

ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน
OPINIONS ON THE USE OF KTC CREDIT CARDS, KRUNG THAI BANK
PUBLIC COMPANY LIMITED BY PERSONNEL FROM THE CENTRAL OF SKILL
DEVELOPMENT MINISTRY OF LABOUR

พิมพ์พิสุทธิ์ ศรีสวัสดิ์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Phimpisut Srisawat

E-mail: phimpisut169@gmail.com

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

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงานที่ใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 385 คน โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประเภทตำแหน่ง และวัตถุประสงค์ของการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 43 – 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ รายได้ต่อเดือน 25,001 -35,000 บาท และวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

คำสำคัญ : ความคิดเห็น, บัตรเครดิต, ส่วนประสมทางการตลาด, ธนาคารกรุงไทย

ABSTRACT

The aim of this research was to study on opinions on the use of KTC credit cards, Krung Thai Bank Public Company Limited by personnel from the Central Department of Skill Development, Ministry of Labour. This is the quantitative research. A sample of participants was 385 people, from personnel from the Central Department of Skill Development, Ministry of Labour, who used KTC credit cards, Krung Thai Bank Public Company Limited. The data were collected in this study were obtained from the questionnaire, the statistics used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. The research conduct was based on 7 composed factors: a product, price, distribution channel, marketing promotion, personnel, process and physical including personal factors in terms of gender, age, education level, monthly income, position and the purpose of using KTC credit cards, Krung Thai Bank Public Company Limited.

The result of the research found that most of female who are 43 – 50 years old, graduated with bachelor degree, mostly government employees and earn monthly around 25,001 -35,000 bahts, use KTC credit cards in the purpose of payment for goods and services and their personnel's opinions on using KTC credit cards, Krung Thai Bank Public Company Limited Central Department of Skill Development Ministry of Labor Overall, it is at a high level, namely the product aspect. Distribution channels Physical promotion and price.

Keywords: Opinions, Credit Cards, Marketing Mix 7Ps, Krung Thai Bank

บทนำ

ปัจจุบันการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่นิยมใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อชำระสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งพิจารณาได้จากแนวโน้มธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2560 พบว่า จำนวนบัตรเครดิตสะสมมีทั้งสิ้น 20.3 ล้านบัตร ผู้บริโภคยุคใหม่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในต่างประเทศมากขึ้น ประมาณ 6.93% เทรนด์การใช้บัตรเครดิตเมื่อไปท่องเที่ยวต่างประเทศเติบโตสูง ส่งผลให้ตลาดบัตรเครดิตปี 2561 - 2563 มีแนวโน้มดีต่อเนื่อง คาดการณ์ไว้ที่ 6.3% ขณะเดียวกันผู้ให้บริการบัตรเครดิตเองก็เร่งกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคยุคใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินในประเทศไทย ที่กำไรอยู่ในลำดับรั้งท้ายที่สุดในบรรดา 5 ธนาคารขนาดใหญ่ และมีสาขามากเป็นลำดับที่ 3 ของประเทศไทยถึงแม้จะปิดสาขาไปแล้วจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายทำผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเหมาะสม เช่น ผลิตภัณฑ์สินเชื่อสำหรับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง บริการสินเชื่อรถยนต์ สินเชื่อส่วนบุคคล ประกันภัย บัตรเครดิต KTC และบัตรเดบิต เป็นต้น

บุคลากรของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้รับเงินเดือนผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทย จึงทำให้การสมัครสินเชื่อบัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับการอนุมัติรวดเร็ว ซึ่งการใช้บริการบัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นที่หลากหลายทั้งด้านบวกและด้านลบ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงความเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน นอกจากจะทำให้ทราบถึงความเห็นต่อบัตรเครดิตดังกล่าวแล้ว ธนาคารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาคิดค้นกลยุทธ์ทางการตลาดและข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้อย่างเหมาะสม ครอบคลุม และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (X) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ประเภทตำแหน่ง และวัตถุประสงค์หลักในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC

ตัวแปรตาม (Y) คือ ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน ที่ใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ระดับสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยสุ่มอยู่ที่ร้อยละ 50 ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่า Z เท่ากับ 1.96 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 384 คน และได้ทำการเก็บแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 385 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม - เดือนเมษายน 2565

ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำวิจัย

1. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน
2. เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยมาคิดค้นกลยุทธ์ทางการตลาดและข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพได้อย่างเหมาะสม ครอบคลุมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้ดี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด เพื่อใช้ในการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (X)

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้ต่อเดือน
5. ประเภทตำแหน่งงาน
6. วัตถุประสงค์หลักในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC

ตัวแปรตาม (Y)

ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคลากร
6. ด้านกระบวนการ
7. ด้านกายภาพ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ชนนาถ เจริญรักษ์ (2556, หน้า 10) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคล เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ การประเมินผล และการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด มีผลมาจากอารมณ์ พื้นฐานความรู้ ภูมิหลังทางสังคมและสภาพความเป็นจริง ในขณะนั้น อาจจะถูกหรือผิด อาจจะได้รับหรือปฏิกิริยาจากคนอื่นก็ได้ ความคิดเห็นของบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

อรสา หนูกระแสด (2557, หน้า 9) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึก ของบุคคล ความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยไม่ต้องมีหลักฐานยืนยันเสมอไป นำไปสู่การแปลความหมาย การคาดคะเน โดยอาศัยความรู้ อารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมขณะนั้น

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็นข้างต้น สรุปได้ว่าความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ทั้งด้านดีและไม่ดี ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศาสตราจารย์ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ให้แนวคิดไว้ว่า เป็นเรื่องของการที่ทำให้สินค้าและบริการเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากคู่แข่งทั้งในเรื่องของสินค้าอุปโภค บริโภคทั่วไป โดยใช้แนวคิดทางการตลาด 7 อย่าง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหนือกว่าคู่แข่ง

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** คือ การหาสิ่งที่ต้องการมาตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจ นำเสนอเพื่อออกขายสินค้าและบริการทำให้ลูกค้าเกิดความอยากซื้อสินค้า หรือเกิดความพึงพอใจในสินค้าจนนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ

2. **ด้านราคา** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ที่ลูกค้าใช้เปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้ากับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงและมีประโยชน์มากกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** เป็นการเลือกช่องทางการขายสินค้าหรือบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และทันต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ช่องทางออนไลน์

4. **ด้านการส่งเสริมการตลาด** เป็นชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเพื่อให้เกิดความต้องการ และการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่เราจะนำเสนอเพื่อการขายและบริการ เป็นการพยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา

5. **ด้านบุคลากร หรือพนักงาน** บุคลากรมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามกลยุทธ์ที่วางไว้หรือไม่ องค์กรต้องอาศัยการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการปฏิบัติหน้าที่ การจูงใจให้พนักงานเกิดความรักในองค์กร เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

6. **ด้านกายภาพและการนำเสนอ** เป็นแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้า ให้เห็นเป็นรูปธรรม การตกแต่งและสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมาย มีประสบการณ์ที่ดีที่สุด เช่น การแต่งกาย การพูดจาด้วยถ้อยคำสุภาพอ่อนโยน เป็นต้น

7. **ด้านกระบวนการ** เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการงานปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ข้อมูลกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวงแรงงาน ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 4613 ถนนดินแดง แขวงดินแดง เขตดินแดง จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีภารกิจที่สำคัญคือ พัฒนาศักยภาพคนทำงานทุกระดับให้มีผลิตภาพแรงงานสูง สอดคล้องกับความต้องการตลาดแรงงาน และก้าวทันเทคโนโลยี 4.0 มีการแบ่งส่วนราชการออกเป็น 2 ส่วน คือ ราชการบริหารส่วนกลางและบริหารส่วนภูมิภาค 77 จังหวัด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนของรายชื่อดังกล่าวพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

สุภัทวิ คำมณี (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อบัตรเครดิตของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนนงนลินจี ผลการศึกษา ภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการกับด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาตามลำดับ

บุญญาภา นาคสินธุ์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

พรประภา โกดตา, ปรีชา ปาโนรัมย์ และสุริยา รักการศิลป์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัด ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ มากขึ้น เพื่อที่จะได้อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว พนักงานให้บริการล่าช้า

เสาวณีย์ แก้วพลอย (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา

ทิมมพร พัวอมรพงศ์ และ ปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตในศูนย์การค้า กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต และ โปรโมชั่น ผ่านทางสื่อออนไลน์

สัมพันธ์ เงินเหรียญ (2564) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และด้านการตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในเรื่องความหลากหลายของช่องทางในการขอใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ในเรื่องของการรับของแถม ของสมนาคุณเมื่อมีการใช้บริการบัตรเครดิต ส่วนด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เรื่องการตัดสินใจใช้บริการเครดิตออนไลน์ รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

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

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน ที่ใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran ผลจากการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 384 คน ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้อยู่ที่ จำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประเภทตำแหน่งงาน และวัตถุประสงค์หลักในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดความคิดเห็นการใช้บริการบัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความคิดเห็นต่อการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา ตลอดจนไปถึงความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมของข้อคำถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีความเที่ยงตรงใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 และเพศชาย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีอายุ 43 - 50 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 รองลงมาคือ 37 – 42 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30, 26 – 36 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50, 51 ปีขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 และ 18 – 25 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 63.40 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90, ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90, ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 และมีมัธยมศึกษา ไม่มีผู้ตอบข้อคำถาม ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 -35,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาคือ 10,001 -25,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30, 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ไม่มีผู้ตอบข้อคำถาม ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือข้าราชการ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50, ลูกจ้างประจำ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และลูกจ้างกองทุน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ มีวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 รองลงมาคือ ถอนเงินสดล่วงหน้า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00, ใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10, ชำระค่าสาธารณูปโภค จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10, ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40, ชำระค่ารักษาพยาบาลจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40, อื่น ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 และชำระค่าการศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน พบว่าความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงานที่ใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 385 คน โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประเภทตำแหน่ง และวัตถุประสงค์ของการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 43 – 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ รายได้ต่อเดือน 25,001 -35,000 บาท และวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายบัตรเครดิต KTC เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อการใช้บัตรเครดิต KTC ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรกรมพัฒนาฝีมือแรงงานส่วนกลาง กระทรวงแรงงาน เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ธนาคารผู้ให้บริการเป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียง ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความหลากหลายเหมาะสมกับการใช้งาน มีบัตรเครดิตหลักและบัตรเสริมเพียงพอ บัตรเครดิตมีความทันสมัย ขนาดกะทัดรัด สวยงาม บัตรเครดิตมีความแข็งแรง คงทน และวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติจากธนาคารมีจำนวนเพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนของรายชื่อด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม ค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความเหมาะสม และอัตราดอกเบี้ยในการชำระคืนต่ำ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการมีการปรับเปลี่ยนค่าธรรมเนียมให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น ลดค่าธรรมเนียมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID – 19 และอัตราดอกเบี้ยในการชำระคืนต่ำกว่ากำหนดตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวณีย์ แก้วพลอย (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ในเขต อำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอลาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีช่องทางในการชำระหนี้ที่หลากหลาย เช่น ผ่านสาขา ผ่านตู้ATM ผ่านแอปพลิเคชัน เป็นต้น จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรเครดิตมีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีช่องทางในการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย เช่น ผ่าน Line ผ่าน Facebook ผ่านเว็บไซต์ ผ่านตัวแทนของธนาคาร เป็นต้น มีตู้กดเงินสดที่ให้บริการเพียงพอ เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า, และการใช้งานบัตรเครดิตในต่างประเทศทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทิฆัมพร พัวอมรพงศ์ และ ปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ภายในศูนย์การค้า กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต และ โปรโมชั่น ผ่านทางสื่อออนไลน์

ด้านส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีโปรโมชั่นที่หลากหลายน่าสนใจ สำหรับสมาชิกที่สมัครบัตรแล้ว เช่น ผ่อนสินค้า0% หรือ รับเครดิตเงินคืนเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรฯ ครอบคลุมจำนวนที่ธนาคารระบุไว้ มีการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เช่น โฆษณาผ่านระบบออนไลน์ แผ่นพับ ป้ายประกาศ โฆษณาทางโทรทัศน์, มีโปรโมชั่นที่หลากหลายน่าสนใจ สำหรับผู้ที่สมัครบัตรใหม่ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมปีแรก มีส่วนลดในการใช้จ่ายครั้งแรกสำหรับลูกค้าใหม่, มีโปรโมชั่น

ที่หลากหลายน่าสนใจ สำหรับผู้ที่สมัครบัตรใหม่ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมปีแรก มีส่วนลดในการใช้จ่ายครั้งแรก สำหรับลูกค้าใหม่ และมีของสมนาคุณเมื่อสมัครเป็นผู้ถือบัตรที่มีความน่าสนใจ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือ มีสิทธิพิเศษสำหรับเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น วันเกิด วันครบรอบการสมัครบัตร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ**สัมพันธ์ เงินเหรียญ (2564)** ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตอออน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ในเรื่องของารรับของแถม ของสมนาคุณเมื่อมีการใช้บริการเครดิต ส่วนด้านกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เรื่องการตัดสินใจใช้บริการเครดิตอออน รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านบุคลากร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำเกี่ยวกับบัตรได้ พนักงานผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อยพนักงานใส่ใจในความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานให้บริการรวดเร็ว และจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ**สุภักวี คำมณี (2559)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนางลิ้นจี่ ผลการศึกษาภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการกับด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ รายละเอียดข้อมูลในใบแจ้งหนี้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และมีขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยาก การอนุมัติบัตรรวดเร็ว การประสานงานติดต่อเจ้าหน้าที่ได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีสาขาการให้บริการที่หลากหลายทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และต่างจังหวัด พนักงานมีการแก้ไขปัญหาที่สะดวก รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ**ปญญาภา นาคสินธุ์ (2559)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ธนาคารและบริการ ด้านกระบวนการ ด้านสถานที่/ การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทาง

การตลาด ด้านราคา ด้านสถานที่/การจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ

ด้านกายภาพ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ การแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสม มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกสถานที่ให้บริการมีความทันสมัย และมีที่นั่งในการรอใช้บริการที่เพียงพอ ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรประภา โกตธา, ปรีชา ปาโนรัมย์ และสุริยา รักการศิลป์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัด ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ มากขึ้น เพื่อที่จะได้อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้สะดวก รวดเร็ว พนักงานให้บริการล่าช้า

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. **ด้านผลิตภัณฑ์** ธนาคารควรมีผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตมีความหลากหลายเหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละประเภทสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่าง ทำให้บัตรมีความน่าสนใจ น่าใช้ และควรมีบัตรเครดิตหลักและบัตรเสริมเพียงพอหรือธนาคารกรุงไทยสามารถผลิตบัตรเสริมให้แก่ลูกค้าได้ตามความต้องการที่ลูกค้ากำหนด เช่น ออกแบบบัตรเป็นรูปเจ้าของผู้ถือบัตรเอง ลูกค้าสามารถเลือกสีบัตรเครดิตได้ตามความต้องการหรือลูกค้าสามารถออกแบบบัตรได้ตามต้องการ เป็นต้น

2. **ด้านราคา** ธนาคารควรเน้นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่มีฐานเงินเดือนต่ำให้สามารถสมัครบัตรเครดิต KTC ได้เพื่อเพิ่มประโยชน์ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เช่น ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้สามารถสมัครบัตรเครดิต KTC ได้ เป็นต้น ไม่มีค่าธรรมเนียมแรก หรือฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีวิต และสามารถปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยได้เมื่อเกิดสถานการณ์ที่กระทบต่อรายได้ เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID – 19

3. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการในขณะนี้ที่ทันสมัย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพิ่มจำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรเครดิตมีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า หรือมีโปรโมชันส่งเสริมการขายที่ร่วมกับร้านค้าที่รับบัตรเครดิต เช่น เมื่อชำระค่าบัตรเครดิต KTC ผ่านเคาท์เตอร์เซอร์วิสของ 7-11 รับแต้มสะสมสองเท่า

4. **ด้านส่งเสริมการตลาด** ธนาคารควรหาพันธมิตรเพื่อเข้าร่วมมือกันในการจัดโปรโมชันส่งเสริมการตลาด เช่น สายการบินต่าง ๆ สถานพยาบาล มีส่วนลดในการใช้จ่ายครั้งแรกสำหรับลูกค้าใหม่หรือมีของสมนาคุณให้เมื่อสมัครบัตรเครดิต

5. **ด้านบุคลากร** ควรจัดอบรมพนักงานให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา โดยการอบรมหลักสูตรที่ทันสมัย อบรมตามสายงานเพื่อพัฒนาปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น หลักสูตรด้านเทคโนโลยี ดิจิทัลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการธนาคาร

6. **ด้านกระบวนการ** ธนาคารควรขยายสาขาพื้นที่การให้บริการให้ครอบคลุม และหลากหลายสาขาในพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินเชื่อบัตรเครดิตได้ง่ายขึ้น มีโปรแกรมในการตรวจสอบเอกสารการสมัครสินเชื่อและสามารถทราบผลได้ภายใน 24 ชั่วโมง และมีบริการรับส่งเอกสารฟรีในการสมัครบัตรเครดิต เช่น มีพนักงาน รับ – ส่ง เอกสารมารับเอกสารในการสมัครถึงบ้านหรือสถานที่ทำงาน หรือมีบริการยื่นเอกสารการสมัครผ่านแอปพลิเคชันหรือผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร

7. **ด้านกายภาพ** ธนาคารกรุงไทยอาจปรับปรุงชุดฟอร์มของพนักงานเพิ่มเติมได้ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และคล่องตัวในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบรักษาความปลอดภัยของสถานที่ให้บริการ เช่น เครื่องจับสัญญาณเมื่อมีคนนำอาวุธเข้ามาใน ควรมีห้องน้ำสำหรับลูกค้าใช้บริการได้ เพราะในการทำธุรกรรมที่ธนาคารบางรายการอาจใช้เวลานาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภคทั้งประเทศในการใช้จ่ายบัตรเครดิตของประชาชนปัจจุบันที่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจง เพื่อทราบ ถึงทิศทางทาง และแนวโน้มธุรกิจบัตรเครดิต และแนวโน้มการ ทำการตลาดเกี่ยวกับบัตรเครดิต และการวางแผน วางกลยุทธ์ของธนาคารกรุงไทยในอนาคต

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต KTC เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกแล้วนำมาวิเคราะห์ถึงเหตุผลว่าทำไมถึงยังไม่ตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต KTC เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. (2565). ประวัติกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2565

จากเว็บไซต์ <https://www.dsd.go.th/DSD/Home/History>

ชนนาถ เจริญรักษ์. (2556). ความคิดเห็นของประชาชนต่อผลการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลเกวียนหัก

อำเภอขลุ้ง จังหวัดจันทบุรี. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา

ทิมมพร พัวอมรพงศ์ และ ปัญญา ศรีสิงห์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตภายใน

ศูนย์การค้า กรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). แนวโน้ม GDP 2564 – 2565. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2565 จากเว็บไซต์ <https://www.prachachat.net/finance/news-802238>
- ปริญญานา นาคสินธุ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- พรประภา โกตดา, ปรีชา ปาโนรัมย์, สุริยา รักการศิลป์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- รัตนารักษ์ บุญแต่ง. (2557). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สัมพันธ์ เงินเหรียญ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- สุภัทรี คำณิ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนนาถนาลีนจี. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เสาวณีย์ แก้วพลอย. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). บัตรเครดิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2565 จากเว็บไซต์ <https://www.1213.or.th/serviceunderbot/loans/loans/Pages/creditcard.aspx>
- อรสา หนูกระแสร (2557). ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินสาขาจันทบุรี. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา
- BLT Bangkok. (2565). ตลาดบัตรเครดิตแข่งเดือด สะท้อนพฤติกรรมคนไทย ออมน้อยใช้จ่ายหนัก. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2565 จากเว็บไซต์ <https://www.bltbangkok.com/news/4452/>
- Cochran, W.G. (1953). Sampling techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Kotler, Philip. (2003). Marketing management. (10th ed.). New Jersey: Prentice – Hall, Inc