



**การค้นคว้าอิสระ**

**การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิต**

**ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร**

**The Study of Service Marketing Mix Factors Affecting the Selection of Kiatnakin Phatra**

**Bank Debit Cards in Silom Branch Bangrak District, Bangkok**

**ทินภัทร ชีระกุล**

**6417100009**

**การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**

**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม**

**พุทธศักราช 2566**



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา การจัดการการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต

ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

นามผู้วิจัย ทินภัทร ชีระกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดย อาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2567

ดร.ธีติมา ปิยะศิริศิลป์

(ดร.ธีติมา ปิยะศิริศิลป์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช)

รองอธิการบดีและคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจ

วันที่ 1 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

## บทคัดย่อ

เรื่องการศึกษาอิสระ : การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

โดย : ทินภัทร ชีระกุล

สาขาวิชาเอก : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา : ..... ดร.ธีติมา ปิยะศิริศิลป์ .....  
(ดร.ธีติมา ปิยะศิริศิลป์)

วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2567

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์เบตริชนาการเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เบตริชนาการเกียรตินาคินภัทรมีความสวยงาม สามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการได้โดยสะดวก ลดการพกพาเงินสด ด้านราคา (Price) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดตู้ต่างธนาคาร มีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำนวนสาขามีเพียงพอและสามารถรองรับการใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และจำนวนตู้กดเงินสดเพียงพอในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น มีของสมนาคุณเมื่อสมัครเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทรด้านบุคลากร (People) พนักงานมีความรู้ความชำนาญในผลิตภัณฑ์เบตริชนาการเกียรตินาคินภัทรนำเสนอต่อผู้ใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ธนาคารมีการจัดสถานที่ให้บริการปลอดภัย โปร่งเหมาะสม รวมถึงสถานที่ให้บริการมีความสะอาดเรียบร้อย ด้านกระบวนการ (Process) มีขั้นตอนในการสมัครเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทรไม่ซับซ้อน การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทรไปอย่างรวดเร็ว สำหรับการตัดสินใจใช้บริการเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเบตริชนาการเกียรตินาคินภัทร เพราะมีโปรโมชั่นร่วมกับร้านค้า

เป็นจำนวนมาก รวมทั้งตัดสินใจเลือกใช้บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร เพราะได้รับคำแนะนำ  
จากผู้ที่เคยใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร

**คำสำคัญ:** บัตรเดบิต, ธนาคาร, บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร



**Abstract**

**Title:** The Study of Service Marketing Mix Factors Affecting the Selection of Kiatnakin Phatra Bank Debit Cards in Silom Branch Bangrak District, Bangkok

**Author:** Thinnaphat Theerakul

**Major:** Marketing Management

**Advisor:** ..... *Dr. Teetima Piyasirisilp* .....

(Dr. Teetima Piyasirisilp)

..... *27 Jan* ..... *2024* .....

This qualitative research had the purpose to study the service marketing mix factors affecting the selection of debit cards, of Kiatnakin Phatra Bank, Silom Branch, Bang Rak District, Bangkok. Data collection used a sample group of customers who use debit card products of Kiatnakin Phatra Bank. With in-depth interviews, the results showed that Service Marketing mix factors were: Product aspect of Kiatnakin Phatra Bank debit card is beautiful and can be used instead of cash to purchase goods and services conveniently. It reduces carrying cash; price (Price), registration fee, annual fee, and fee for cash withdrawals from other bank ATMs is appropriate; In terms of distribution channels (Place), the number of branches is sufficient and able to support the use of services thoroughly, and the number of ATM machines is sufficient to provide services; In terms of marketing promotion (Promotion), there were interesting promotions such as free gifts when applying for a Kiatnakin Phatra debit card; Personnel (People), employees have knowledge and expertise in debit card products presented to users; Physical, the Bank has a clear and suitable service location, and the property is clean and tidy; Process: There are no complicated procedures for applying for a debit card, and troubleshooting issues with debit cards is quick.

**Keywords:** debit card, bank, Kiatnakin Phatra Bank Debit Card

### กิตติกรรมประกาศ

บทความวิชาการฉบับนี้ สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และสนับสนุนเป็นอย่างดีจาก ดร.ศรัณย์ วิทยากรบัณฑิต (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยาระเบียบวิธีวิจัย) และ ดร.ธิดิมา ปิยะศิริศิลป์ (อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร) ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ความรู้ ข้อคิด ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัยจนสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อนร่วมชั้นทุกคนที่คอยให้การสนับสนุนช่วยเหลือและเป็นแรงบันดาลใจในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้คงเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

นายทินภัทร ชีระกุล

พ.ศ. 2566

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญรูปภาพ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
ขอบเขตในการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's)	5
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>7</b>
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	7
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	7
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>8</b>
การวิเคราะห์ข้อมูล	8

ผลการวิจัย	8
<b>บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>13</b>
สรุปและอภิปรายผล	13
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้	15
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป	16
บรรณานุกรม	17
ภาคผนวก	19
แบบสอบถาม	20
ประวัติผู้วิจัย	25





## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

3



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความทันสมัยและเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจและทางการเงิน และเมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนสำคัญ และมีอิทธิพลต่อมนุษย์ มนุษย์จึงจำเป็นต้องปรับตัวและปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจและทางการเงิน เพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินมีความคล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น (นัยนา แสงเขียว, 2556) บัตรเดบิตถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีทางการเงินที่ทันสมัยและใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศไทย การขยายตัวของบัตรเดบิตทำให้เพิ่มขีดความสามารถทางการเงินได้อีกหลายด้าน เพราะบัตรเดบิตเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกสบาย ปลอดภัย ได้ดีกว่าการพกพาเงินสด และในส่วนของธนาคารผู้ให้บริการบัตรเดบิตนั้นก็ถือเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับธนาคารเพราะบัตรเดบิตสามารถช่วยลดระยะเวลาในการให้บริการผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคารได้เป็นอย่างดี และเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคารได้อีกช่องทางหนึ่ง และที่สำคัญยังเป็นช่องทางเพิ่มรายได้ให้แก่ธนาคารอีกด้วย (วิมลรัตน์ หิรัญรัตน์, 2558)

บัตรเดบิต เป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารไว้ภายในบัตร ส่วนใหญ่แล้วลูกค้าจะมีบัตรเดบิตมากกว่าบัตรเครดิต เพราะบัตรเดบิตสามารถสมัครได้เพียงแค่ลูกค้าเปิดบัญชีออมทรัพย์พร้อมสมัครบัตรเดบิต ธนาคารก็สามารถอนุมัติการสมัครบัตรเดบิตได้ทันที ซึ่งจะแตกต่างจากการสมัครใช้บริการบัตรเครดิต เพราะการอนุมัตินั้นค่อนข้างมีเงื่อนไขที่ละเอียดและรัดกุม สำหรับสิทธิประโยชน์ของบัตรเดบิตนั้นมีหลายประการด้วยกัน เช่น สามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่อง ATM สามารถใช้บัตรเดบิตชำระค่าสินค้าแทนเงินสดได้ เพราะบัตรเดบิตมีการหักเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ผูกไว้ในทันทีที่มีการทำธุรกรรมผ่านบัตร ซึ่งไม่เหมือนกับบัตรเครดิตที่เป็นการนำเงินในอนาคตมาใช้ก่อน ทำให้ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ยาก และปัจจุบันบัตรเดบิตมีการเพิ่มความคุ้มครองประกันด้านอุบัติเหตุส่วนบุคคลให้อีกด้วย โดยผู้ที่ถือบัตรเดบิตที่มีประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลพ่วง หากกรณีเกิดอุบัติเหตุก็สามารถเข้ารับการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลได้และไม่ต้องสำรองจ่ายเงิน จึงทำให้

ลูกค้าที่มีบัตรเดบิตสามารถเลือกใช้บริการบัตรเดบิตได้ตามความประสงค์ของแต่ละบุคคล (ชนานันท์ พันธุ์สมจิตร, 2559)

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ธนาคารสามารถรักษฐานลูกค้ารายเดิมและเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะพัฒนาบัตรเดบิตในรูปแบบต่างๆ และเพื่อนำไปปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร และเพื่อหาข้อเสนอแนวทางสำหรับผู้บริหารธนาคารเกียรตินาคินภัทร เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์ต่อธนาคารต่อไป

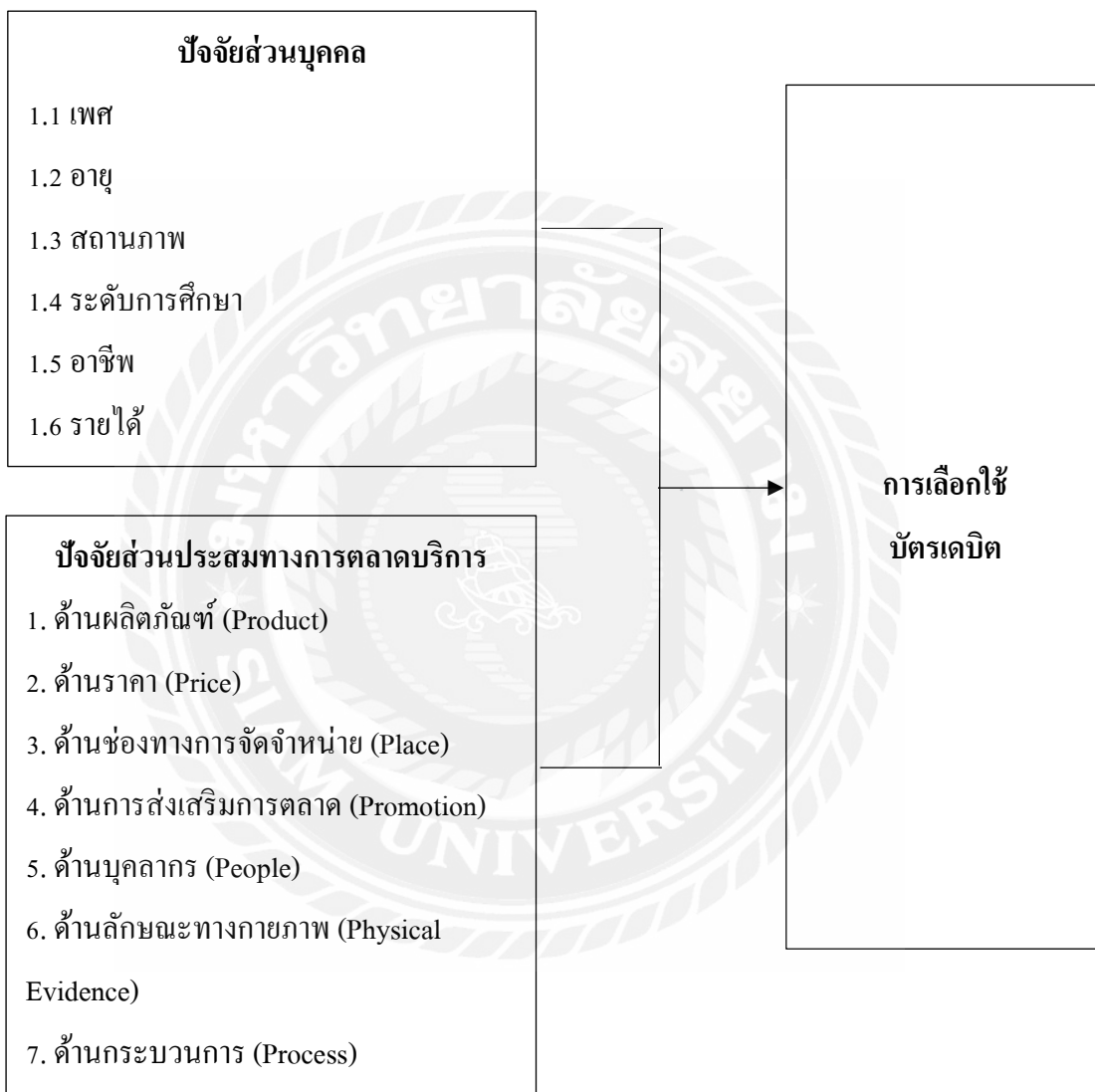
## **1.2 ปัญหาการวิจัย**

ในปัจจุบันทุกธนาคารมีผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตให้บริการ ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่มากขึ้น จึงเกิดการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น เพราะผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคนิยมใช้เพื่อสะดวกรวดเร็วและปลอดภัยและทำให้การทำธุรกรรมทางการเงิน แต่ละธนาคารจึงมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่แข่งขันกันมากขึ้น ส่งผลให้มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

## **1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

#### 1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

### 1.5 ขอบเขตในการวิจัย

**ขอบเขตด้านพื้นที่:** ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

**ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล:** ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน

**ขอบเขตด้านระยะเวลา:** 1 สิงหาคม 2565 - 30 ตุลาคม 2565

**ขอบเขตด้านเนื้อหา:** มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการ (Process)

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความต้องการและแนวโน้มการใช้งานบัตรเดบิตในอนาคตของลูกค้าธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

2. ได้รับข้อมูลในการพัฒนาสินค้าและบริการบัตรเดบิตให้สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าธนาคารอย่างแท้จริง

3. ได้ข้อเสนอแนะทางสำหรับผู้บริหารใช้เป็นข้อมูลในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix 7P's)

Kotler & Keller (2021) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภค แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) คือมูลค่าสินค้าหรือการบริการ ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ชัดเจน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณสมบัติและคุณค่าของบริการ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) หมายถึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หมายถึงพนักงาน ต้องผ่านการคัดเลือก อาศัยการฝึกอบรมและการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ พนักงานต้องมีความสามารถและมีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กร และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งที่ถูกค้าสัมผัสได้กับสิ่งที่ได้รับจากการบริการ สภาพแวดล้อมภายในขององค์กร การแต่งกายของพนักงาน การพูดกับลูกค้าด้วยวาจาสุภาพ อ่อนน้อม เต็มใจให้บริการ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ เพื่อการบริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว กระบวนการจะต้องมีความเกี่ยวเนื่องกันอย่างเป็นระบบส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า ทำให้บุคลากรในองค์กรทุกคนรับทราบและเป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันอย่างถูกต้อง

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกษรา กองแก้ว (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเงินด่วน A-Cash ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเลิงนกทา ผลวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดการ (Process) มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

ภาณุวัฒน์ รัตนพจน์ (2562) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card ผลวิจัยพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านทัศนคติ ตามลำดับ และด้านที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านความเชื่อมั่นและปลอดภัย และด้านช่องทางการให้บริการ และประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

นัลดดา จันทะเสน (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของคนไทยยุคเจนเอเรชันวายกรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด

สุพิชญา พงศ์ญาณกร (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking (Mymo) ของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### 3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือสำหรับการวิจัยนี้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้าง (Semi - structured Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผน จัดเตรียมชุดคำถาม และวิธีการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบมีขั้นตอนล่วงหน้า มีทางผู้วิจัยได้ดำเนินการจดบันทึกข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แจ้งให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยบรรยากาศแบบผ่อนคลาย เพื่อให้ผู้ให้ตอบแบบสัมภาษณ์สามารถให้ข้อมูลได้อย่างอิสระ อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้อาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจึงไม่เปิดเผยชื่อและนามสกุลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยยึดมั่นในหลักจริยธรรมการวิจัยและรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

##### 3.2 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน โดยมีคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการที่ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมผลการสัมภาษณ์แล้วจะดำเนินการจัดหมวดหมู่คำสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และนำมาสรุปเป็นผลการศึกษา

#### 4.2 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

##### ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 50 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,000 - 30,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ทั้ง 7 ด้าน สรุปผลได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบัตรเดบิตและมีความเห็นว่าบัตรเดบิตมีภาพลักษณ์สีสันที่สวยงาม ขนาดบัตรมีความพอดี มีความแข็งแรง ทนทาน พกพาและใช้งานได้อย่างสะดวก สามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการ ลดการพกพาเงินสด โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 15 ท่าน โดยกลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร มีความสวยงาม น่าใช้ น่าถือ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 2

“ รู้สึกปลอดภัยเพราะบางครั้งไม่ชอบพกพาเงินสดจำนวนมาก ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์  
คนที่ 4

“ สามารถรูดซื้อสินค้าได้ มีความสะดวก ช่วยให้การใช้จ่ายง่ายขึ้น ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์  
คนที่ 6

**ด้านราคา (Price)** ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับราคา ค่าธรรมเนียมและมีความเห็นว่า ค่าธรรมเนียมมีความคุ้มค่าต่อการใช้บริการ อัตราค่าธรรมเนียม มีความสมเหตุสมผล ค่าธรรมเนียมระบุไว้ชัดเจน ค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสมในแต่ละกรณีของการใช้บริการมีความเหมาะสม เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติ โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 12 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ ชอบบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร เพราะ ฟรีค่าธรรมเนียมการกดเงินทุกตู้ธนาคารทั่วประเทศ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 1

“ หากค่าธรรมเนียมบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร แพงกว่าธนาคารอื่น ก็จะไปใช้บัตรเดบิตธนาคารอื่นที่ค่าธรรมเนียมถูกกว่า แทน ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 2

“ ชอบเพราะฟรีค่าธรรมเนียมกดเงินสด ทุกตู้ธนาคารทั่วประเทศได้ถึงเดือนละ 10 ครั้ง ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 10

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและมีความเห็นว่า จำนวนสาขาที่ให้บริการสมัครบัตรเดบิต มีเพียงพอและสามารถรองรับการให้บริการได้อย่างทั่วถึง และมีจำนวนตู้กดเงินเพียงพอในการให้บริการ มีเว็บไซต์สำหรับศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเดบิต ข้อมูลในเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ และทุกช่องทางบริการสามารถเข้าใช้งานได้ง่าย มีช่องทางการทำธุรกรรมทางออนไลน์ (Website, Facebook, Line, Instagram) โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 10 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ สาขาธนาคาร ตั้งอยู่ในตัวเมือง เดินทางสะดวก มีรถสาธารณะผ่าน ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์  
คนที่ 21

“ สามารถติดต่อธนาคารได้ง่าย ทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทาง On line ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 25

“ กดเงินสดได้ทุกตู้ทุกธนาคาร มีความสะดวก ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 27

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดโดยมีความเห็นว่าธนาคารมีสื่อโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์, โทททัศน์, โซเชียลมีเดีย, ป้ายโฆษณา, มีส่วนลดพิเศษสำหรับร้านค้าที่ร่วมรายการกับ UnionPay ทั่วโลก มีการจัดบูธให้บริการและแนะนำสินค้าตามงานกิจกรรมต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า มีของสมนาคุณเมื่อสมัครบัตรเดบิต และมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำบัตรทดแทนกรณีบัตรหายและชำรุดในช่วงโรคระบาดโควิด โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 8 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ อยากลองใช้บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร เนื่องจากเห็นโฆษณาใน Website ธนาคาร ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 2

“ ชอบใช้บัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร กับร้านค้าที่ร่วมรายการกับ UnionPay เพราะมีส่วนลดพิเศษ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 17

“ ชอบเพราะยกเว้นค่าธรรมเนียมการออกใหม่ เนื่องจากบัตรหาย ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 20

**ด้านบุคลากร (People)** ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความพึงพอใจต่อพนักงานและมีความเห็นว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า พนักงานที่มีมารยาทที่ดีในการบริการ พูดจาสุภาพ ทักทายลูกค้าด้วยความเต็มใจ พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า พนักงานมีความรู้ความชำนาญในผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอต่อผู้ใช้บริการ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี และพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 7 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ ประทับใจในการบริการ พนักงานบริการดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง สุภาพ เรียบร้อย อธิบายข้อมูลได้อย่างชัดเจนทุกขั้นตอน และแนะนำผลิตภัณฑ์อื่นๆด้วย ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 1

“ พนักงานสามารถตอบข้อมูลผลิตภัณฑ์เมื่อลูกค้าสงสัย ช่วยเพิ่มความมั่นใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 2

“ ชอบการบริการที่ดีและการให้ข้อมูลที่เหมาะสม ถูกต้องครบถ้วน ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 13

**ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความพึงพอใจและมีความเห็นว่าธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มีทำเลที่ตั้งที่สะดวก มีการจัดตั้งเคาน์เตอร์ให้บริการอย่างเป็นระเบียบ ปลอดภัยเหมาะสม มีการตกแต่งด้วยสีสันทันที่เรียบง่ายดูสะอาด เรียบร้อย มีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ และเครื่องแต่งกาย (uniform) ของพนักงานผู้ให้บริการมีความสุภาพเหมาะสม โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 5 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ บรรยากาศภายในสาขาไม่วุ่นวาย มีความเป็นระเบียบ นำมาใช้บริการ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 17

“ สาขามีความสะอาดมาก ประทับใจที่ทางธนาคารให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาความสะอาดอุปกรณ์ภายในสาขา ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 13

“ สาขาจัดวางเคาน์เตอร์เป็นระเบียบ สะอาดมากไม่มีฝุ่นเลย กลิ่นหอมสดชื่น จัดแต่งสาขาได้สวย ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 26

**ด้านกระบวนการ (Process)** ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความพึงพอใจและมีความเห็นว่า กระบวนการที่สาขามีขั้นตอนในการสมัครบัตรเดบิตไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่ได้มาตรฐานและเข้าใจง่าย มีการจัดลำดับคิวการเข้าใช้บริการได้อย่างเป็นระเบียบ การทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ในแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ มีความปลอดภัย มีระบบการแจ้งข้อมูลข่าวสาร เช่น การแจ้งค่าบริการ ข่าวสาร การแก้ไขปัญหา มีความถูกต้อง โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน 3 ท่าน กลุ่มตัวอย่างให้สัมภาษณ์ดังนี้

“ การสมัครบัตรเดบิตที่สาขา มีขั้นตอนที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 1

“ การแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเดบิต มีความถูกต้อง เป็นระบบ ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์  
คนที่ 2

“ รู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ ธนาคาร  
เกียรตินาคินภัทร ” ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์คนที่ 3



## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปและอภิปรายผล

ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 50 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,000 - 30,000 บาท ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำมาอภิปรายผล ดังนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอำพร ศรีอยเงิน (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตอออนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม กรุงเทพมหานคร โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

**1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของจารุวรรณ ละอองประเสริฐสุขและสุทธาวรรณ ชาโต้ (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดการสมัครบัตร ATM และบัตร VISA ของธนาคารออมสินเขตราชวัตร ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีความสำคัญที่สุด ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการควรมีรูปแบบที่หลากหลายสามารถตอบสนองหรือตอบโจทย์ความต้องการคนรุ่นใหม่หรือผู้ที่ต้องการใช้อย่างแท้จริง

**2. ด้านราคา (Price)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของวิชิตา กายพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Application Mobile Banking (MYMO) ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา (Price) มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด

**3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญพร วิจิตรเลขการ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

**4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการ ส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติกา โสภนและรวิดา วิริยกิจจา (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางในการเพิ่มยอดการใช้บัตร VISA DEBIT ของธนาคารออมสิน สาขาทำเนียบรัฐบาล ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญทำให้การสมัครบัตร VISA DEBIT กับ ธนาคารออมสิน สาขาทำเนียบรัฐบาล เป็นไปตามเป้าหมาย รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

**5. ด้านบุคลากร (People)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร มีผลต่อการ เลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ งานวิจัยของมณฑิรา น้อยจีน (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุง ไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมากที่สุด

**6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกายภาพ และการนำเสนอ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของพรประภา โกดตาและคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มี ผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนใน เขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกถือ บัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับมากที่สุด

7. **ด้านกระบวนการ (Process)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของวิรุณา ภูย์หาว (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย KPIs ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬ คือ ด้านกระบวนการให้บริการ สำคัญเป็นลำดับหนึ่ง

## 5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารอาจเพิ่มระบบ EMV Contactless (Europay, Mastercard and Visa) เพื่อให้ผู้ถือบัตรเดบิตสามารถสแกนเข้าและออกจากระบบรถไฟฟ้า BTS และ MRT ได้
2. ด้านราคา ธนาคารควรยกเว้นค่าธรรมเนียมการออกบัตรใหม่ทุกกรณี เช่น สมัครง่ายบัตรใหม่, บัตรหาย, บัตรชำรุด ตลอดอายุการใช้งาน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจุบันธนาคารยังไม่สามารถขอออกบัตรผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ธนาคารอาจเพิ่มช่องทางการให้บริการมากขึ้น เช่น ขอออกบัตรใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผ่านเว็บไซต์ แล้วจัดส่งบัตรเดบิตทางไปรษณีย์
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เช่น ธนาคารควรจัดโปรโมชันร่วมกับร้านค้าที่ยังไม่ได้ร่วมรายการผ่านตัวกลางในการใช้จ่ายผ่านบัตร เช่น Visa, Master Card เนื่องจากปัจจุบันธนาคารมีรายการส่งเสริมการขายเฉพาะร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ Union Pay เท่านั้น
5. ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ต้องพัฒนาตนเองและหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อการให้คำแนะนำและการบริการแก่ลูกค้าจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเจ้าหน้าที่ต้องพร้อมน้อมรับคำติชมและคำแนะนำของลูกค้าด้วยความเต็มใจ
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ธนาคารควรมีบริการน้ำดื่มให้ลูกค้าที่มารอคิวรับบริการและควรมีเก้าอี้ให้เพียงพอแก่ลูกค้าที่รอรับบริการ
7. ด้านกระบวนการ ธนาคารอาจปรับปรุงกระบวนการให้มีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่ได้มาตรฐานและเข้าใจง่าย การทำธุรกรรมทุกอย่างต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอน และอาจมีป้ายติดใน



สถานที่ให้บริการที่อธิบายขั้นตอนการทำธุรกรรมด้วยภาพและข้อความสั้นๆ แต่ได้ใจความและเข้าใจได้ง่าย

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. ผู้วิจัยควรศึกษาเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและแม่นยำถึงบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร
2. ผู้วิจัยควรศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ความพึงพอใจในการรับบริการ การตัดสินใจพฤติกรรมผู้บริโภคของบัตรเดบิตธนาคารเกียรตินาคินภัทร



### บรรณานุกรม

- กฤติกา โสภน และรวิดา วิริยกิจจา. (2562). แนวทางการเพิ่มยอดบัตร *VISA DEBIT* ของธนาคารออมสินสาขาทำเนียบรัฐบาล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เกษรา กองแก้ว. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเงินด่วน *A-Cash* ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเล็งนกทา (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จารุวรรณ ละออประเสริฐสุข และสุทธาวรรณ ชาโต้. (2562). แนวทางในการเพิ่มยอดการสมัครบัตร *ATM* และ บัตร *VISA* ของธนาคารออมสินเขตราชวัตร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชนานันท์ พันธุ์สมจิตร์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐกฤต อินนะใจ. (2562). แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้สมัครใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขานาน้อย จังหวัดน่าน. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นัลดดา จันทะเสน. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของคนไทยยุคเจนเอเรชันวายกรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นัยนา แสงเขียว. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร *A* ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิรุทธิ์ กอบชัยกรรม. (2555). ทศนคติ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเดบิต *K-MAX* ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- พรประภา โกตถาและคณะ. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- เพ็ญพร วิจิตรเลขการ. (2562). *ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภาณุวัฒน์ รัตนพจน์. (2562). *ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ต่อการใช้บริการ MyMo My Card*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มณฑิรา น้อยจีน. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิชิตา กายพันธ์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ Application Mobile Banking (MYMO) ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิมลรัตน์ หิรัญรัตน์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตธนาคารออมสินสำนักงานพลโยธิน*. (การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- วิรุณา ภูย์หาว. (2562). *แนวทางการเพิ่มยอดบัตรเครดิตธนาคารออมสินสาขาบึงกาฬเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย KPIs*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สุพิชญา พงศ์ญาณกร. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking (Mymo) ของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อำพร สร้อยเงิน. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Kotler, P. & Keller, K. (2021). *Marketing Management* (16<sup>th</sup> ed.). Pearson Education.



ภาคผนวก



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยหัวข้อการวิจัยเป็นหัวข้อเรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเคบินรถโดยสารปรับอากาศ เกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ส่วนแรกของแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์ คำถามที่สองเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเคบินรถโดยสารปรับอากาศ เกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเคบินรถโดยสารปรับอากาศ เกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร การวิจัยใช้แบบสอบถามที่แนบมาเก็บข้อมูล สำหรับคำตอบของท่านเป็นการสะท้อนความคิดเห็นของท่าน จึงไม่มีถูกและไม่มีผิด ชื่อนามสกุล และข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับ และการรายงานผลการวิจัยจะรายงานเป็นภาพใหญ่

ก่อนที่ท่านจะทำแบบสอบถามนี้ ขอให้ท่านลงนามในหนังสือแสดงความยินยอมข้างล่างนี้ การลงนามเป็นการแสดงว่า ท่านเข้าใจในลักษณะการวิจัย เข้าใจบทบาทของท่านในการวิจัย และท่านยินยอมเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ ท่านสามารถติดต่อกับผู้วิจัยได้ที่อีเมลล์ และหมายเลขโทรศัพท์ข้างล่าง

ขอขอบคุณท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ทินภัทร ธีระกุล

Thinnaphat\_th@hotmail.com 0813959155

หนังสือแสดงความยินยอม

[ ] ข้าพเจ้าได้รับการบอกเล่าถึงวัตถุประสงค์และลักษณะของการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้ามีโอกาสดำรงตำแหน่ง มีเวลาเพียงพอในการอ่าน และทำความเข้าใจกับข้อมูลในเอกสารนี้อย่างถี่ถ้วน และได้รับเวลาเพียงพอในการตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมการศึกษานี้หรือไม่

[ ] ข้าพเจ้ายินดีเข้าร่วมการวิจัยโดยอิสระ และไม่ได้ถูกบังคับหรือข่มขู่แต่อย่างใด

[ ] ข้าพเจ้าเข้าใจว่าข้าพเจ้าสามารถปฏิเสธการเข้าร่วมการวิจัย หรือถอนตัวออกจากการศึกษาเมื่อใดก็ได้ที่ข้าพเจ้าต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องให้เหตุผล และไม่มีผลกระทบแก่ข้าพเจ้า

[ ] ข้าพเจ้าได้รับการยืนยันจากผู้วิจัยว่า ข้อมูลที่ข้าพเจ้าให้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และผลการวิจัยจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว

[ ] ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ข้าพเจ้ามีอายุ 18 ปีขึ้นไป ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และยินยอมเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ตามเงื่อนไขข้างต้น

..... ผู้ตอบแบบสอบถาม  
วันที่.....เดือน.....ปี.....

#### แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต  
ธนาคารเกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 สถานภาพ
- 1.4 ระดับการศึกษา
- 1.5 อาชีพ
- 1.6 รายได้

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตธนาคาร  
เกียรตินาคินภัทร สาขาสีลม เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร**

2.1 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่  
อย่างไร

ท่านคิดว่าความสะดวกเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าบัตรเดบิตสามารถลดปริมาณเงินสดที่ท่านต้องพกพาได้หรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าความสวยงามของบัตร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าบัตรเดบิตที่มีความคุ้มครองอุบัติเหตุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่าน  
หรือไม่ อย่างไร

.....

2.2 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านราคา (Price) มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่  
อย่างไร

ท่านคิดว่าค่าธรรมเนียมแรกเข้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าค่าธรรมเนียมรายปี มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดตู้ต่างธนาคาร มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่าน  
หรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่า ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรทดแทนมีความเหมาะสม มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของ  
ท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

2.3 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าจำนวนสาขาที่ให้บริการสมัครบัตรเดบิต มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าจำนวนร้านค้าที่รองรับการให้บริการบัตรเดบิต มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่า จำนวนตู้กดเงินสดเพียงพอในการให้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

2.4 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าโปรโมชั่นผ่านสื่อเช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่า การยกเว้น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า หรือยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี ในช่วงโควิด มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

2.5 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านบุคลากร (People)

ท่านคิดว่าพนักงานมีมารยาทที่ดีในการให้บริการ พูดยิ้มแย้ม มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าพนักงานมีความรู้ความชำนาญในเคดิตที่นำเสนอต่อผู้ใช้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร

ท่านคิดว่าพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีผลต่อการเลือกใช้บริการเดบิตของท่านหรือไม่ อย่างไร



ท่านคิดว่าพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทของท่านหรือไม่  
อย่างไร

.....

#### 2.6 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

ท่านคิดว่าสถานที่ให้บริการปลอดภัย โปร่งเหมาะสม มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทของท่านหรือไม่  
อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าสถานที่ให้บริการมีความสะอาดเรียบร้อย มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทของท่านหรือไม่  
อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัท  
ท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าเครื่องแต่งกาย (uniform) ของพนักงานผู้ให้บริการมีความเหมาะสม มีผลต่อการเลือกใช้  
บริการของบริษัทของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

#### 2.7 ท่านคิดว่าปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ท่านคิดว่าขั้นตอนในการสมัครบัตรเดบิตที่ไม่ซับซ้อน มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทของท่าน  
หรือไม่ อย่างไร

.....

ท่านคิดว่าแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับบัตรเดบิตที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัท  
ของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายทินภัทร ชีระกุล
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2552	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พ.ศ. 2564	ได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2553 – 2555	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
พ.ศ. 2555 – 2556	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2556 – 2557	ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน	ธนาคารเกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน)