จึงถือเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ได้แก่

1.1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพสมรส
- ระดับการศึกษา

- ตำแหน่งงาน
- รายได้ต่อเดือน

1.2) ลักษณะการใช้บัตรของผู้ถือบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ประกอบด้วย

- ยอดการใช้ผ่านบัตร
- จำนวนครั้งในการใช้บัตรอายุ
- ระยะเวลาในการถือบัตร
- สินค้าและบริการที่ใช้ผ่านบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์

2. **ตัวแปรตาม** คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ประกอบด้วย

- ด้านวงเงินบัตร
- ด้านค่าธรรมเนียม
- ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย
- ด้านอัตราค่าปรับ
- ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด
- ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน
- ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า
- ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

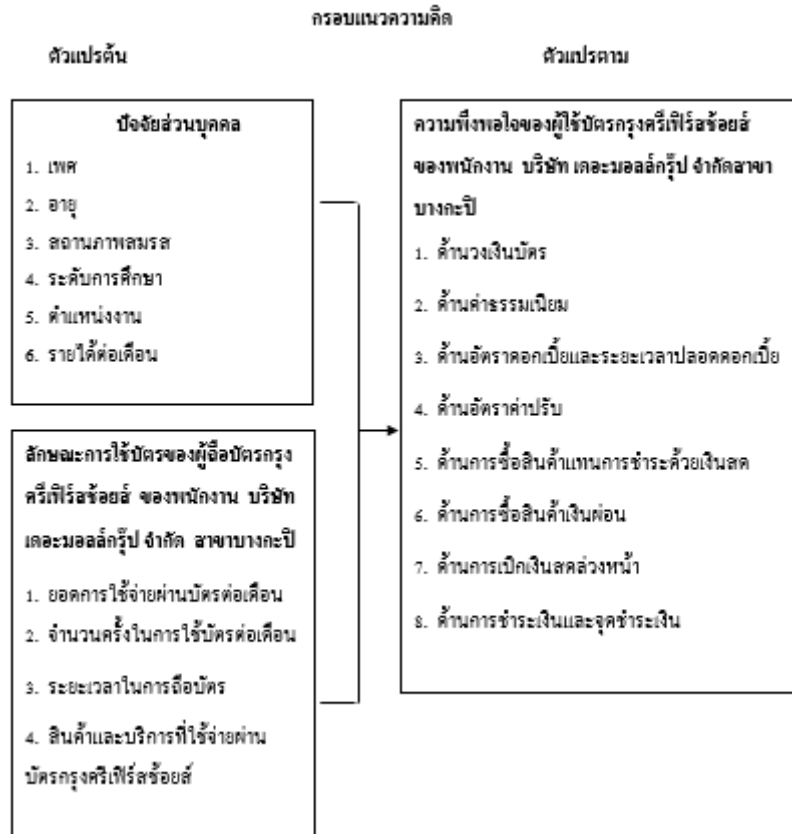
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ

#### **ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย**

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน 2563

#### **ประโยชน์ที่จะได้รับ**

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ
2. ผลการศึกษาที่ได้รับสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

#### 1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการ

ของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุด เป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม่แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

## 2. ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์ พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก ขณะที่ ซารินี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินดา เชื้อนพันธ์ (2553) จากการศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 - 20,000 บาท และถือครองบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบต่อคน ผู้ถือครองบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย จำกัด และขณะที่ผู้ถือครองบัตรเครดิตสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของ บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยบัตรเครดิต

ที่ใช้บ่อยที่สุดคือ บัตรเครดิตวีซ่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ปัจจัยด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคา คือ มีการอนุมัติวงเงินของบัตรเครดิตสูง ปัญหาและอุปสรรค กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเช่นกัน คือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้าสูง

สุพรรณิกา สาธุกา (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต GSB VISA ELECTRON ของธนาคารออมสิน ในจังหวัดอุบลราชธานี” เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรที่มีบัญชีออมทรัพย์กับธนาคารออมสินและมีบัตร GSB VISA ELECTRON จำนวน 380 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิเป็นสัดส่วน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต GSB VISA ELECTRON ของธนาคารออมสินในจังหวัดอุบลราชธานี มี 5 ปัจจัยที่สำคัญ คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และปัจจัยทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต GSB VISA ELECTRON ได้ร้อยละ 73.6

ธารินี แก้วจันทร์ (2556) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) โดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทางธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ สะดวก (Convenience sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา รัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) เป็นส่วนใหญ่ (55.75%) ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (32.25%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า (40.75%) ทำธุรกิจส่วนตัว (21.75%) มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท (25.25%) มีความถี่ในการใช้บริการนาน ๆ ครั้ง (50%) ช่วงเวลาที่มารับบริการไม่แน่นอน (53%) และในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน ทั้งยังเป็นจุดชำระค่าบริการกับตู้อัตโนมัติบริการความสะดวกให้กับลูกค้า ทั้งด้านช่องทางการชำระ ให้บริการหลากหลายรองรับ ได้แก่ รับเรื่องร้องเรียน ยื่นขอสินเชื่อและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความรู้และความถูกต้องของข้อมูล รวมทั้งจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่ติดต่อกับทางธนาคารต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นิติพัฒน์ สกฏเกรียงไกร (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บัตรเครดิตของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนที่ 15,001 - 30,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยเลือกใช้บริการบัตรเครดิตผ่านช่องทางสาขาของทาง ธนาคาร และใช้บริการบัตรเครดิตจำนวน 1-5 ครั้งต่อเดือน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บัตรเครดิตของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย



จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและปัจจัยด้านบทบาทประเทศต้นกำเนิด ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บัตรเครดิตของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

รัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของ ธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด โดยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการ จัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

กนกวรรณ ปัญญชนพัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพ ฯ และปริมณฑล ได้สรุปผลการศึกษาวิจัยไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย มีระดับการศึกษาอยู่ที่ ระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท บัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรที่สุด คือ บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองส่วนใหญ่ คือ 1 ใบ มีการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน คือ 1 – 3 ครั้ง โดยกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายผ่านบัตรมากที่สุด 3 อันดับแรก ก็คือ สินค้าอุปโภคบริโภคในห้างสรรพสินค้า / ซูเปอร์มาร์เก็ต รองลงมาคือ ร้านอาหาร / ภัตตาคาร และค่าเดินทาง (ค่าน้ำมัน) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท โดยมีพฤติกรรมการชำระเงินคืนที่เกิดจากบัตรมากที่สุด คือ การชำระแบบเต็มจำนวน

จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ได้สรุปผลการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของ ลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพแตกต่างกัน โดยลูกค้า ที่มีอายุมากกว่า 39 ปีขึ้นไป และเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยในช่วง 30,001 – 50,000 บาท มีแนวโน้มที่จะใช้บัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนทางด้านอาชีพพบว่าอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพไม่แตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 ชุด ซึ่งได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณ

ของ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือ ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Taro Yamane, 1973) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เฉพาะพนักงานบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ที่เป็นผู้ถือครองบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ พนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS Version 23.0)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7, 41 – 50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7, 51 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0, สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีตำแหน่งงาน คือ พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 และพนักงานระดับหัวหน้างาน จำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ 20,001 – 30,000 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7, 10,000 – 15,000 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และมากกว่า 30,001 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้บัตรของผู้ใช้บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท

จำนวน 117 คิดเป็นร้อยละ 39.0 , น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 64 คิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีจำนวนครั้งในการใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้งจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 และ 3 – 4 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการถือบัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ มากกว่า 3 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมา คือ 1 – 2 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าและบริการที่ใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์มากที่สุด ดังนี้ ร้านอาหาร เครื่องดื่ม บันทึกลง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าเทคโนโลยี เช่น เครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์ มือถือ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 , เฟอร์นิเจอร์ของแต่งบ้าน จำนวน 47 คิดเป็นร้อยละ 15.7 , ความงามเครื่องประดับ จำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 7.3 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าตัวเครื่องบิน จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านวงเงินบัตร ด้านค่าธรรมเนียม ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ด้านอัตราค่าปรับ ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน ด้วยค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ โดยรวมอยู่ในระดับ ( $\bar{X}=3.94$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน ( $\bar{X}=4.34$  ,  $= 4.33$ ) ตามลำดับ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านวงเงินบัตร ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด ด้านค่าธรรมเนียม ( $\bar{X}=4.18$  ,  $\bar{X}=4.06$  ,  $\bar{X}=4.03$  ,  $\bar{X}=3.96$  ) ตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจปานกลาง คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ด้านอัตราค่าปรับ ( $\bar{X}=3.94$ ) ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัย

### ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนใหญ่ มีอายุ ต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ 31 – 40 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 , 41 – 50 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ มีสถานภาพโสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 , สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับส่วนใหญ่ มีตำแหน่งงาน

คือ พนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 และพนักงานระดับหัวหน้างาน จำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ 20,001 – 30,000 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7, 10,000 – 15,000 จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และมากกว่า 30,001 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

### **ลักษณะการใช้จ่ายของผู้ใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขา บางกะปิ**

ภาพรวมส่วนใหญ่ มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท จำนวน 117 คิดเป็นร้อยละ 39.0, น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 64 คิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีจำนวนครั้งในการใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ต่อเดือน 1 – 2 ครั้ง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้งจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 และ 3 – 4 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการถือบัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ มากกว่า 3 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมา คือ 1 – 2 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าและบริการที่ใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์มากที่สุด ดังนี้ ร้านอาหาร เครื่องดื่ม บันทึกลง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าเทคโนโลยี เช่น เครื่องปรับอากาศ คอมพิวเตอร์ มือถือ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7, เฟอร์นิเจอร์ ของแต่งบ้าน จำนวน 47 คิดเป็นร้อยละ 15.7, ความงาม เครื่องประดับ จำนวน 22 คิดเป็นร้อยละ 7.3 และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าตั๋วเครื่องบิน จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

### **ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตเฟิร์สช้อยส์ ของพนักงาน บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด สาขาบางกะปิ**

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน ด้านการชำระหนี้และจุดชำระเงิน ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านวงเงินบัตร ด้านการเบิกเงิน สดล่วงหน้า ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด ด้านค่าธรรมเนียม ตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจปานกลาง คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ด้านอัตราค่าปรับ ตามลำดับ

### **อภิปรายผลการวิจัย**

#### **1. ด้านวงเงินบัตร**

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ วงเงินที่ได้รับอนุมัติกับรายได้ ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ วงเงินที่ได้รับอนุมัติกับการใช้จ่ายความสะดวกในการขออนุมัติวงเงินเพิ่มเติมตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จินดา เชื้อนพันธ์ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

## 2. ด้านค่าธรรมเนียม

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ การไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า ความเหมาะสมของจำนวนเงินค่าธรรมเนียมรายปีที่เรียกเก็บ ความเหมาะสมของอัตราค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนาภรณ์ บุญแต่ง (2557) ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของ ธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขต จังหวัดสมุทรปราการ

## 3. ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ อัตราดอกเบี้ยในการซื้อสินค้าเงินผ่อน อัตราดอกเบี้ยในการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า อัตราดอกเบี้ยกรณีชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตร ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ สุพรรณิกา สาธุกาศ (2554) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิต GSB VISA ELECTRON ของธนาคารออมสิน ในจังหวัดอุบลราชธานี”

## 4. ด้านอัตราค่าปรับ

โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ อัตราค่าปรับกรณีชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรล่าช้า อัตราค่าปรับกรณีชำระคืนก่อนกำหนดของสินเชื่อ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ จุฬามาศ กิจจรัส (2560) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของ ลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

## 5. ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ส่วนลดจากการซื้อสินค้า การสะสมคะแนนจากการซื้อสินค้า การจัดชิงโชคจากการซื้อสินค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กนกวรรณ ปัญญธนวัฒน์ (2558) ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

## 6. ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ จำนวนร้านค้าที่ให้บริการซื้อเงินผ่อน ประเภทของสินค้าที่ให้บริการซื้อเงินผ่อน การแบ่งงวดชำระเงินที่ให้บริการซื้อเงินผ่อน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพัฒน์ สกุลเกรียงไกร (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บัตรเครดิตของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

## 7. ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการเบิกเงิน จำนวนเครื่องเบิกถอนเงินสดอัตโนมัติของกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ตามลำดับ ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนาภรณ์ บุญแต่ง (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของ ธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

## 8. ด้านการชำระหนี้และจุดชำระหนี้

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ช่องทางการชำระหนี้ที่หลากหลาย ความสะดวกรวดเร็วในการชำระหนี้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธารินี แก้วจันทร์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน)

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

### 1. ด้านวงเงินบัตรเครดิต

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรมีการเพิ่มวงบัตรเครดิตให้ลูกค้าที่ยอดการใช้จ่ายที่สูงในแต่ละเดือนอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มความสะดวกโดยที่ลูกค้าไม่ต้องนำเอกสารมาติดต่อขอเพิ่มวงเงิน

### 2. ด้านค่าธรรมเนียม

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรปรับลดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าพอใจในการใช้บริการ เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันด้านค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตสูง เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

### 3. ด้านอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรปรับลดอัตราดอกเบี้ยลงจากเดิม และเพิ่มระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย โดยมีการส่งเสริมหรือจัดโปรโมชั่นพิเศษ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บัตรชำระค่าบริการตามกำหนดเวลา

### 4. ด้านอัตราค่าปรับ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายเงินคืน และลดค่าปรับด้านต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถจ่ายค่าปรับในราคาที่ยอมรับได้

### 5. ด้านการซื้อสินค้าแทนการชำระด้วยเงินสด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ กรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ควรพัฒนาและส่งเสริมข่าวสารด้านโปรโมชั่นตลอดเวลา โดยการส่งข้อความแจ้งเตือนทางโทรศัพท์มือถือ เพื่อความรวดเร็วในการรับข้อมูลข่าวสาร และดึงดูดความสนใจให้อยากซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

### 6. ด้านการซื้อสินค้าเงินผ่อน

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ควรมีการลงโฆษณาในหน้าเว็บไซต์หรือช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บัตรมีความสนใจในการซื้อสินค้าเงินผ่อนและใช้บริการผ่านบัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์

### 7. ด้านการเบิกเงินสดล่วงหน้า

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรมีวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้าเพิ่มมากขึ้น ในกรณีที่ผู้ใช้บัตรมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนและปริมาณเงินที่มาก

## 8. ด้านการชำระเงินและจุดชำระเงิน

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บัตรกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ควรเพิ่มช่องทางในการชำระเงินคืนด้วยแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจ่ายเงินได้ 24 ชั่วโมง

### บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ปัญญาชนพัฒน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาศ กิจจรัส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จินดา เชื้อนพันธ์ (2553). การตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่.
- ธารินี แก้วจันทร์. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน).
- นิติพัฒน์ สกลเกรียงไกร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการเครดิตของธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุพาพร ดอนงัน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Easy Pass ประชากร เขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่ม Generation X.
- รัตนภรณ์ บุญแดง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุธิดา ปฏิสัมพันธ์ทางศ. (2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเครดิตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- สุพรรณิกา สาธูภาค. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเดบิต GSB VISA ELECTRON ของธนาคารออมสิน ในจังหวัดอุบลราชธานี.
- สิริวัตร เรืองกระจ่างพันธ์. (2558). ความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ถือบัตร KTC-GSB. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.