

พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย  
จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้สินเชื่อบัตรกดเงินสด  
ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง



ธิดารัตน์ เปียงบุญยืน

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2558

พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
ต่อการใช้นโยบายสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง



ธิดารัตน์ เปียงบุญยืน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2558

พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
ต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ธิดารัตน์ เปียงบุญยืน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

คณะกรรมการที่ปรึกษา

.....ประธานกรรมการ  
(รศ.สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์)

.....กรรมการ  
(รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(ผศ.ดร.วรลักษณ์ หิมะกลั๊ต)

.....กรรมการ  
(ผศ.ดร.วรลักษณ์ หิมะกลั๊ต)

13 กรกฎาคม 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งให้ความช่วยเหลือและการให้สนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างยิ่ง รวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.วรลักษณ์ หิมะกลัด กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และ รศ.สุรกร วิศิษฐ์สุวรรณ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระนี้ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ และรวมทั้ง คุณณัฐ ดนลานนท์ สำหรับความรู้และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์สำหรับการจัดทำการค้นคว้าแบบอิสระได้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อมานิต เปียงบุญยืน ที่ให้ชีวิต โอกาส คำปรึกษา กำลังใจ กำลังทรัพย์ ซึ่งผลักดันให้เกิดแรงกระตุ้นในการเรียน และการจัดทำการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่อง และผิดพลาดนั้น และหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้าง ไม่น่าก็น้อยสำหรับผู้สนใจ

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ธิดารัตน์ เปียงบุญยืน

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตของไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	
ผู้เขียน	นางสาวธิดารัตน์ เปียงบุญยืน	
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต	
คณะกรรมการที่ปรึกษา	รศ.พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ ผศ.ดร.วรลักษณ์ หิมะกลัส	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตของบริษัทบัตรเครดิตของไทย จำกัด (KTC) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านสาขาธนาคารกรุงไทย จำนวน 160 ราย และกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนของบริษัท KTC จำนวน 240 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการศึกษาความพึงพอใจของการใช้บัตรเครดิต KTC ใช้ทฤษฎีสถิติส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้ Likert Scale นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านสาขาธนาคารกรุงไทยและกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนของบริษัท KTC โดยใช้สถิติค่า t

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด มีอายุเฉลี่ย 36 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน วงเงินที่ได้รับอนุมัติเฉลี่ยรายละ 62,350 บาท จำนวนครั้งที่กดเงินสดเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่กดแต่ละครั้งไม่แน่นอน ดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายเฉลี่ยเดือนละ 453.50 บาท/ราย โดยชำระที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับ 1 คือ ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัท KTC อันดับที่ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ จำนวนสถานที่และความสะดวกของช่องทางที่รับชำระและอันดับที่ 3 คือด้านบุคลากร ได้แก่ จิตในการให้บริการและการให้คำปรึกษา ช่วยแก้ปัญหาของพนักงาน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนบริษัท KTC ส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด มีอายุเฉลี่ย 37 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเงินสดเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน วงเงินที่ได้รับอนุมัติเฉลี่ยรายละ 65,126 บาท จำนวนครั้งที่กดเงินสดเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่กดแต่ละครั้งไม่แน่นอน ดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายเฉลี่ยเดือนละ 519.58 บาท/ราย โดยชำระที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจอันดับ 1 คือ ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของบริษัท KTC อันดับที่ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ จำนวนสถานที่รับชำระและความเพียงพอของตู้ ATM และอันดับที่ 3 คือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิตและจำนวนเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยมีความพึงพอใจทางด้านบุคลากรมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนบริษัท KTC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความพึงพอใจที่เหลืออีก 6 ด้านนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Behaviors and Satisfaction of Customers in Using Cash Credit Cards of Krungthai Card Public Company Limited in Mueang District, Lampang Province	
<b>Author</b>	Miss Tidarat Piangboonyuen	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Assoc Prof. Porntip Tianteerawit	Advisor
	Asst. Prof. Dr. Woraluck Himakalasa	Co-advisor

## ABSTRACT

This independent study aimed to analyze the consumer's behavior and satisfaction of using credit card of Krungthai Card Public Company Limited (KTC) in Mueang district, Lampang province. The sample size in this research is 400 cash card holders which consisted of 160 people who applied through Krungthai Bank and 240 people applied through KTC. The data was analyzed through descriptive statistics. The satisfaction service was analyzed by using marketing mix theory (7P's). Other data were analyzed by using Likert Scale. Moreover, a test of the difference of satisfaction of the sample between sample has applied through Krungthai Bank and sample has applied through KTC.

The result found that the sample who has applied through the Krungthai Bank, were mostly single women, with an average age of 36 years, a career government officer or employees of state enterprises, holdings bachelor's degree, with an average income per month between 10,001 - 20,000 baht. The objective of using cash credit card is for emergency. The approved average of credit limit is 62,350 baht. The number of times of withdrawal per month only one-time cash what it's uncertainly. The interest fee per month is 453.50 baht. Payment generally did at Krungthai bank. The overview of sample is very satisfied. The first satisfaction is credibility and image of KTC, The second is the distribution channels such as the number of location, convenience for payment channel and the third is personal for example, service mind, counseling and problem solving skill of staff.

For the sample was applied through KTC, were mostly single women, with an average age of 37 years, a career government officer or employees of state enterprises, holdings bachelor's degree. With an average income per month is between 10,001 - 20,000 baht. The objective of using cash credit card is for emergency. The approved average credit limit is 65,126 baht. The number of times of withdrawal per month only one-time cash what it's uncertainly. The interest fee per month is 519.58 baht. Payment generally did at Krungthai bank. The Overview of sample is very satisfied. The first satisfaction is credibility and image of KTC, The second is distribution channels such as the number of payment and adequacy of the ATM and the third is product as convenience to using cash credit card, the amount of credit approved.

Those who applied through the Krungthai Bank were generally more satisfied in people section of marketing mix than the sample who applied through the KTC with statistical significance. The satisfaction of the remaining ( 6 factor of marketing mix) , the two groups are satisfied, no difference with statistical significance.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์มวลรวม	8
2.1.2 ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์	10
2.1.3 ทฤษฎีในส่วนประสมทางการตลาด	11
2.1.4 หลักการวิเคราะห์เครดิตตามหลัก 6 C (6C's Policy)	14
2.1.5 หลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีปฏิบัติในการขอสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด ของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	15
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	19
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	
3.2.1	ประชากร	20
3.2.2	กลุ่มตัวอย่าง	20
3.3	ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	21
3.4	วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	23
4.2	พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC	31
4.3	ความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	
4.3.1	ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของลูกค้า บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม	45
4.3.2	ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของลูกค้า บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงาน ธนาคารกรุงไทย	45
4.3.3	ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของลูกค้า บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC	46
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	49
5.2	ข้อเสนอแนะ	51
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	52
	เอกสารอ้างอิง	54
	ภาคผนวก	55
	ประวัติผู้เขียน	61

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนลูกค้าของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดทั้งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 – 2556	2
ตารางที่ 1.2 จำนวนลูกค้าและจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเงินสดของ KTC เปรียบเทียบกับสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคาร (non-bank) ทั้งหมดที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดปี 2555-2556	3
ตารางที่ 1.3 จำนวนลูกค้ารายใหม่ที่ใช้สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดอนุมัติผ่าน สาขาธนาคารกรุงไทยในเขตเมืองลำปาง ปี พ.ศ.2556 – 2557	5
ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	21
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ	23
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ	24
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส	25
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ	26
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา	26
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	27
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน	28
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครัวเรือนที่ไม่ได้ทำงาน	29

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	30
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามภูมิภาค	31
ตารางที่ 4.11 การใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือ จากใช้บริการบัตรเครดิต เงินสด KTC	33
ตารางที่ 4.12 วัตถุประสงค์ในการถือบัตรเครดิต KTC	34
ตารางที่ 4.13 วงเงินที่ได้รับอนุมัติ	35
ตารางที่ 4.14 ระยะเวลาที่ถือครองบัตร KTC	36
ตารางที่ 4.15 จำนวนครั้งที่กดเงินสดใช้เฉลี่ยต่อเดือน	37
ตารางที่ 4.16 จำนวนเงินสดที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง	38
ตารางที่ 4.17 จำนวนดอกเบี้ยที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน	39
ตารางที่ 4.18 วิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตรเงินสด KTC	40
ตารางที่ 4.19 ผู้แนะนำให้ถือบัตรเครดิต KTC	41
ตารางที่ 4.20 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตเงินสด KTC	42
ตารางที่ 4.21 การถือครองบัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่น	43
ตารางที่ 4.22 การแนะนำให้บุคคลที่รู้จักใช้บริการสินเชื่อบัตรเงินสด KTC	43
ตารางที่ 4.23 การผิคนัดชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสดในปีที่ผ่านมา	44
ตารางที่ 4.24 คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	47

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

19



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบัน มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจให้มีความต้องการใช้เงินเป็นจำนวนมาก ซึ่งบางครั้งความต้องการใช้เงินนั้นอาจจะเกิดขึ้นในช่วงที่รอรายได้หรือเงินเดือน ทำให้รายได้นั้นไม่เพียงพอกับรายจ่าย ผู้บริโภคบางคนต้องอาศัยเงินกู้ยืมจากระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงมากจนผู้กู้หลายรายไม่สามารถชำระคืนได้ และต้องเสี่ยงต่อการโดนติดตามทวงหนี้ที่รุนแรงหากเกิดการผิดนัดชำระหนี้ สถาบันการเงินต่าง ๆ ได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจหรือโอกาสในการแก้ไขปัญหาหนี้สินนอกระบบ จึงได้มีการออกแบบบริการชนิดหนึ่งที่ทำให้บริการเงินสดด่วนและมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าการกู้ยืมเงินนอกระบบ ซึ่งเรียกว่าบริการบัตรเครดิตเงินสด

ธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตนับเป็นธุรกิจหนึ่งของการให้บริการกับผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน โดยให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล เมื่อได้รับการอนุมัติบัตรเครดิตและจัดส่งไปยังลูกค้าผู้สมัคร ลูกค้าสามารถนำบัตรดังกล่าวไปเบิกถอนเงินสดได้ตลอด 24 ชั่วโมงที่เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) โดยไม่มีค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดต่างคู่ และไม่มีค่าธรรมเนียมในการสมัคร เมื่อถึงรอบปิดการชำระลูกค้าสามารถชำระได้ที่เคาน์เตอร์ธนาคารทุกสาขาทั่วประเทศ โดยธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตจะคำนวณดอกเบี้ยจากยอดเงินที่เบิกถอนและระยะเวลาที่เบิกถอนถึงวันที่ชำระ ธุรกิจบัตรเครดิตจึงกลายเป็นตัวกระตุ้นระบบเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่อประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศ ดังนั้นสถาบันการเงินที่ให้บริการบัตรเครดิตจึงเกิดขึ้นมากมาย

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทย เช่น ธนาคารกสิกร

ไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น และสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย เช่น ธนาคารซีทีแบงก์ ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น และ 2) สถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์ (non-bank) ที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตเงินสด เช่น บริษัท อีซีบาย จำกัด (มหาชน) บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KTC เป็นต้น

เมื่อพิจารณามูลค่าการใช้บัตรเครดิตเงินสดของประเทศไทย พบว่าเพิ่มขึ้นจาก 257,132 ล้านบาท ในปี 2555 เป็น 299,142 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2556 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.3 เนื่องจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ให้ความสำคัญแก่ตลาดบัตรเครดิต ผู้ประกอบการแต่ละรายยังคงขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้มีคุณสมบัติรองลงมาจากกลุ่มลูกค้าของบัตรเครดิต และมุ่งเน้นการสร้างวินัยทางการเงินในการชำระหนี้ของลูกค้าสินเชื่อบุคคลเพื่อสนองนโยบายลดภาระหนี้ครัวเรือนของภาครัฐ แต่การแข่งขันการทำตลาดยังคงเป็นไปอย่างต่อเนื่องเช่น การปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต ในปี 2553-2556 พบว่า จำนวนลูกค้าของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ.2556 ลูกค้าบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์มีจำนวน 2.9 ล้านราย ส่วนจำนวนลูกค้าของสถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์ 8.5 ล้านราย ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 คิดเป็นร้อยละ 13.29 ทำให้ภาพรวมของทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.48 ทั้งนี้ การที่สัดส่วนของลูกค้าของสถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์มีสัดส่วนที่มากกว่าลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากเงื่อนไขการสมัครบัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์มีความสะดวกมากกว่าของธนาคารพาณิชย์ เช่น เงื่อนไขด้านรายได้ของผู้สมัครที่สถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์กำหนดเพียง 8,000 – 10,000 บาทต่อเดือน แต่ธนาคารพาณิชย์กำหนดที่ 10,000-15,000 บาทขึ้นไป เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เอกสารประกอบการสมัครน้อย อนุมัติสินเชื่อได้รวดเร็วกว่า (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 จำนวนลูกค้าของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตทั้งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 – 2556

จำนวนลูกค้าของธุรกิจสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด	2553 (ราย)	2554		2555		2556	
		ราย	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	ราย	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	ราย	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
ธนาคารพาณิชย์	1,906,017	2,097,245	10.03	2,655,997	26.64	2,926,616	10.19
สถาบันการเงินที่ไม่มีธนาคารพาณิชย์	6,670,369	6,824,549	2.31	7,543,283	10.53	8,545,672	13.29
รวมทั้งหมด	8,576,386	8,921,794	4.03	10,199,280	14.32	11,472,288	12.48

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556

บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KTC เป็นกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non-Bank) จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2539 เพื่อบริหารงานด้านธุรกิจบัตรเครดิตให้กับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KTB โดยให้บริการสินเชื่อเพื่อผู้บริโภคแบบไม่มีหลักประกันสำหรับผู้บริโภคทั่วประเทศ ประกอบด้วย ธุรกิจบัตรเครดิต และธุรกิจสินเชื่อบุคคล

สินเชื่อพร้อมใช้ หรือบัตรเครดิตเงินสด (KTC Cash Revolve) จัดเป็นสินเชื่อบุคคลประเภทหนึ่งซึ่งเป็นสินเชื่อที่อนุมัติวงเงินประเภทหมุนเวียนไว้สำรองใช้ในยามฉุกเฉิน หรือ โอกาสพิเศษต่าง ๆ วงเงินอนุมัติขั้นต่ำ 10,000 บาท และสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยไม่มีหลักทรัพย์หรือผู้ค้ำประกัน ผู้ขอสินเชื่อสามารถยื่นใบคำขอสินเชื่อได้ที่สาขาของธนาคารกรุงไทย และตัวแทนของ KTC ที่ตั้งสำนักงานอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ส่วนในเขตภูมิภาคมีสำนักงานที่เชียงใหม่แห่งเดียว โดยตัวแทนของ KTC จะมีการกระจายหาลูกค้าไปตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ เช่น การตั้งบูธในห้างสรรพสินค้า หรือการเข้าไปหาลูกค้าสถานที่ทำงานต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าในปี 2556 สถิติผู้ขอสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดที่สมัครผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทยคิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนที่เหลือเป็นตัวแทนของ KTC คิดเป็นร้อยละ 60

ณ สิ้นปี 2555 บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนลูกค้าบัตรเครดิตเงินสดทั้งประเทศอยู่ที่ร้อยละ 6.1 ต่อมาลดลงเหลือ ร้อยละ 5.6 ในปี 2556 ในส่วนของมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเงินสดของลูกค้า เพิ่มจากปี 2555 ที่ 13,242 ล้านบาท เป็น 15,121 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2556 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเท่ากับร้อยละ 5.1 ของจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเงินสดทั่วประเทศ (ตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2 จำนวนลูกค้าและจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเงินสดของ KTC เปรียบเทียบกับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร (non-bank) ทั้งหมดที่ให้บริการบัตรเครดิตเงินสด ในปี 2555-2556

	2555		2556	
	KTC	ทั่วประเทศ	KTC	ทั่วประเทศ
จำนวนลูกค้า (ราย)	626,326	10,199,280	638,959	11,472,288
ร้อยละของลูกค้า	6.10	100.00	5.60	100.00
จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเงินสด (ล้านบาท)	13,242	257,132	15,121	299,142
ร้อยละของจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเงินสด	5.10	100.00	5.10	100.00

ที่มา: บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2556



จากตารางที่ 1.2 จะเห็นว่ามูลค่าการกู้เงินผ่านบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตไทย จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ. 2555-2556 มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทบัตรเครดิตไทย จำกัด (มหาชน) ได้สังเกตเห็นถึงช่องทางการหาผลประโยชน์จากความต้องการใช้เงินของผู้บริโภคทั้งภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจ เนื่องจากดอกเบี้ยจากการให้สินเชื่อประเภทดังกล่าวสามารถเรียกเก็บได้สูงสุดถึงร้อยละ 28 ต่อปี ซึ่งเมื่อเทียบกับดอกเบี้ยเงินฝากต่าง ๆ แล้วสูงสุดอยู่ที่ประมาณร้อยละ 7 ต่อปี ซึ่งส่วนต่างดังกล่าวนี้ถือเป็นกำไรขั้นต้นของกิจการ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจนี้ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคให้มาเป็นลูกค้าของตนเอง สร้างแนวคิดกระตุ้นความต้องการเงินสดเพื่อการอุปโภคบริโภคที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันหรือการเสนอตัวเป็นทางเลือกของความต้องการใช้เงินยามฉุกเฉิน

ลำปางถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่สำคัญของภาคเหนือ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากถึง 518,607 คน เป็นอันดับสองรองจากจังหวัดเชียงใหม่ และยังมีพื้นที่รอการพัฒนาอีกมากมาย ซึ่งจังหวัดลำปางมีพื้นที่ครอบคลุมทั้งสิ้น 12,533 ตร.กม. ใหญ่เป็นอันดับ 10 ของประเทศ แบ่งเป็น 13 อำเภอ ซึ่งอำเภอเมืองลำปาง เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจังหวัดโดยมีอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว เช่น ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ โรงพยาบาล และศูนย์ราชการประจำจังหวัด เป็นต้น

บริษัทบัตรเครดิตไทย จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นความสำคัญของการสมัครบัตรเครดิตเงินสดผ่านทางสาขาหรือพนักงานของธนาคารกรุงไทย ที่มีสาขารอบคลุมทั่วประเทศกว่า 1,000 สาขา โดยบริษัทบัตรเครดิตไทย จำกัด (มหาชน) ให้คำตอบแทนแก่พนักงานและสาขาที่สามารถหาลูกค้าใหม่ ๆ ให้กับบริษัท โดยจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนบัตรที่ได้รับอนุมัติ ซึ่งในจังหวัดลำปางนั้น ช่องทางการรับสมัครสามารถสมัครผ่านตัวแทนของ KTC ที่ตั้งสำนักงานในจังหวัดเชียงใหม่ โดยดูแลครอบคลุม 17 จังหวัดในภาคเหนือ และสมัครผ่านพนักงานของธนาคารกรุงไทย โดยช่องทางธนาคารแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ สาขาลำปาง สาขาประจักษ์ สาขาเขลางค์นคร สาขาศูนย์ราชการลำปาง สาขาเทศบาลลำปาง และสาขาเซ็นทรัลพลาซ่าลำปาง

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจสัมพันธ์ของบริษัทบัตรเครดิตไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าในปี 2557 ลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีจำนวน 11,585 ราย แบ่งเป็นลูกค้าที่สมัครผ่านสาขาธนาคารกรุงไทยคิดเป็นร้อยละ 40 หรือจำนวน 4,634 ราย และที่เหลือเป็นผ่านตัวแทนของ KTC ร้อยละ 60 หรือจำนวน 6,951 ราย

เมื่อพิจารณาจำนวนลูกค้าที่ได้รับอนุมัติบัตรสินเชื่อพร้อมใช้ หรือบัตรเครดิตเงินสด (KTC Cash Revolve) โดยสมัครผ่านทางสาขาหรือพนักงานธนาคารกรุงไทย ปี พ.ศ.2557 มีจำนวนบัตรใหม่

1,109 บัตร เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 44.6 โดยสาขาลำปางมีจำนวนการอนุมัติบัตรใหม่มากที่สุด เนื่องจาก เป็นสาขานขนาดใหญ่ และมีจำนวนพนักงานสาขาจำนวนมากที่สุด ประกอบกับเปิดให้บริการมานาน มีลูกค้าจำนวนมากทั้งส่วนราชการและเอกชนที่มีบัญชีเงินเดือนผ่านสาขา ส่วนสาขาเซ็นทรัลพลาซาลำปางมีอัตราการเพิ่มขึ้นของยอดอนุมัติบัตรใหม่มากที่สุดถึงร้อยละ 89.2 เนื่องจากเป็นสาขาที่เปิดให้บริการใหม่ และเป็นสาขาที่เปิดทำการทุกวัน ลูกค้ามีปริมาณการทำธุรกรรมสูง เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่เช่น วิทยาลัยทำงานมีความต้องการใช้จ่ายสูง (ตารางที่ 1.3) อย่างไรก็ตาม สำหรับลูกค้า KTC ที่สมัครบัตรกดเงินสด รายใหม่ผ่านตัวแทน KTC ในจังหวัดลำปาง ไม่สามารถหาข้อมูลได้

ตารางที่ 1.3 จำนวนลูกค้ารายใหม่ที่ใช้สินเชื่อบัตรกดเงินสดอนุมัติผ่านสาขาธนาคารกรุงไทยในเขตเมืองลำปาง ปี พ.ศ.2556 – 2557

สาขา	ปี 2556	ปี 2557	อัตราการเพิ่ม (%)
ลำปาง	202	329	62.9
ประจวบฯ	116	136	17.2
เขลางค์นคร	107	158	47.6
ศูนย์ราชการลำปาง	84	127	51.2
เทสโก้โลตัสลำปาง	156	166	6.4
เซ็นทรัลพลาซาลำปาง	102	193	89.2
<b>รวมสาขาในเมืองลำปาง</b>	<b>767</b>	<b>1,109</b>	<b>44.6</b>

ที่มา: ธนาคารกรุงไทยสำนักงานเขตลำปาง, 2557

จากข้อมูลข้างต้นซึ่งพบว่าลูกค้าใช้สินเชื่อบัตรกดเงินสดในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับนโยบายบริษัทที่ให้ความสำคัญในการขยายฐานผลิตภัณฑ์บัตรกดเงินสด เพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสร้างความจงรักภักดีในระยะยาวให้กับลูกค้า ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อบัตรกดเงินสดของผู้บริโภคที่สมัครผ่านสาขาธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ดีที่สุดเพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลให้กับทางธนาคารกรุงไทยในจังหวัดลำปางและตัวแทน KTC นำไปพัฒนาและขยายสัดส่วนทางการตลาด เพิ่มกลุ่มเป้าหมายใหม่ และเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตทางการเงินของผู้บริโภคในจังหวัดลำปางให้หลีกเลี่ยงการกู้เงินจากนอกระบบที่อัตราดอกเบี้ยสูงและมีวิธีการในการติดตามหนี้ที่รุนแรงต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของลูกค้า บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตที่เป็นลูกค้าของ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

## 1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางสำหรับบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อรักษฐานลูกค้า และขยายฐานลูกค้าให้กับบริษัทประกอบการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมทั้งธนาคารกรุงไทยยังสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มรายได้ให้กับธนาคารและการให้บริการเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในอนาคต ทั้งนี้พนักงานของธนาคารกรุงไทยและตัวแทน KTC สามารถนำข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ไปประยุกต์ใช้ในการแนะนำหรือการเสนอบริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรกรุงไทยฯ แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรายอื่น ๆ ในอนาคตได้

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อพร้อมใช้หรือบัตรเครดิตเงินสด ของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานสาขาของธนาคารกรุงไทย จำนวน 6 สาขา ซึ่งประกอบด้วย สาขาลำปาง สาขาประตู่ชัย สาขาเขลางค์นคร และสาขาศูนย์ราชการลำปาง สาขาเทศบาลตำบลลำปาง สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าลำปาง และลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC ในช่วงเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2558

## 1.5 นิยามศัพท์

**สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร (non-bank)** หมายถึง สถาบันการเงินที่จัดตั้งเพื่อดำเนินธุรกิจเฉพาะสาขาของเศรษฐกิจที่ระบุไว้ในกฎหมายควบคุม การดำเนินงานของสถาบันการเงินนั้น ๆ จัดเป็นสถาบันการเงินนอกเหนือจากธนาคารพาณิชย์และธนาคารกลางที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับด้านสินเชื่อ โดยมีอยู่มาหลายประเภททั้งที่เป็นของรัฐและเอกชน สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารที่สำคัญ

สินเชื่อบัตรเครดิต หมายถึง เป็นสินเชื่อหมุนเวียนที่ต้องใช้บัตรเครดิตเป็นตัวเบิกเงินจากตู้ ATM โดยผู้ขอสินเชื่อซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาจะสามารถเบิกเงินจากตู้ ATM เมื่อไรก็ได้ แต่ต้องไม่เกินวงเงินที่กำหนด ดอกเบี้ยจะเริ่มคิดเมื่อมีการกดเงินจากตู้ ATM และผู้ให้บริการสินเชื่อหรือธนาคารจะแจ้งรายการเบิกเงินให้ผู้ขอสินเชื่อทราบทุกเดือน โดยสามารถชำระคืนได้ทั้งจำนวนหรือชำระเพียงบางส่วน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)

ได้อธิบายว่าอุปสงค์ (demand) คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าและบริการนั้นภายในระยะเวลาที่กำหนด ความต้องการซื้อหรืออุปสงค์นี้แตกต่างจากความต้องการซื้อในความหมายทั่วไป เพราะผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการได้นั้นจะต้องมีความเต็มใจที่จะซื้อ (willingness) และความสามารถที่จะจ่ายเงิน (ability to pay) เพื่อให้ได้เป็นเจ้าของของสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นความต้องการซื้อเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีรายได้หรือรายได้ไม่เพียงพอไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2545)

กฎของอุปสงค์ (law of demand) โดยทั่วไปกฎของอุปสงค์จะสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์คงที่ แล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการชนิดใดขึ้นอยู่กับราคาสินค้านั้นเป็นหลัก ทั้งนี้อุปสงค์จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับกฎของอุปสงค์ที่ว่า “ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่งจะเพิ่มขึ้นถ้าราคาสินค้านั้นลดลง และตรงกันข้ามกับปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะลดลงถ้าราคาสินค้านั้นเพิ่มขึ้น”

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น เช่น เมื่อราคาของบ้านเดี่ยวเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อบ้านเดี่ยวจะลดลง แต่ถ้าวราคาของบ้านเดี่ยวลดลงปริมาณซื้อบ้านเดี่ยวจะมีมากขึ้น
2. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อนอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้วยังขึ้นกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

2.1 สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (substitution goods) เช่น บ้านเดี่ยวกับคอนโดมิเนียม เนื้อหมูกับเนื้อไก่ ซากกับกาแฟ ปากกาถูกลิ้นกับปากกาหมึกซึม เป็นต้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใด มากน้อยเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคาบ้านเดี่ยวสูงขึ้น ในขณะที่ราคาคอนโดมิเนียมคงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อบ้านเดี่ยวลดลงแล้วหันไปซื้อคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันถ้าราคาบ้านเดี่ยวลดลงในขณะที่ราคาคอนโดมิเนียมคงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อบ้านเดี่ยว เพิ่มขึ้นแล้วจะซื้อคอนโดมิเนียมลดลงด้วย

2.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (complementary goods) เช่น บ้านกับเฟอร์นิเจอร์ ปืนกับลูกปืน ถูกับรองเท้า กาแฟกับครีมเทียม เป็นต้น เมื่อราคาบ้านแพงขึ้นนอกจาก ปริมาณซื้อบ้านจะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์ก็ลดลงด้วย ings ที่ราคาเฟอร์นิเจอร์ ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นในทิศทางตรงกันข้าม

3. รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถ แบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิดคือ

3.1 สินค้าปกติ (normal goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มากความต้องการซื้อสินค้าปกติ เพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลงความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

3.2 สินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นอุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้ลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมี รายได้ลดลงอุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสาร คุณภาพต่ำและเสื้อโหล เป็นต้น

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคล โดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยม ในสินค้าต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยมอุปสงค์ในสินค้านั้น จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าชนิดใดล้าสมัยอุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

5. จำนวนประชากร โดยทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือของประเทศมีจำนวนมากขึ้น ความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วยจึงจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้านั้น

6. การคาดคะเนราคาและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคายานยนต์ในอนาคตจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรีบซื้อบ้าน ในขณะที่อุปสงค์ของบ้านในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคายานยนต์ในอนาคตจะลดลง ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อบ้านไว้ก่อนอุปสงค์ของบ้านในปัจจุบันจึงลดลง

7. ฤดูกาลความต้องการซื้อสินค้าต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อนอุปสงค์ของพัดลมจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการร่มจะมีมากขึ้น ฤดูหนาวอุปสงค์ของเสื้อกันหนาวจะมีมากขึ้น

8. สภาพการกระจายรายได้ ในระบบเศรษฐกิจแม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของแต่ละประเทศจะเท่ากัน แต่ถ้าโครงสร้างการกระจายรายได้ของประเทศแตกต่างกัน ปริมาณความต้องการในสินค้าก็จะแตกต่างกันด้วย ตัวอย่างเช่น ประเทศซาอุดีอาระเบียและสหรัฐอเมริกา มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงและใกล้เคียงกัน แต่สภาพการกระจายรายได้แตกต่างกันมาก กล่าวคือ ประชากรของซาอุดีอาระเบียส่วนใหญ่ยังยากจน มีคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่ร่ำรวยจากการเป็นเจ้าของบ่อน้ำมัน ขณะที่ประชากรของสหรัฐอเมริกาส่งส่วนใหญ่เป็นคนชนชั้นกลาง รายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทั้ง 2 ประเทศย่อมแตกต่างกัน

### 2.1.2 ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ (Keyne's Theory of Demand for Money)

ความต้องการถือเงินตามแนวคิดนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการถือเงินไว้สำหรับจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน ความต้องการถือเงินเพื่อไว้ใช้ยามฉุกเฉิน และความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร

1. ความต้องการถือเงินไว้สำหรับจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน (Transaction Demand for Money) บุคคลจำเป็นต้องถือเงินไว้จำนวนหนึ่งสำหรับการจับจ่ายใช้สอยประจำวันให้เพียงพอในระยะเวลาหนึ่ง ๆ ซึ่งเงินตราที่ถือไว้นั้นเป็นเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น โดยทั่วไปบุคคลมักจะได้รับรายได้เพียงเดือนละครั้ง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องถือเงินไว้ใช้จ่ายในช่วงเวลาดังกล่าว ยิ่งระยะเวลาที่ได้รับรายได้แต่ละครั้งห่างกันเท่าใด ปริมาณเงิน โดยเฉลี่ยที่จะต้องถือไว้ใช้จ่ายก็ต้องเพิ่มขึ้นเท่านั้น นอกจากระยะเวลาแล้ว ยังขึ้นอยู่กับรายได้อีกด้วย กล่าวคือ ปริมาณความต้องการถือ

เงินนั้นจะสูงขึ้นหากรายได้ของบุคคลเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกันหากบุคคลมีรายได้ต่ำลง ปริมาณความต้องการถือเงินเพื่อการใช้จ่ายก็จะลดลง

2. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน (Precaution Demand for Money) ความต้องการถือเงินประเภทนี้เกิดจากเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ หรืออาจเกิดขึ้นโดยบังเอิญ อาจกล่าวได้ว่าเป็น การใช้จ่ายที่ไม่คาดคิด เช่น กรณีเกิดการเจ็บป่วย เป็นต้น ความต้องการประเภทนี้ขึ้นอยู่กับรายได้ เพราะหากมีรายได้สูง บุคคลสามารถที่จะกันเงินบางส่วนสำหรับเก็บไว้ใช้ในยามฉุกเฉินได้มาก นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการถือเงินประเภทนี้ กล่าวคือเพราะความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินนั้นไม่มีกำหนดเวลาแน่นอน ดังนั้นหากอัตราดอกเบี้ยที่จะได้จากการลงทุนสูง พอที่จะได้ผลกำไรจากการลงทุนแล้ว เงินส่วนนี้อาจถูกนำไปลงทุนในหลักทรัพย์หรือเงินฝากประจำไว้ชั่วคราว จนกว่าจะเกิดความจำเป็นที่ต้องใช้เงินจึงจะขายหลักทรัพย์นั้น

3. ความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร (Speculative Demand for Money) ความต้องการถือเงินประเภทนี้ เคนส์ จำกัดความสนใจต่อตัวแปรเดียว คือ อัตราดอกเบี้ยตลอดจนผลการคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งบุคคลมีทางเลือกถือสินทรัพย์สองประเภท คือ เงินสดและพันธบัตร ซึ่งการจะถือเงินสดหรือพันธบัตรนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต กล่าวคือ ถ้าผู้ถือพันธบัตรคาดคะเนว่า อัตราดอกเบี้ยในอนาคตมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเขาจะถือเงินสดไว้ในทางกลับกันถ้าคาดคะเนว่า อัตราดอกเบี้ยในอนาคตจะมีแนวโน้มลดต่ำลง เขาจะถือเป็นพันธบัตร ทั้งนี้เพราะการถือพันธบัตรในอัตราดอกเบี้ยที่สูงย่อมให้ผลตอบแทนสูง

### 2.1.3 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้าชิ้นนั้น ๆ โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย แต่ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการนั้นจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือจะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบไปด้วย 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย พนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ส่วนประสมทางการบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้ (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อรุณา, 2549)



1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง แนวความคิดโดยรวมของวัตถุ (Object) และกระบวนการ (Processes) ซึ่งให้คุณค่าแก่ลูกค้า คำว่าผลิตภัณฑ์นี้มักจะนิยมใช้กันในความหมายอย่างกว้างเพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ สินค้า (Manufactured Goods/Product) และบริการ (Services)

2. ราคา (Price) มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดบริการของบริษัทในหลาย ๆ ประเด็น ดังต่อไปนี้

2.1 ราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการเพียงประเภทเดียวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้

2.2 ราคามีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้ของลูกค้าในเรื่องคุณค่า และคุณภาพของบริการที่บริษัทนำเสนอ

2.3 ราคามีผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายบริการ และจะต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้

3.1 การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง ความง่ายและความสะดวกสบายในการซื้อหรือรับบริการ

3.2 ความพร้อมที่จะให้บริการ (Availability) หมายถึง ระดับความพร้อมในการให้บริการผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อหรือรับบริการได้

นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการให้บริการ (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) อีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด หรือการสื่อสารการตลาดบริการ (Promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาดที่มีบทบาทสำคัญหลายประการ

4.1 ให้ข้อมูลที่จำเป็นต่าง ๆ แก่ลูกค้า (To Inform)

4.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (To Educate)

4.3 ชักจูงให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (To Persuade)

4.4 ช่วยเตือนความจำแก่ลูกค้า (To Remind)

สำหรับการบริการซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บทบาทของการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นยิ่งจะมีมากขึ้น เนื่องจากการสื่อสารจะช่วยทำให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และยังช่วยในการให้ข้อมูลกับลูกค้าถึงบทบาทของลูกค้านั้นในกระบวนการนำเสนอบริการได้อีกด้วย เครื่องมือสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วย

การโฆษณา (Advertising) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและบริการและช่วยให้ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างระหว่างบริการของบริษัทกับคู่แข่งด้วย

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) วิธีนี้จะเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ซึ่งมีส่วนเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันจึงถือว่ามีค่าสำคัญและเป็นอีกส่วนหนึ่งของบริการ

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) สามารถทำได้หลายได้วิธี เช่น การแจกสินค้าตัวอย่าง การให้บัตรส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลด การให้รางวัล

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง แผนงานและความพยายามที่จะทำอย่างต่อเนืองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ รักษาภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและสาธารณชน เครื่องมือที่สำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น รายงานประจำปี แผ่นพับ โปสเตอร์ การให้การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมต่าง ๆ การใช้สัญลักษณ์ หรือตราองค์กร

การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้บริโภคจะถ่ายทอดไปถึงผู้บริโภคคนอื่น ๆ ซึ่งเกิดได้ทั้งในแง่บวกเมื่อได้รับความพอใจในการบริการ และในแง่ลบเมื่อรู้สึกไม่พอใจในบริการดังกล่าว

สรุปได้ว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภคเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงาน หรือติดต่อโดยไม่ใช้คน

5. บุคคล (People) หมายถึง บุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการซึ่งรวมถึงพนักงานทุกระดับชั้น ลูกค้าที่มาใช้บริการและบุคคลอื่น ๆ ที่มาร่วมอยู่ในสิ่งแวดล้อมของบริการนั้นด้วย ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และส่งต่อข้อมูลของผู้บริโภค

6. กระบวนการ (Processes) หมายถึง ขั้นตอน วิธีการ งานประจำ และงานต่าง ๆ ที่ต้องปฏิบัติตามกำหนดเวลา รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพบริการ ซึ่งประกอบด้วย

7.1. สิ่งแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ

7.2. สถานบริการหรือสถานที่ในการให้บริการ

7.3. สิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องได้ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการ

#### 2.1.4 หลักการวิเคราะห์เครดิตตามหลัก 6 C (6C's Policy)

การวิเคราะห์เครดิตตามหลัก 6 C โดยวิธีนี้มีมากกว่า 50 ปี แล้วโดยพัฒนามาจาก 3C ได้แก่ Character, Capital และ Capacity ก่อน ซึ่งต่อมาเพิ่ม Condition Collateral และ Control ซึ่งเรียกว่า หลักการวิเคราะห์เครดิต 6C ประกอบด้วย (วาสนา สิงห์โกวิท, 2557)

1. Character เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ วิเคราะห์ถึงอุปนิสัยและพฤติกรรมของผู้ขอสินเชื่อ ว่ามีความรับผิดชอบในการชำระหนี้เพียงใดโดยแบ่งพิจารณาได้ 2 ประการ ดังนี้

1.1 คุณสมบัติและประวัติส่วนตัว เช่น อุปนิสัยทั่วไปของลูกหนี้ประวัติการชำระหนี้ที่อยู่และภูมิลำเนา (ต้องไม่เปลี่ยนแปลง) ข้อมูลด้านครอบครัวอายุฐานะทางสังคมชื่อเสียง การศึกษา

1.2 คุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น หน้าที่การงานอาชีพและประสบการณ์ในอาชีพความสามารถหรือความชำนาญพิเศษ

2. Capacity เป็นการพิจารณาถึงความสามารถในการชำระหนี้ ถึงแม้ว่าผู้กู้จะมีความซื่อสัตย์แต่หากไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลงก็มีความเสี่ยงอย่างมากในการให้สินเชื่อโดยดูจากเงินเดือนและรายได้อื่นๆ หนี้สินเดิมที่มีอยู่ระดับการครองชีพสุขภาพ

3. Capital เป็นการพิจารณาถึงทรัพย์สินเงินทองที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้กู้ ฐานะการเงินของผู้กู้เพื่อดูความเข้มแข็งทางการเงิน (Financial Strength) เช่น บัญชีเงินฝากธนาคารที่ดินรถยนต์ เป็นต้น

4. Collateral เป็นการพิจารณาถึงหลักประกัน ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของ Capital ซึ่งนำมาค้ำประกันสินเชื่อหลักประกันเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดความเสี่ยงของการให้สินเชื่อ กรณีที่ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของลูกหนี้ไม่เป็นไปตามแผนงานที่คาดคะเน หลักประกันที่นิยมใช้ค้ำประกันในการสินเชื่อ เช่น ที่ดิน อาคาร พันธบัตรเงินฝากในธนาคารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม ซึ่งต้องพิจารณาถึงสภาพคล่องของแต่ละหลักประกันว่ามีสภาพคล่องเพียงใด

5. Condition เป็นการพิจารณาถึงสภาพการณ์ทั่วไปที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมของลูกหนี้ เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจสถานการณ์ของตลาดเงิน นโยบายของรัฐบาลปัญหาแรงงานการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยและอื่นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อชำระหนี้เงินกู้คืน

6. Control เป็นการพิจารณาถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของผู้กู้ ไม่ใช่ว่าผู้กู้ทุกคนจะมีระบบการเงินและการบริหารงานภายในดี เช่น บริหารแบบครอบครัวซึ่งอาจจะใช้ได้ดีในธุรกิจหนึ่งแต่อีกธุรกิจหนึ่งอาจจะไม่ดีเท่าที่ควรได้ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินแก่ผู้กู้ได้

## 2.1.5 หลักเกณฑ์เงื่อนไขและวิธีปฏิบัติในการขอสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

### 1. คุณสมบัติของผู้สมัคร

- 1.1 ผู้มีรายได้ประจำ เช่น เจ้าหน้าที่บริษัท ข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.2 รายได้ขั้นต่ำ 10,000 บาทต่อเดือน
- 1.3 มีอายุงานในสถานที่ทำงานปัจจุบันอย่างน้อย 4 เดือน
- 1.4 ผู้มีสัญชาติไทย อายุ 21-65 ปีบริบูรณ์
- 1.5 เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการส่วนตัวที่มีอายุกิจการตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป และมีเงินหมุนเวียนอย่างต่ำ 100,000 บาทต่อเดือน

### 2. เอกสารประกอบการสมัคร

#### 2.1. สำหรับพนักงานประจำ

- 2.1.1. สำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้าน
- 2.1.2. สลิปเงินเดือนเดือนล่าสุด หรือ หนังสือรับรองรายได้
- 2.1.3. สำเนานับบัญชีธนาคารย้อนหลัง 3 เดือนพร้อมหน้าสมุดที่ระบุชื่อและเลขที่บัญชี

#### 2.2. สำหรับผู้ประกอบการส่วนตัว

- 2.2.1. สำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้าน
- 2.2.2. หนังสือรับรองการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วน/บริษัท หรือ ทะเบียนการค้า

2.2.3. สำเนาบัญชีธนาคารย้อนหลัง 6 เดือนพร้อมหน้าสมุดที่ระบุชื่อและเลขที่บัญชี

2.2.4. รายชื่อผู้ถือหุ้นล่าสุดไม่เกิน 6 เดือน

### 3. วงเงินและระยะเวลาการกู้ยืม

3.1. วงเงินอนุมัติขั้นต่ำ 10,000 บาท และสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งจำนวนเงินสูงสุดสามารถเบิกถอนได้ในแต่ละคราวนั้น จะเท่ากับส่วนต่าง ระหว่างวงเงินที่ได้รับอนุมัติ กับยอดรวมของจำนวนเงินกู้ที่ได้เบิกถอนไปและยังมีได้ชำระคืนให้แก่ KTC

3.2. ระยะเวลาการกู้ยืม ขึ้นอยู่กับยอดเงินในการผ่อนชำระในแต่ละงวด โดยสามารถเลือกชำระตามยอดเงินชำระขั้นต่ำ 3% ของยอดที่เรียกเก็บหรือ 300 บาทแล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

### 4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียม

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้อยู่ที่ 15 ต่อปี ค่าธรรมเนียมใช้วงเงินสูงสุดไม่เกินร้อยละ 13 ต่อปี และไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้กรณีผิดนัดชำระหนี้ให้เป็นไปตามที่ประกาศของ บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย (มหาชน) จำกัด

## 2.2 ออกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**พรพัฒน์ โสทธิเสาวรภัย (2549)** ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียน ส่วนบุคคลของลูกค้ายาจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 305 ราย พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้เฉลี่ย 10,000 -20,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการใช้ เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน ได้รับวงเงินสินเชื่อระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และยังใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของสถาบันการเงินอื่นอีกด้วยควบคู่กัน 1 บัตร ซึ่งนิยมใช้สินเชื่อเรดดีเครดิตของธนาคารซีทีแบงก์ และมีสินเชื่อบัตรเครดิตอยู่ด้วย ลูกค้ายาส่วนใหญ่ไม่เคยใช้สินเชื่อในระบบ และเมื่อใช้ บริการสินเชื่อส่วนบุคคลแล้วจะไม่กลับไปใช้สินเชื่อในระบบอีก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ เช่น สถานที่ตั้งตู้เอทีเอ็ม เช่น มีตู้เอทีเอ็มให้บริการอย่างทั่วถึงทุกที่ อันดับสองคือปัจจัยด้านบุคลากร เช่น ความเอาใจใส่ของพนักงาน และอันดับสามเป็นปัจจัยด้านราคา เช่น การไม่คิดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี

**สมพล วิสมิตะนันท์ (2550)** ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถาม จำนวน 324 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานหรือลูกจ้าง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสินเชื่อส่วนบุคคลกับ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้เพื่อผ่อนชำระสินค้า ถือบัตรสมาชิกเพียง 1 บัตร ในด้านการใช้ประโยชน์ของวงเงินสินเชื่อ ใช้ซื้ออุปกรณ์สื่อสารและใช้ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อนั้น มีเหตุผลเพื่อที่จะสามารถแบ่งจ่ายได้หลายงวด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงมาก อันดับสองคือปัจจัยด้านบุคลากร เช่น พนักงานที่ให้บริการมีความรู้และชี้แจงข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

**วัชรพล น้อยวิจิ (2551)** ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง และแยกออกเป็นกลุ่มราชการและกลุ่มเอกชน กลุ่มละ 150 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการทั้งกลุ่มราชการและกลุ่มเอกชน มีสัดส่วนชายและหญิงที่ใกล้เคียงกัน อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี และรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บัตรที่เหมือนกัน ดังต่อไปนี้ คือ มีจำนวนการถือครองบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่น ๆ อีก 1 บัตร มีวัตถุประสงค์ในการเปิดใช้บริการ เพื่อสำรองการใช้จ่าย มีความถี่ในการกดใช้บริการผ่านบัตรเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนเงินที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 3,000 บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการถือเงินก่อนการชำระหนี้อยู่ระหว่าง 15-30 วัน มีการชำระหนี้คืนในลักษณะชำระบางส่วนและชำระหนี้คืนผ่านจุดรับชำระของธนาคารไทยพาณิชย์ ในขณะที่พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ วงเงินสูงสุดที่ได้รับซึ่งกลุ่มราชการได้รับวงเงินสูงสุดในช่วง 30,000-60,000 บาท ขณะที่กลุ่มเอกชนได้รับวงเงินสูงสุดในช่วงต่ำกว่า 30,000 บาท

**พัชรี สุทธิพงษ์วิรัช (2554)** ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเขตที่จะทำการศึกษากวีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) จำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตบางแค เขตธนบุรีเขตปทุมวัน เขตวัฒนา เขตจตุจักร เขตราชเทวี เขตลาดพร้าว เขตพญาไท เขตบางรัก และเขตสาทร จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001-20,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของธนาคารซีทีแบงก์ ถือบัตรเครดิตเงินสดจำนวน 1 บัตร มีระยะเวลาการถือครองและใช้บัตรประมาณ 1 ปี ความถี่ในการใช้บัตร 2 ครั้งต่อเดือน วงเงินในการถอนต่อครั้งไม่เกิน 10,000 บาท สมัครสมาชิกด้วยช่องทางจุดบริการที่รับสมัครตามสถานที่ต่าง ๆ และเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อเป็นเงินสำรองในยามฉุกเฉิน และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตเงินสดที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากพนักงานให้บริการ

**มณฑิตา สกลรัตน์ศักดิ์ (2556)** ทำการศึกษาพฤติกรรมและปัญหาการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพเป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี สมรสแล้ว วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท โดยปัจจุบันถือบัตรเครดิตประเภท KTC Visa Platinum, Visa gold, Master titanium สำหรับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือจำนวน 2 ใบ และได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตระหว่าง 60,001-80,000 บาท ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต 2-5 ครั้งต่อเดือน เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยการใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าแฟชั่น สถานที่ที่ใช้โรงแรม รูปแบบการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือความกระตือรือร้นของพนักงาน การให้อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีสิทธิประโยชน์หลายอย่าง ทราบข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ มีความพึงพอใจกับการได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และจะแนะนำให้เพื่อนมาสมัครเป็นสมาชิก หากบัตรที่ใช้อยู่หมดอายุจะต่ออายุสมาชิก ส่วนปัญหาการใช้บริการมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ คือเรื่องการขออนุมัติบัตรเครดิตใช้เวลามากกว่า 1 เดือน

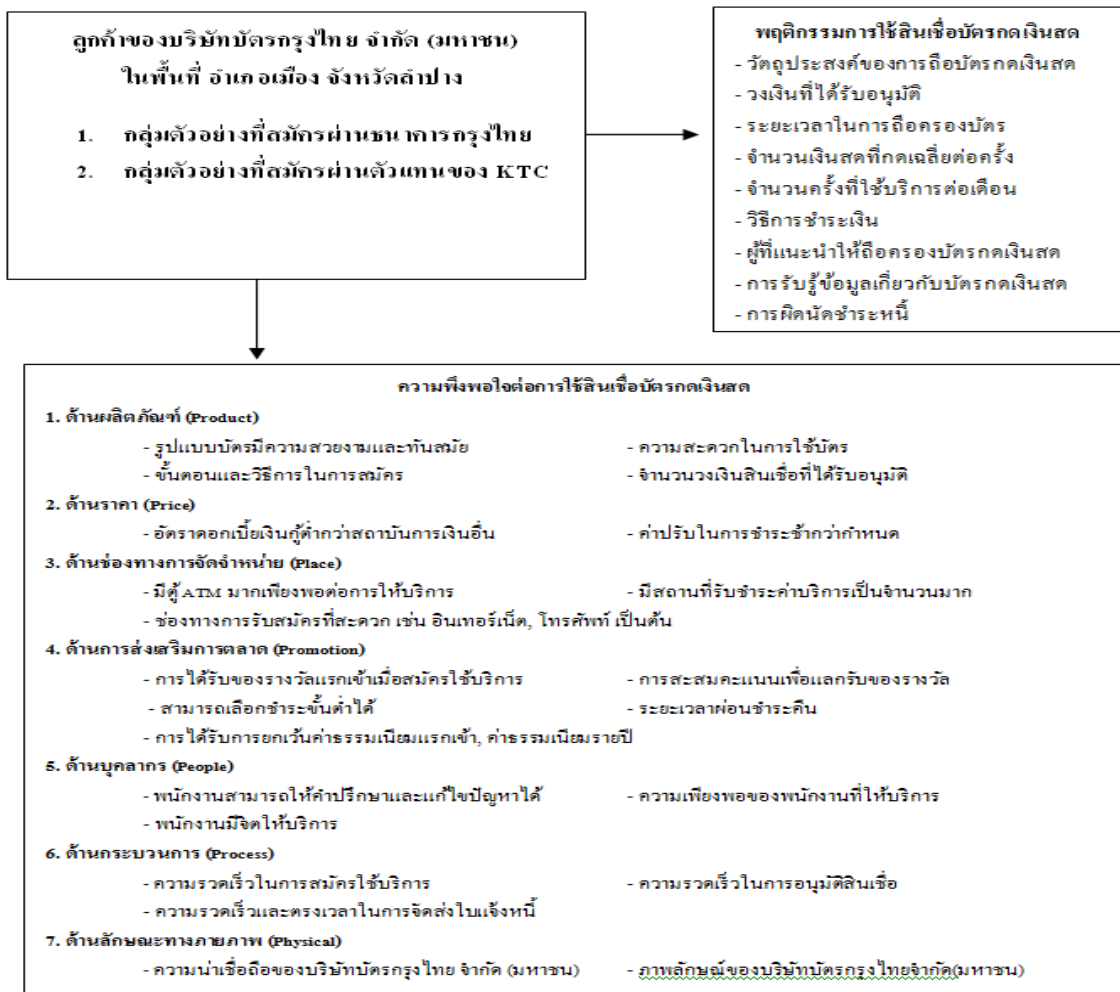
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด และความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา



## 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

### 3.2.1 ประชากร

จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ำที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้จาก จำนวนลูกค้ำบัตรเครดิตเงินสดที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย จำนวน 4,634 ราย และลูกค้ำที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC จำนวน 6,951 ราย รวมเป็นจำนวน 11,585 ราย (ตารางที่ 4)

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$N$  คือ จำนวนประชากร

$e$  คือ ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

$$\begin{aligned} n &= \frac{11,585}{1+11,585 (0.05)^2} \\ &= 386.65 \end{aligned}$$

ในที่นี้จะใช้จำนวนตัวอย่าง 400 ราย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ลูกค้ำที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย จำนวน 160 ราย และ ลูกค้ำที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC จำนวน 240 ราย (ตารางที่ 3.1) โดยจะทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ณ สาขาของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองลำปาง จำนวน 6 สาขา และในห้างสรรพสินค้า ได้แก่ เซ็นทรัล พลาซ่า ลำปาง และ เทสโก้ โลตัส ลำปาง จำนวน 2 แห่ง รวมเป็น 8 แห่ง ซึ่งแต่ละแห่งจะสอบถามกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 50 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ราย

### ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

	ประชากรทั้งหมด		กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
	จำนวน (ราย)	สัดส่วน (ร้อยละ)	
1. ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย	4,634	40.00	160
2. ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC	6,951	60.00	240
รวม	11,585	100.00	400

### 3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมรวมถึงความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตทั้งประเทศไทยปี 2553 -2556 เป็นข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูลจากแบบฟอร์มใบสมัครสินเชื่อบัตรเครดิต เรื่องหลักเกณฑ์เงื่อนไข คุณสมบัติเอกสารที่ใช้ในการสมัครบัตรเครดิต KTC เป็นข้อมูลจากบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และข้อมูลจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต ผ่านสาขาธนาคารกรุงไทย และผ่านตัวแทนภายนอก ในปี 2557 เป็นข้อมูลจากธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตลำปาง เป็นต้น ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่มีการเผยแพร่ในระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาประกอบการศึกษา

### 3.4 วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตของลูกค้า บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการถือบัตรเครดิต วงเงินที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลาในการถือครองบัตร จำนวนเงินสดที่กดเฉลี่ยต่อครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน วิธีการชำระเงิน และการผิन्छชำระ การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้ใช้สถิติพรรณนาค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

3.4.2 การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อบัตรกดเงินสดที่เป็นลูกค้าของ บริษัทบัตรเครดิต ไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคลากร 6) ด้านกระบวนการ และ 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งในการวิเคราะห์หัวข้อนี้ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้.-

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและทำการแปลผลระดับความพึงพอใจ โดยเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.51 – 5.00	พอใจมากที่สุด
3.51 – 4.50	พอใจมาก
2.51 – 3.50	พอใจปานกลาง
1.51 – 2.50	พอใจน้อย
1.00 – 1.50	พอใจน้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรกดเงินสดของกลุ่มตัวอย่างที่สมัครบัตรกดเงินสดผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย และกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC โดยใช้สถิติค่า t (t-test)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยการสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 ราย แบ่งเป็นลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย จำนวน 160 ราย และลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC จำนวน 240 ราย ผลการศึกษาดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ลักษณะที่อยู่อาศัย และภูมิฐานะผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งการศึกษามีดังนี้

##### 4.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.75 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 71.25 และ 63.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ

เพศ	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงาน ธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทน ของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	46	28.75	87	36.25	133	33.25
หญิง	114	71.25	153	63.75	267	66.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 35.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 24 – 30 ปี และอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.25 และ 20.00 ตามลำดับ และมีอายุต่ำสุด 24 ปี อายุสูงสุด 60 ปี และอายุเฉลี่ย 37 ปี (ตารางที่ 4.2)

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยทั้งหมดมีอายุอยู่ระหว่าง 24 – 30 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 36.25 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ 18.13ตามลำดับ และมีอายุต่ำสุด 24 ปี อายุสูงสุด 60 ปี และอายุเฉลี่ย 36 ปี (ตารางที่ 4.2)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC ทั้งหมดมีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 35.83 รองลงมา มีอายุระหว่าง 24 – 30 ปี และอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.25 และ 21.24 ตามลำดับ และมีอายุต่ำสุด 24 ปี อายุสูงสุด 60 ปี และอายุเฉลี่ย 37 ปี (ตารางที่ 4.2)

กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและสมัครผ่านตัวแทนของ KTC มีอายุโดยเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ

อายุ	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงาน ธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทน ของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
24 - 30 ปี	58	36.25	75	31.25	133	33.25
31 – 40 ปี	56	35.00	86	35.83	142	35.50
41 – 50 ปี	29	18.13	51	21.24	80	20.00
51 ปี ขึ้นไป	17	10.62	28	11.66	45	11.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (ปี)	24		24		24	
สูงสุด (ปี)	60		60		60	
เฉลี่ย (ปี)	36		37		37	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.3 สถานภาพสมรส

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสดมากถึงร้อยละ 52.50 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 55.63 และ 50.42 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	ลูกค้ำที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โสด	89	55.63	121	50.42	210	52.50
สมรส	60	37.50	96	40.00	156	39.00
แยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง	11	6.87	23	9.58	34	8.50
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.4 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.75 และที่เหลือเป็นกลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 28.13 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 71.87 และ 76.67 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

สังเกตได้ว่าการที่กลุ่มลูกค้ำส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงและสามารถได้รับอนุมัติได้ง่ายกว่ากลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทำให้พนักงานธนาคารกรุงไทยหรือตัวแทน KTC ที่ต้องการเพิ่มลูกค้ำที่ต้องการใช้สินเชื่อบัตรเครดิตต่างพยายามนำเสนอบัตรกับกลุ่มลูกค้ำที่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ลูกค้ำที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	71.87	184	76.67	299	74.75
ลูกจ้างพนักงานบริษัทเอกชน	45	28.13	56	23.33	101	25.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.5 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.50 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีที่สัดส่วนร้อยละ 69.37 และ 59.58 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ลูกค้ำที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	6.25	26	10.84	36	9.00
ปริญญาตรี	111	69.37	143	59.58	254	63.50
สูงกว่าปริญญาตรี	39	24.37	71	29.58	110	27.50
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.75 รองลงมาคือช่วง 20,001 – 30,000 และ 50,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.75 และ 17.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านธนาคารกรุงไทยทั้งหมดมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.38 รองลงมาคือช่วง 20,001 – 30,000 และ 50,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.88 และ 14.37 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านตัวแทน KTC ทั้งหมดมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.00 รองลงมาคือช่วง 20,001 – 30,000 และ 50,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.33 และ 18.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

เมื่อพิจารณาช่วงระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ถือครองบัตรเครดิตเงินสด KTC แล้วพบว่า อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 และช่วง 20,001 - 30,000 เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งรวมกันได้มากถึง ร้อยละ 61.50 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เริ่มทำงานและมีรายได้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้จ่ายทั่วไปในชีวิตประจำวัน ประกอบกับเป็นกลุ่มที่มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทยเป็นส่วนใหญ่ทำให้พนักงานธนาคารกรุงไทยและพนักงานตัวแทน KTC มีข้อมูลเพื่อนำเสนอบริการบัตรเครดิตเงินสดกับกลุ่มดังกล่าวได้มากกว่า

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 10,000 บาท	3	1.87	6	2.50	9	2.25
10,001 – 20,000 บาท	55	34.38	72	30.00	127	31.75
20,001 – 30,000 บาท	51	31.88	68	28.33	119	29.75
30,001 – 40,000 บาท	16	10.00	24	10.00	40	10.00
40,001 – 50,000 บาท	12	7.50	25	10.42	37	9.25
50,001 บาทขึ้นไป	23	14.37	45	18.75	68	17.00
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.1.7 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 - 4 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 61.00 รองลงมา มีจำนวน 1 - 2 คน และ 5 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และ 16.00 ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนต่ำสุด 1 คน สูงสุดที่ 8 คน และมีจำนวนเฉลี่ย 4 คน (ตาราง 4.7)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 - 4 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 55.00 รองลงมา มีจำนวน 5 - 6 คน และ 1 - 2 คน คิดเป็นร้อยละ 21.88 และ 19.38 ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนต่ำสุด 1 คน สูงสุดที่ 8 คน และมีจำนวนเฉลี่ย 4 คน (ตาราง 4.7)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 - 4 คน เป็นสัดส่วนร้อยละ 65.00 รองลงมา มีจำนวน 1 - 2 คน และ 5 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 12.08 ตามลำดับ ซึ่งมีจำนวนต่ำสุด 1 คน สูงสุดที่ 7 คน และมีจำนวนเฉลี่ย 3 คน (ตาราง 4.7)

**ตารางที่ 4.7** จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	ลูกค้ำที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 - 2 คน	31	19.38	48	20.00	79	19.75
3 - 4 คน	88	55.00	156	65.00	244	61.00
5 - 6 คน	35	21.88	29	12.08	64	16.00
7 คน ขึ้นไป	6	3.75	2	0.83	8	2.00
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (คน)	1		1		1	
สูงสุด (คน)	8		7		8	
เฉลี่ย (คน)	4		3		4	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.8 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ได้ทำงาน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่สมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดมีงานทำมีส่วนมากถึงร้อยละ 34.25 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน และ 1 คน ร้อยละ 32.25 และ 23.25 ตามลำดับ และมีจำนวนสมาชิกที่ไม่ทำงานเฉลี่ยครัวเรือนละ 1 คน (ตารางที่ 4.8)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยที่มีสมาชิกในครัวเรือนไม่ได้ทำงาน 2 คน มีสัดส่วนที่เท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดมีงานทำ ที่ร้อยละ 33.13 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 1 คน เป็นร้อยละ 25.63 และมีจำนวนสมาชิกที่ไม่ทำงานเฉลี่ยครัวเรือนละ 1 คน (ตารางที่ 4.8)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ที่มีสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดมีงานทำสูงถึงร้อยละ 35.00 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกที่ไม่ได้ทำงาน 2 คน และ 1 คน เป็นร้อยละ 31.67 และ 21.67 ตามลำดับ และมีจำนวนสมาชิกที่ไม่ทำงานเฉลี่ยครัวเรือนละ 1 คน (ตารางที่ 4.8)

**ตารางที่ 4.8** จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ได้ทำงาน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ได้ทำงาน	ลูกค้ำที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่มี	53	33.13	84	35.00	137	34.25
1 คน	41	25.63	52	21.67	93	23.25
2 คน	53	33.13	76	31.67	129	32.25
3 คน ขึ้นไป	13	8.13	28	11.67	41	10.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (คน)	0		0		0	
สูงสุด (คน)	4		5		5	
สมาชิกที่ไม่ได้ทำงานโดยเฉลี่ย	1 คน		1 คน		1 คน	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.9 ลักษณะที่อยู่อาศัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านตัวเอง เป็นสัดส่วนร้อยละ 64.00 รองลงมาอาศัยอยู่บ้านพ่อแม่/ญาติ และบ้านเช่าเป็นร้อยละ 23.75 และ 4.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านตัวเอง เป็นสัดส่วนร้อยละ 59.38 รองลงมาอาศัยอยู่บ้านพ่อแม่/ญาติ และบ้านเช่าเป็นร้อยละ 28.75 และ 5.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่อาศัยอยู่บ้านตัวเอง เป็นสัดส่วนร้อยละ 67.08 รองลงมาอาศัยอยู่บ้านพ่อแม่/ญาติ เป็นสัดส่วนร้อยละ 20.42 บ้านเช่า และหอพัก/คอนโดมิเนียม เป็นสัดส่วนเท่ากันร้อยละ 4.58 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะที่อยู่อาศัย	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
บ้านตัวเอง	95	59.38	161	67.08	256	64.00
บ้านพ่อแม่/ญาติ	46	28.75	49	20.42	95	23.75
บ้านเช่า	8	5.00	11	4.58	19	4.75
หอพัก/คอนโดมิเนียม	7	4.37	11	4.58	18	4.50
บ้านพักสวัสดิการ	4	2.50	8	3.34	12	3.00
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.10 ภูมิสำเนา

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่มีภูมิสำเนาอยู่จังหวัดลำปาง เป็นสัดส่วนร้อยละ 88.50 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่มีภูมิสำเนาอยู่จังหวัดลำปาง ที่สัดส่วนร้อยละ 90.00 และ 87.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามภูมิสำเนา

ภูมิสำเนา	ลูกค้ำที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้ำที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เชียงใหม่	10	6.25	15	6.25	25	6.25
ลำพูน	3	1.875	7	2.92	10	2.50
ลำปาง	144	90.00	210	87.50	354	88.50
เชียงราย	3	1.875	8	3.33	11	2.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC

การศึกษาในหัวข้อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ซึ่งประกอบไปด้วย การใช้บริการของธนาคารกรุงไทยนอกเหนือจากบริการบัตรเครดิตเงินสด KTC วัตถุประสงค์ของการถือบัตรเครดิตเงินสด KTC วงเงินที่ได้รับอนุมัติ ระยะเวลาที่ถือครองบัตร KTC จำนวนครั้งที่กดเงินสดเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินสดที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง จำนวนดอกเบี้ยที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน วิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตร KTC ผู้แนะนำให้อัตราบัตร KTC การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตร KTC การถือครองบัตรเครดิตสดสถาบันการเงินอื่น การแนะนำให้กับบุคคลที่รู้จักใช้บริการบัตร KTC และการผิณฑ์ชำระหนี้บัตรเครดิตสดในปีที่ผ่านมา ผลการศึกษามีดังนี้คือ

##### 4.2.1 การใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย นอกเหนือจากการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 89.50 ซึ่งบริการของธนาคารกรุงไทยที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยใช้บริการมากที่สุดสามอันดับแรกคือ บริการฝากเงิน ได้แก่ เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ บริการสินเชื่อบัตรเครดิต

และเงินกู้กรุงไทย ได้แก่ เงินกู้ธนวิญและเงินกู้เอนกประสงค์ เป็นสัดส่วนร้อยละ 93.30 74.58 และ 61.45 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.68 ซึ่งบริการของธนาคารกรุงไทยที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยใช้บริการมากที่สุดสามอันดับแรกคือ บริการฝากเงิน บริการสินเชื่อบัตรเครดิต และเงินกู้กรุงไทย เป็นสัดส่วนร้อยละ 90.07 79.47 และ 60.26 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86.25 ซึ่งบริการของธนาคารกรุงไทยที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยใช้บริการมากที่สุดสามอันดับแรกคือ บริการฝากเงิน บริการสินเชื่อบัตรเครดิต และเงินกู้กรุงไทย เป็นสัดส่วนร้อยละ 95.65 71.04 และ 62.32 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

เมื่อพิจารณาแล้วกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยจะใช้บริการทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC เนื่องจากพนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงไทยได้ง่ายกว่าและสามารถเสนอบริการทางการเงินอื่นๆ ได้ เช่น สินเชื่อบัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง การซื้อกองทุนรวม เป็นต้น ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ธนาคารได้นอกเหนือจากบัตรเครดิตเงินสด แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC จะมีสัดส่วนที่ไม่ได้เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่าเนื่องจากตัวแทน KTC จะมีการออกตั้งบูธและเดินหาลูกค้าตามสำนักงานต่าง ๆ มากกว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 การใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่าง นอกเหนือจากใช้บริการบัตรเครดิต  
สด KTC

การใช้บริการทางการเงิน จากธนาคารกรุงไทย	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่ใช้	9	5.62	33	13.75	42	10.50
ใช้*	151	94.68	207	86.25	358	89.50
การฝากเงิน	136	(90.07)	198	(95.65)	334	(93.30)
สินเชื่อบัตรเครดิต	120	(79.47)	147	(71.04)	267	(74.58)
ใช้เงินกู้กรุงไทย	91	(60.26)	129	(62.32)	220	(61.45)
การประกันชีวิต	87	(57.62)	116	(56.04)	203	(56.70)
อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง	75	(49.67)	94	(45.41)	169	(47.21)
การโอนเงิน	71	(47.02)	96	(46.38)	167	(46.65)
การซื้อกองทุนรวม	60	(39.74)	73	(35.27)	133	(37.15)
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

หมายเหตุ : \* สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.2 วัตถุประสงค์ของการถือบัตรเครดิตสด KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.25 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปซื้อสินค้าและบริการ และเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 55.75 และ 11.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.38 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปซื้อสินค้าและบริการ และเพื่อเป็นเป็นทุนหมุนเวียนธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 52.50 และ 13.12 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครตัวแทน KTC ส่วนใหญ่เป็นมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.83 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปซื้อสินค้าและบริการ และเพื่อเป็นเป็นทุนหมุนเวียนธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 57.91 และ 9.58 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 วัตถุประสงค์ในการถือบัตรเครดิตเงินสด KTC

วัตถุประสงค์	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	119	74.38	170	70.83	289	72.25
นำไปชำระหนี้	16	10.00	23	9.58	39	9.75
นำเงินไปซื้อสินค้า/บริการ	84	52.50	139	57.91	223	55.75
เป็นทุนหมุนเวียนธุรกิจ	21	13.12	23	9.58	44	11.00
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.3 วงเงินที่ได้รับอนุมัติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอนุมัติวงเงินอยู่ในช่วง 25,001 – 50,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.25 รองลงมาคือช่วง 75,001 – 100,000 บาท และมากกว่า 100,000 ขึ้นไป เป็นร้อยละ 17.25 และ 11.50 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยวงเงินที่ได้รับอนุมัติอยู่ที่ 64,016 บาท (ตารางที่ 4.13)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ได้รับอนุมัติวงเงินอยู่ในช่วง 25,001 – 50,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.00 รองลงมาคือช่วง 75,001 – 100,000 บาท และไม่เกิน 25,000 บาท เป็นร้อยละ 16.87 และ 10.00 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยวงเงินที่ได้รับอนุมัติอยู่ที่ 62,350 บาท (ตารางที่ 4.13)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่ได้รับอนุมัติวงเงินอยู่ในช่วง 25,001 – 50,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.75 รองลงมาคือช่วง 75,001 – 100,000 บาท และมากกว่า 100,000 ขึ้นไป เป็นร้อยละ 17.50 และ 12.91 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยวงเงินที่ได้รับอนุมัติอยู่ที่ 65,126 บาท (ตารางที่ 4.13)

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะพบว่าข้อมูลที่มีค่าต่ำที่สุด 10,000 บาท เนื่องจากเงื่อนไขในการอนุมัติบัตรเครดิตเงินสด KTC นั้นจะมีวงเงินต่ำสุดที่สามารถอนุมัติได้ที่ 10,000 บาท และสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของรายได้ ทั้งนี้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีบางตัวอย่างที่ได้รับวงเงินสูงสุดถึง 400,000 บาท และอาจจะทำให้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มสูงขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลส่วนอื่นแล้วพบว่า เป็นตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 52 ปี ขึ้นไป ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและมีรายได้อยู่ในช่วงที่มากกว่า 50,001 ขึ้นไป

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของวงเงินที่ได้รับอนุมัติของกลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 2 กลุ่มแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC จะมีค่าเฉลี่ยวงเงินที่ 65,126 บาท ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยที่ได้รับวงเงินอนุมัติโดยเฉลี่ยเท่ากับ 62,350 บาท เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานตัวแทน KTC มีระดับรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนมากกว่า จึงทำให้ได้รับวงเงินอนุมัติที่สูงกว่า

ตารางที่ 4.13 วงเงินที่ได้รับอนุมัติ

วงเงินที่ได้รับอนุมัติ	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 25,000 บาท	16	10.00	22	9.17	38	9.50
25,001 – 50,000 บาท	88	55.00	129	53.75	217	54.25
50,001 – 75,000 บาท	14	8.75	16	6.67	30	7.50
75,001 – 100,000 บาท	27	16.87	42	17.50	69	17.25
มากกว่า 100,000 ขึ้นไป	15	9.38	31	12.91	46	11.50
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (บาท)	10,000		10,000		10,000	
สูงสุด (บาท)	400,000		400,000		400,000	
เฉลี่ย (บาท)	62,350		65,126		64,016	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.4 ระยะเวลาที่ถือครองบัตร KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตร KTC มาเป็นระยะเวลา 1 - 5 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.50 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี และ 11 – 15 ปี เป็นร้อยละ 18.25 และ 8.25 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการถือครองบัตร KTC อยู่ที่ 5 ปี โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ถือครองบัตรสูงสุดถึง 15 ปี เนื่องจากเป็นผู้ที่สมัครใช้บริการบัตรกดเงินสดตั้งแต่บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เริ่มให้บริการในปี พ.ศ.2539 (ตารางที่ 4.14)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ถือครองบัตร KTC มาเป็นระยะเวลา 1 - 5 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.75 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี และ 11 – 15 ปี เป็นร้อยละ 16.88 และ 9.37 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการถือครองบัตร KTC อยู่ที่ 5 ปี (ตารางที่ 4.14)



ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่ถือครองบัตร KTC มาเป็นระยะเวลา 1 - 5 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี และ 11 - 15 ปี เป็นร้อยละ 19.17 และ 7.50 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการถือครองบัตร KTC อยู่ที่ 5 ปี (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ระยะเวลาที่ถือครองบัตร KTC

ระยะเวลาในการถือครอง	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 - 5 ปี	118	73.75	176	73.33	294	73.50
6 - 10 ปี	27	16.88	46	19.17	73	18.25
11 - 15 ปี	15	9.37	18	7.50	33	8.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (ปี)	1		1		1	
สูงสุด (ปี)	13		15		15	
เฉลี่ย (ปี)	5		5		5	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.5 จำนวนครั้งที่กดเงินสดเฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กดเงินสดโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.25 รองลงมาเป็น 2 ครั้งต่อเดือน และ 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 22.75 และ 10.00 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยในการกดใช้อยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างบางรายที่กดใช้เงินสด 15 ครั้งต่อเดือน ซึ่งประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ซึ่งอาจมีภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือนสูง (ตารางที่ 4.15)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่กดเงินสดโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.00 รองลงมาเป็น 2 ครั้งต่อเดือน และ 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 25.00 และ 9.38 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยในการกดใช้อยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน (ตารางที่ 4.15)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่กดเงินสดโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.75 รองลงมาเป็น 2 ครั้งต่อเดือน และ 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 21.25 และ 10.42 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยในการกดใช้อยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 จำนวนครั้งที่กดเงินสดใช้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งที่กดเงินสด ต่อเดือน	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 1 ครั้ง	104	65.00	153	63.75	257	64.25
2 ครั้ง	40	25.00	51	21.25	91	22.75
3 ครั้ง	15	9.38	25	10.42	40	10.00
4 ครั้ง	1	0.62	0	0.00	1	0.25
5 ครั้ง ขึ้นไป	0	0.00	11	4.58	11	2.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (ครั้ง)	1		1		1	
สูงสุด (ครั้ง)	4		15		15	
เฉลี่ย (ครั้ง)	1		1		1	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.6 จำนวนเงินสดที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดกดเงินสดต่อครั้งเป็นจำนวนเงินที่ไม่แน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาคือช่วง 3,001 – 6,000 บาทต่อครั้ง และช่วงไม่เกิน 3,000 บาทต่อครั้งเป็นร้อยละ 28.25 และ 26.25 (ตารางที่ 4.16)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยทั้งหมดกดเงินสดต่อครั้งเป็นจำนวนเงินที่ไม่แน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือไม่เกิน 3,000 บาทต่อครั้ง และช่วง 3,001 – 6,000 บาทต่อครั้ง เป็นร้อยละ 28.13 และ 26.88 (ตารางที่ 4.16)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ทั้งหมดกดเงินสดต่อครั้งเป็นจำนวนเงินที่ไม่แน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.42 รองลงมาคือช่วง 3,001 – 6,000 บาทต่อครั้ง และช่วงไม่เกิน 3,000 บาทต่อครั้งเป็นร้อยละ 29.17 และ 25.00 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 จำนวนเงินสดที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง

จำนวนเงินสดที่กดใช้ เฉลี่ยต่อครั้ง	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่แน่นอน	48	30.00	73	30.42	121	30.25
ไม่เกิน 3,000 บาท	45	28.13	60	25.00	105	26.25
3,001 – 6,000 บาท	43	26.88	70	29.17	113	28.25
6,001 – 9,000 บาท	11	6.88	15	6.25	26	6.50
9,001 – 12,000 บาท	12	7.50	17	7.08	29	7.25
12,001 บาท ขึ้นไป	1	0.63	5	2.08	6	1.50
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.7 จำนวนดอกเบี้ยที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 300 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.50 รองลงมาคือชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 301 – 600 บาท และตั้งแต่ 901 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 17.75 และ 10.75 โดยค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ที่ 493.15 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 4.17)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 300 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.50 รองลงมาคือชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 301 – 600 บาท และตั้งแต่ 901 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 21.88 และ 9.38 โดยค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ที่ 453.50 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 4.17)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 300 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.50 รองลงมาคือชำระดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 301 – 600 บาท และตั้งแต่ 901 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 11.67 โดยค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ที่ 519.58 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 จำนวนดอกเบี้ยที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนดอกเบี้ยที่ชำระ เฉลี่ยต่อเดือน	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 300 บาท	108	67.50	174	72.50	282	70.50
301 – 600 บาท	35	21.88	36	15.00	71	17.75
601 – 900 บาท	2	1.25	2	0.83	4	1.00
901 บาทขึ้นไป	15	9.38	28	11.67	43	10.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (เดือน)	100		120		100	
สูงสุด (เดือน)	5,000		7,000		7,000	
เฉลี่ย (เดือน)	453.50		519.58		493.15	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.8 วิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระเงินจากสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC ผ่านช่องทางสาขาของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.00 รองลงมาเป็นช่องทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส และ หักผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 14.75 และ 2.00 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่ที่ชำระเงินจากสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC ผ่านช่องทางสาขาของธนาคารกรุงไทยเช่นกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 81.25 และ 82.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 วิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC

วิธีการชำระเงินจาก สินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สาขาของธนาคารกรุงไทย	131	81.88	197	82.08	328	82.00
เคาน์เตอร์เซอร์วิส	24	15.00	35	14.58	59	14.75
หักผ่านบัญชีธนาคารกรุงไทย	4	2.50	4	1.67	8	2.00
สาขาของธนาคารอื่น ๆ	1	0.63	4	1.67	5	1.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.9 ผู้แนะนำให้อัตโนมัติบัตรเครดิต KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำให้อัตโนมัติบัตรเครดิต KTC โดยพนักงานธนาคารกรุงไทยหรือตัวแทนของ KTC คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.00 รองลงมาคือเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 23.50 และอื่น ๆ เช่น เพื่อน/พ่อแม่/ญาติ ร้อยละ 5.50 (ตารางที่ 4.19)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำให้อัตโนมัติบัตรเครดิต KTC โดยพนักงานธนาคารกรุงไทยหรือตัวแทนของ KTC คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 72.50 รองลงมาคือเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง และอื่น ๆ เช่น เพื่อน/พ่อแม่/ญาติ ร้อยละ 24.38 และ 3.12 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำให้อัตโนมัติบัตรเครดิต KTC โดยพนักงานธนาคารกรุงไทยหรือตัวแทนของ KTC คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.00 รองลงมาคือเป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง และอื่น ๆ เช่น เพื่อน/พ่อแม่/ญาติ ร้อยละ 22.92 และ 7.08 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ผู้แนะนำให้อัปเกรดเงินสด KTC

ผู้แนะนำให้อัปเกรด เงินสด KTC	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พนักงานธนาคารกรุงไทย หรือตัวแทนของ KTC	116	72.50	168	70.00	284	71.00
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	39	24.38	55	22.92	94	23.50
อื่น ๆ (เพื่อน/พ่อแม่/ญาติ)	5	3.12	17	7.08	22	5.50
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.10 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC จากพนักงานธนาคารกรุงไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.50 รองลงมาคือตัวแทนของบริษัทบัตร KTC และ แผ่นพับ/โปรচার์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 9.25 และ 7.00 (ตารางที่ 4.20)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC จากพนักงานธนาคารกรุงไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.75 รองลงมาคือตัวแทนของบริษัทบัตร KTC และ แผ่นพับ/โปรচার์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 8.13 และ 6.88 (ตารางที่ 4.20)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC จากพนักงานธนาคารกรุงไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.67 รองลงมาคือตัวแทนของบริษัทบัตร KTC และ แผ่นพับ/โปรচার์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 7.08 (ตารางที่ 4.20)

เมื่อพิจารณาแล้วสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC จากพนักงานธนาคารกรุงไทย เนื่องจากผู้ใช้บริการเกือบทั้งหมดจะพบเจอตัวแทนของบริษัทบัตร KTC เพียงครั้งแรกที่สมัครบัตรเท่านั้น ส่วนหลังจากนั้นผู้ใช้บริการจะพบกับพนักงานธนาคารกรุงไทยจากการติดต่อชำระค่าบริการต่าง ๆ ที่ธนาคารกรุงไทย ซึ่งทำให้สามารถได้รับข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเงินสด KTC จากพนักงานกรุงไทยมากที่สุด

ตารางที่ 4.20 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกดเงินสด KTC

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกดเงินสด KTC	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พนักงานธนาคารกรุงไทย	126	78.75	172	71.67	298	74.50
ตัวแทนของบริษัทบัตร KTC	13	8.13	24	10.00	37	9.25
แผ่นพับ/โปรซัวร์ของธนาคาร	11	6.88	17	7.08	28	7.00
โฆษณาทางทีวี/วิทยุ	4	2.50	16	6.67	20	5.00
เว็บไซต์	6	3.75	11	4.58	17	4.25
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.11 การถือครองบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตรกดเงินสดของ KTC เพียงบัตรเดียว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.00 และรองลงมาถือบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น ๆ อีก 2 บัตร และ 1 บัตร คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 12.75 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่นที่ 1 บัตร โดยมีบางตัวอย่างที่ถือครองบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่นสูงถึง 7 บัตร เมื่อพิจารณาจากข้อมูลทั่วไป พบว่าเป็นกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยเริ่มทำงาน และทำงานเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีรายได้ไม่มากในช่วงแรก (ตารางที่ 4.21)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ถือครองบัตรกดเงินสดของ KTC เพียงบัตรเดียว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.25 และรองลงมาถือบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น ๆ อีก 2 บัตร และ 1 บัตร คิดเป็นร้อยละ 18.13 และ 11.88 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่นที่ 1 บัตร (ตารางที่ 4.21)

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่ถือครองบัตรกดเงินสดของ KTC เพียงบัตรเดียว คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.50 และรองลงมาถือบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น ๆ อีก 2 บัตร และ 1 บัตร คิดเป็นร้อยละ 14.58 และ 13.33 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่นที่ 1 บัตร (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 การถือครองบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น

การถือครองบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่น	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่ถือ	90	56.25	138	57.50	228	57.00
1 บัตร	19	11.88	32	13.33	51	12.75
2 บัตร	29	18.13	35	14.58	64	16.00
3 บัตร	14	8.75	20	8.33	34	8.50
4 บัตรขึ้นไป	8	5.00	15	6.25	23	5.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
ต่ำสุด (บัตร)	0		0		0	
สูงสุด (บัตร)	7		7		7	
เฉลี่ย (บัตร)	1		1		1	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2.12 การแนะนำให้บุคคลที่รู้จักใช้บริการสินเชื่อบัตรกดเงินสด KTC

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักให้ใช้บริการบัตรกดเงินสด KTC คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 93.25 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลที่รู้จักให้ใช้บริการบัตรกดเงินสด KTC เช่นกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.50 และ 93.75 ตามลำดับ โดยสาเหตุที่แนะนำคือ สามารถกดใช้ได้สะดวกทุกที่ ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี และสาเหตุหลักที่ไม่แนะนำ คือ อัตราดอกเบี้ยผิคนัดชำระหนี้สูง (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 การแนะนำให้บุคคลที่รู้จักใช้บริการสินเชื่อบัตรกดเงินสด KTC

การแนะนำบุคคลที่รู้จัก	ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
แนะนำ	148	92.50	225	93.75	373	93.25
ไม่แนะนำ	12	7.50	15	6.25	27	6.75
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00



#### 4.2.13 การผิมนัดชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสดในปีที่ผ่านมา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่เคยผิมนัดชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสด KTC ในรอบปีที่ผ่านมา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94.75 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและผ่านตัวแทนของ KTC ที่ส่วนใหญ่จะไม่เคยผิมนัดชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสด KTC ในรอบปีที่ผ่านมา เช่นกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.25 และ 93.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 การผิมนัดชำระหนี้บัตรเครดิตเงินสดในปีที่ผ่านมา

การผิมนัดชำระหนี้ ในปีที่ผ่านมา	ลูกค้าที่สมัครผ่าน พนักงานธนาคารกรุงไทย		ลูกค้าที่สมัครผ่าน ตัวแทนของ KTC		รวมทั้งหมด	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เคย	154	96.25	225	93.75	379	94.75
เคย	6	3.75	15	6.25	21	5.25
1 ครั้ง	1	(16.67)	7	(46.67)	8	(38.10)
2 ครั้ง	2	(33.33)	2	(13.33)	4	(19.05)
ตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป	3	(50.00)	6	(40.00)	9	(42.85)
รวม	160	100.00	240	100.00	400	100.00
เฉลี่ย (ครั้ง)	3		2		3	

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ที่เคยผิมนัดชำระหนี้ในปีที่ผ่านมา

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3 ความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาว่าลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC นี้ในระดับใด ซึ่งในที่นี้ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยให้ลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 ราย ตอบคำถามข้างต้นว่าความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับใด จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย นอกจากนั้นยังทำการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่

สมัครผ่านธนาคารกรุงไทย และ กลุ่มที่สมัครผ่านตัวแทน KTC โดยใช้สถิติค่า t (t-test) ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

#### 4.3.1 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรกดเงินสด KTC ของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม

เมื่อพิจารณาภาพรวมของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการบัตรกดเงินสด KTC พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 3.82 (ระดับมาก) โดยความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการให้บริการบัตรกดเงินสด KTC สูงสุดเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยย่อย คือความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย (จำกัด) มหาชน มีคะแนนเฉลี่ย 4.24 และภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ย 4.15 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือจำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.20 และความสะดวกของช่องทางที่รับชำระ มีคะแนนเฉลี่ย 4.14 อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.83 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือความสะดวกในการใช้บัตรกดเงินสด มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 และขั้นตอนและวิธีการสมัคร มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 โดยความพอใจต่ำที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.37 (ระดับปานกลาง) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของบัตรกดเงินสด มีคะแนนเฉลี่ย 3.40 และ ค่าปรับในการชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด มีคะแนนเฉลี่ย 3.34 (ตารางที่ 4.24)

#### 4.3.2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรกดเงินสด KTC ของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย

เมื่อพิจารณาภาพรวมของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยต่อการให้บริการบัตรกดเงินสด KTC พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 3.83 (ระดับมาก) โดยความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยฯ สูงสุดเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.25 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย (จำกัด) มหาชน มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 และภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีคะแนนเฉลี่ย 4.24 อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือจำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.22 และความสะดวกของช่องทางที่รับชำระ มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 3.86 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย คือจิตในการให้บริการของพนักงาน มีคะแนนเฉลี่ย 3.89 และการให้คำปรึกษาและความสามารถในการแก้ปัญหา

ของพนักงาน มีคะแนนเฉลี่ย 3.85 โดยความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.33 (ระดับปานกลาง) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของบัตรเครดิตเงินสด มีคะแนนเฉลี่ย 3.39 และ ค่าปรับในการชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด มีคะแนนเฉลี่ย 3.26 (ตารางที่ 4.24)

#### 4.3.3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC

เมื่อพิจารณาภาพรวมของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ต่อการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 3.81 (ระดับมาก) โดยความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC สูงสุดเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.20 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย (จำกัด) มหาชน มีคะแนนเฉลี่ย 4.22 และภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีคะแนนเฉลี่ย 4.18 อันดับ 2 คือ ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีคะแนนเฉลี่ย 4.14 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คือจำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 และความเพียงพอของตู้ ATM ในการให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.13 อันดับ 3 คือ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.84 (ระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อย คือความสะดวกในการใช้บริการบัตรเครดิต มีอิทธิพลสูงสุดที่ คะแนนเฉลี่ย 4.09 และจำนวนเงินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 โดยความพอใจต่ำที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.40 (ระดับปานกลาง) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของบัตรเครดิต และค่าปรับในการชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.40 (ตารางที่ 4.24)

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว คือ ด้านบุคลากร กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ ส่วนปัจจัยอีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้บริการบัตรกดเงินสด KTC ของลูกค้าบริษัท  
บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัย	สมัครผ่านธนาคารกรุงไทย		สมัครผ่านตัวแทน KTC		รวม		ค่า t (p-value)
	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>							
1. ความสวยงามและ ความทันสมัยของบัตร กดเงินสด	3.71 (มาก)	3	3.70 (มาก)	4	3.71 (มาก)	4	-0.147 (0.883)
2. ความสะดวกในการ ใช้บัตรกดเงินสด	4.14 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1	-0.768 (0.4428)
3. ขั้นตอนและวิธีการ ในการสมัคร	3.81 (มาก)	2	3.78 (มาก)	3	3.79 (มาก)	2	-0.456 (0.648)
4. จำนวนเงินสินเชื่อที่ ได้รับอนุมัติ	3.63 (มาก)	4	3.79 (มาก)	2	3.73 (มาก)	3	1.629 (0.104)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.82</b> (มาก)	<b>4</b>	<b>3.84</b> (มาก)	<b>3</b>	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3</b>	<b>0.175</b> <b>(0.861)</b>
<b>ด้านราคา</b>							
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ของบัตรกดเงินสด	3.39 (ปานกลาง)	1	3.40 (ปานกลาง)	1	3.40 (ปานกลาง)	1	0.173 (0.863)
2. ค่าปรับในการชำระ หนี้ช้ากว่ากำหนด	3.26 (ปานกลาง)	2	3.40 (ปานกลาง)	1	3.34 (ปานกลาง)	2	1.430 (0.1535)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.33</b> (ปานกลาง)	<b>7</b>	<b>3.40</b> (ปานกลาง)	<b>7</b>	<b>3.37</b> (ปานกลาง)	<b>7</b>	<b>0.586</b> <b>(0.5581)</b>
<b>ด้านช่องทางการ จำหน่าย</b>							
1. ความเพียงพอของผู้ ATM ในการให้บริการ	4.13 (มาก)	3	4.13 (มาก)	2	4.13 (มาก)	3	-0.029 (0.9766)
2. จำนวนสถานที่รับ ชำระค่าบริการ	4.22 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	-0.398 (0.6911)
3. ความสะดวกของ ช่องทางที่รับชำระ	4.19 (มาก)	2	4.11 (มาก)	3	4.14 (มาก)	2	-1.079 (0.2811)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.18</b> (มาก)	<b>2</b>	<b>4.14</b> (มาก)	<b>2</b>	<b>4.15</b> (มาก)	<b>2</b>	<b>-0.541</b> <b>(0.5888)</b>

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัย	สมัครผ่านธนาคารกรุงไทย		สมัครผ่านตัวแทน KTC		รวม		ค่า t (p-value)
	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	
ด้านการส่งเสริมตลาด							
1. รางวัลที่ได้รับเมื่อสมัคร ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด	3.17 (ปานกลาง)	5	3.39 (ปานกลาง)	5	3.30 (ปานกลาง)	5	2.357 (0.0189)**
2. การสะสมคะแนน เพื่อแลกกับของรางวัล	3.49 (ปานกลาง)	4	3.51 (มาก)	4	3.50 (มาก)	4	0.263 (0.7929)
3. การยกเว้น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือค่าธรรมเนียมรายปี	4.09 (มาก)	1	4.01 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1	-0.895 (0.3711)
4. การให้สิทธิ์เลือก ชำระขั้นต่ำ	3.93 (มาก)	2	3.88 (มาก)	2	3.90 (มาก)	2	-0.609 (0.5427)
5. ระยะเวลาผ่อนชำระ	3.84 (มาก)	3	3.83 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	-0.053 (0.9571)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.70</b> (มาก)	<b>5</b>	<b>3.72</b> (มาก)	<b>4</b>	<b>3.72</b> (มาก)	<b>5</b>	<b>0.316</b> <b>(0.7518)</b>
ด้านบุคลากร							
1. การให้คำปรึกษาและ ความสามารถในการ แก้ปัญหาของพนักงาน	3.85 (มาก)	2	3.73 (มาก)	2	3.78 (มาก)	2	-1.532 (0.1262)
2. ความเพียงพอของ พนักงานที่ให้บริการ	3.83 (มาก)	3	3.64 (มาก)	3	3.72 (มาก)	3	-1.972 (0.0493)**
3. จิตในการให้บริการ ของพนักงาน	3.89 (มาก)	1	3.75 (มาก)	1	3.81 (มาก)	1	-1.729 (0.085)*
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3</b>	<b>3.71</b> (มาก)	<b>5</b>	<b>3.77</b> (มาก)	<b>4</b>	<b>-1.898</b> <b>(0.0584)*</b>
ด้านกระบวนการ							
1. ความรวดเร็วในการ สมัครใช้บริการ	3.80 (มาก)	1	3.73 (มาก)	1	3.76 (มาก)	1	-0.773 (0.4403)
2. ความรวดเร็วในการ อนุมัติสินเชื่อ	3.61 (มาก)	3	3.58 (มาก)	3	3.59 (มาก)	3	-0.421 (0.6737)
3. ความรวดเร็วและ ตรงเวลาในการจัดส่ง ใบแจ้งหนี้	3.64 (มาก)	2	3.69 (มาก)	2	3.67 (มาก)	2	0.546 (0.5851)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.68</b> (มาก)	<b>6</b>	<b>3.67</b> (มาก)	<b>6</b>	<b>3.68</b> (มาก)	<b>6</b>	<b>-0.231</b> <b>(0.8178)</b>

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัย	สมัครผ่านธนาคารกรุงไทย		สมัครผ่านตัวแทน KTC		รวม		ค่า t (p-value)
	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย (การแปรผล)	อันดับ	
ด้านลักษณะทาง กายภาพ							
1. ความน่าเชื่อถือของ บริษัทบัตรเครดิต ไทย จำกัด	4.26 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	-0.628 (0.5306)
2. ภาพลักษณ์ของบริษัท บัตรเครดิตไทย จำกัด	4.24 (มาก)	2	4.18 (มาก)	2	4.21 (มาก)	2	-0.786 (0.4322)
คะแนนเฉลี่ย	4.25 (มาก)	1	4.20 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	-0.721 (0.4713)
คะแนนเฉลี่ยใน ภาพรวม	3.83 (มาก)		3.81 (มาก)		3.82 (มาก)		-0.273 (0.785)

หมายเหตุ : \*, \*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.1, 0.05 ตามลำดับ  
ที่มา : จากการคำนวณ

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสดของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านสาขาธนาคารกรุงไทย และกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถามกับลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อพร้อมใช้หรือบัตรเครดิตเงินสด ของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ซึ่งประกอบด้วย ลูกค้าที่สมัครผ่านพนักงานสาขาของธนาคารกรุงไทย จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขาลำปาง สาขาประจักษ์ สาขาเขลางค์นคร และสาขาศูนย์ราชการลำปาง สาขาเทศบาลลำปาง สาขาเซ็นทรัลพลาซาลำปาง และลูกค้าที่สมัครผ่านตัวแทนของ KTC ในช่วงเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน 2558 โดยในส่วนของพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเงินสด KTC ใช้สถิติเชิงพรรณนาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการศึกษาในส่วนความพึงพอใจของการใช้บัตรเครดิตเงินสด KTC ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale และนำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและทำการแปลผลระดับความพึงพอใจ พร้อมทั้งทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด มีอายุเฉลี่ย 36 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสดกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยพบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยนอกเหนือจากบริการบัตรเครดิตเงินสด โดยบริการที่ใ้มากที่สุดได้แก่ บริการฝากเงิน เช่น เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเงินสด KTC เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินเป็นส่วนใหญ่ โดยวงเงินที่ได้รับ

อนุมัติต่ำสุดคือ 10,000 บาท สูงสุด 400,000 บาท เฉลี่ย 62,350 บาท จำนวนครั้งที่กดเงินสดต่อเดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่กดแต่ละครั้งไม่แน่นอน ดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายเฉลี่ยเดือนละ 453.50 บาท/ราย โดยจะชำระค่าบริการที่ธนาคารกรุงไทยเป็นส่วนใหญ่

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านธนาคารกรุงไทยพบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพอใจมาก คะแนนเฉลี่ย 3.83 ซึ่งความพึงพอใจอันดับ 1 คือ ด้านกายภาพ (physical) ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อันดับที่ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย จำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ และความสะดวกของช่องทางที่รับชำระ และอันดับที่ 3 ด้านบุคลากร (People) ประกอบด้วย จิตในการให้บริการของพนักงาน และการให้คำปรึกษาและความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน

### 5.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC

กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC ส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด มีอายุเฉลี่ย 37 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรกดเงินสดของกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารกรุงไทยนอกเหนือจากบริการบัตรกดเงินสด โดยบริการที่ใช้มากที่สุดได้แก่ บริการฝากเงิน เช่น เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรกดเงินสด KTC เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินเป็นส่วนใหญ่ โดยวงเงินที่ได้รับต่ำสุดคือ 10,000 บาท สูงสุด 400,000 บาท เฉลี่ย 65,126 บาท จำนวนครั้งที่กดเงินสดต่อเดือนเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่กดแต่ละครั้งไม่แน่นอน ดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายเฉลี่ยเดือนละ 519.58 บาท/ราย โดยจะชำระค่าบริการที่ธนาคารกรุงไทยเป็นส่วนใหญ่

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับพอใจมาก คะแนนเฉลี่ย 3.81 ซึ่งความพึงพอใจอันดับ 1 คือ ด้านกายภาพ (physical) ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อันดับที่ 2 คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย จำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ และความสะดวกของช่องทางที่รับชำระ และอันดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วย ความสะดวกในการใช้บัตรกดเงินสด และจำนวนเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ



เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว คือ ด้านบุคลากร กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยมีความพึงพอใจมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความพึงพอใจของพนักงานที่ให้บริการ ส่วนปัจจัยอีก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตรกดเงินสดที่สาขาของธนาคารกรุงไทย ดังนั้นธนาคารกรุงไทยควรจะมีการเพิ่มพนักงานธนาคารเพื่อรองรับการชำระเงิน นอกจากนี้ควรพัฒนาวิธีการและเพิ่มช่องทางการรับชำระเงินให้มากยิ่งขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตร KTC ได้จากพนักงานธนาคารกรุงไทย ดังนั้นธนาคารกรุงไทยควรที่จะมีการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานเกี่ยวกับบัตรกดเงินสด KTC อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานธนาคารกรุงไทยจะให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกดเงินสด KTC มากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่าทั้งกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทยและกลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทน KTC มีความพึงพอใจในด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และภาพลักษณ์ของบริษัทฯ มากที่สุด ทั้งนี้ส่วนหนึ่งมีผลมาจากการที่บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ถือหุ้น โดยธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นธนาคารที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจและมีความมั่นคง น่าเชื่อถือ ดังนั้น ธนาคารกรุงไทยควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องถึงความมั่นคงขององค์กร และความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ อีกทั้งการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาจะเป็นการช่วยให้เกิดการสร้างแบรนด์ที่ประทับในจิตใจลูกค้าและเกิดการบอกต่อมากยิ่งขึ้น

4. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านตัวแทนบริษัท KTC มีความพึงพอใจด้านบุคลากรน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมัครผ่านพนักงานธนาคารกรุงไทย เช่น จิตในการให้บริการของพนักงาน และความพึงพอใจของพนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากพนักงานที่เป็นตัวแทนบริษัท KTC จะมีเป้าหมายในการดำเนินงานเพียงเพื่อหาลูกค้าที่สมัครบัตรกดเงินสด KTC จึง

ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายแก่ลูกค้าเท่าที่ควร ซึ่งแตกต่างกับพนักงานธนาคารกรุงไทยที่ต้องมีความใส่ใจในการให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายอย่างเสมอ ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการวางแผนเพื่อพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานซึ่งเป็นตัวแทนบริษัท KTC ให้มีความใส่ใจในการบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขายอย่างสม่ำเสมอและเพิ่มพนักงานที่เป็นตัวแทนของ KTC ให้มากขึ้นเพียงพอต่อการให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาหลังการขายให้แก่ลูกค้าได้

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

การศึกษารั้งต่อไปควรทำการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของการใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด KTC ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ หรือศึกษาโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพหรือรายได้เพื่อนำมาเปรียบเทียบเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการวางแผนพัฒนาในภาพรวมทั้งประเทศต่อไปและสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ต่อไปได้ในอนาคต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2552). *สินเชื่อกรุงไทยชนวิภู*. สืบค้นเมื่อ 28 พ.ย.2557, จาก [http://www.ktb.co.th/th/products\\_services/loan\\_personal\\_thanawat\\_ktb.jsp](http://www.ktb.co.th/th/products_services/loan_personal_thanawat_ktb.jsp)
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2557). *รายงานประจำปี*. สืบค้นเมื่อ 20 ก.พ.2558, จาก <http://www.ktc.co.th/th/ktc/InvestorRelations/InvestorsResources/index.htm>
- พรพัฒน์ โสทธิเสาวรภย์. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของลูกค้าจากธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- พัชรี สุทธิพงษ์วิรัช. (2554). *พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- มณฑิตา สกลรัตน์ศักดิ์. (2556). *พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- วาสนา สิงห์โกวิทย์. (2527). *การจัดการธนาคารพาณิชย์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วัชรพล น้อยวินิจ. (2551). *พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2545). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมพล วิสมิตะนันท์. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทยของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

( ) ผ่านธนาคารกรุงไทย

( ) ผ่าน ตู้แทน KTC

### แบบสอบถาม

## พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้ สินเชื่อบัตรกดเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้สินเชื่อบัตรกดเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมโดยไม่ระบุว่าเป็นของบุคคลใด หรือสถาบันใด เพื่อเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการแก่ผู้ที่สนใจต่อไป

ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาท่านสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด เพียงข้อความเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

1. เพศ

( ) ชาย

( ) หญิง

2. อายุ .....ปี

3. สถานภาพสมรส

( ) โสด

( ) สมรส

( ) แยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง

4. อาชีพ

( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

( ) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน

( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว ได้แก่ .....

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าปริญญาตรี

( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

- ไม่เกิน 10,000 บาท                       10,001 – 20,000 บาท  
 20,001 – 30,000 บาท                       30,001 – 40,000 บาท  
 40,001 – 50,000 บาท                       50,001 บาทขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน .....

จำนวนสมาชิกที่ไม่ทำงาน.....คน

8. ลักษณะที่อยู่อาศัย

- บ้านตัวเอง                                       บ้านพ่อแม่/ญาติ  
 บ้านเช่า     หอพัก/คอนโดมิเนียม  
 บ้านพักสวัสดิการ                               อื่นๆ .....

9. ภูมิลำเนาเดิมอยู่จังหวัด.....

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเงินสด KTC

กรุณาใส่เครื่องหมาย ( ✓ ) หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด เพียงข้อความเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องที่ว่างไว้

1. ท่านเป็นลูกค้ำของ ธนาคารกรุงไทย หรือไม่

- ไม่เป็น  
 เป็น ประเภทบริการทางการเงินที่ใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เงินฝาก     เงินกู้กรุงไทย  
 การโอนเงิน     การประกันชีวิต  
 การซื้อกองทุนรวม                                       บัตรเครดิต  
 อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง                                       อื่นๆ.....

2. วัตถุประสงค์ของการถือบัตรเครดิตเงินสด KTC

- ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน                                       นำไปชำระหนี้  
 นำเงินไปซื้อสินค้าและบริการ                                       ใช้เป็นทุนหมุนเวียนธุรกิจ  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

3. วงเงินที่ได้รับอนุมัติ.....บาท

4. ระยะเวลาในการถือครองบัตร KTC .....ปี

5. จำนวนเงินสดที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง
- ( ) ไม่เกิน 3,000 บาท ( ) 3,001 – 6,000 บาท  
 ( ) 6,001 – 9,000 บาท ( ) 9,001 – 12,000 บาท  
 ( ) 12,001 – 15,000 บาท ( ) 15,001 บาทขึ้นไป  
 ( ) ไม่แน่นอน
6. จำนวนครั้งเฉลี่ยที่กดเงินสด.....ครั้ง/เดือน
7. ท่านเสียดอกเบี้ยเฉลี่ยเดือนละ.....บาท
8. วิธีการชำระเงินจากสินเชื่อบัตรกดเงินสด KTC
- ( ) สาขาของธนาคารกรุงไทย ( ) สาขาของธนาคารอื่น ๆ  
 ( ) เคาน์เตอร์เซอร์วิส ( ) หักผ่านบัญชีธนาคาร  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
9. ผู้ที่แนะนำให้ถือบัตรกดเงินสด KTC
- ( ) พนักงานธนาคารกรุงไทย ( ) สามี/ภรรยา  
 ( ) ตัดสินใจด้วยตัวเอง ( ) เพื่อน  
 ( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
10. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกดเงินสด KTC
- ( ) จากพนักงานธนาคารกรุงไทย ( ) จากตัวแทนของบริษัทบัตร KTC  
 ( ) โฆษณาทางทีวี/วิทยุ ( ) ผ่านเว็บไซต์  
 ( ) แผ่นพับ/โปรซัวร์ของธนาคาร ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
11. นอกจากท่านจะถือบัตรกดเงินสดของ KTC แล้วยังมีบัตรกดเงินสดของสถาบันการเงินอื่นหรือไม่
- ( ) ไม่มี  
 ( ) มี จำนวนบัตร.....ใบ
12. ท่านจะแนะนำให้บุคคลที่รู้จักใช้บริการสินเชื่อบัตรกดเงินสด KTC หรือไม่
- ( ) แนะนำ เพราะ.....  
 ( ) ไม่แนะนำ เพราะ.....
13. ในปีที่ผ่านมาท่านเคยผิคนัดชำระหนี้บัตรกดเงินสดหรือไม่
- ( ) เคย.....ครั้ง/ปี ( ) ไม่เคย
14. ในอนาคตอีก 5 ปี ข้างหน้า ท่านจะใช้บัตรกดเงินสด KTC หรือไม่
- ( ) ใช่ เพราะ.....  
 ( ) ไม่ใช่ เพราะ.....

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้บริการสินเชื่อ  
บัตรเครดิตเงินสดในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ใส่เครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องว่างของแต่ละข้อให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านเพียงช่องเดียว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1. ความสวยงามและความทันสมัยของบัตรเครดิตเงินสด					
2. ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิตเงินสด					
3. ขั้นตอนและวิธีการในการสมัคร					
4. จำนวนเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ					
<b>ด้านราคา (Price)</b>					
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของบัตรเครดิตเงินสด					
2. ค่าปรับในการชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
1. ความเพียงพอของตู้ ATM ในการให้บริการ					
2. จำนวนสถานที่รับชำระค่าบริการ					
3. ความสะดวกของช่องทางการรับชำระ เช่น อินเทอร์เน็ต หรือ โทรศัพท์ เป็นต้น					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
1. รางวัลที่ได้รับเมื่อสมัครใช้บริการบัตรเครดิตเงินสด					
2. การสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล					
3. การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือ ค่าธรรมเนียมรายปี					
4. การให้สิทธิ์เลือกชำระขั้นต่ำ					
5. ระยะเวลาผ่อนชำระ					



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านบุคลากร (People)</b>					
1. การให้คำปรึกษาและความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน					
2. ความเพียงพอของพนักงานที่ให้บริการ					
3. จิตในการให้บริการของพนักงาน					
<b>ด้านกระบวนการ (Process)</b>					
1. ความรวดเร็วในการสมัครใช้บริการ					
2. ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ					
3. ความรวดเร็วและตรงเวลาในการจัดส่งใบแจ้งหนี้					
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)</b>					
1. ความน่าเชื่อถือของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)					
2. ภาพลักษณ์ของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่กรุณาใช้เวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวธิดารัตน์ เป็ยงบุญยืน
วัน เดือน ปี เกิด	13 สิงหาคม พ.ศ.2530
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนลำปางกัลยาณี จ.ลำปาง ปีการศึกษา 2548 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2552
ประสบการณ์	2554 – ปัจจุบัน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทคโนโลยีลำปาง ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ซูเปอร์ไวเซอร์ธุรกิจการขาย

