

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือก  
ใช้บัตรเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์และแสดงผลการศึกษาเป็น 7 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ของผู้ตอบแบบ  
สอบถาม (ตารางที่ 6-13)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันการ  
เงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ (ตารางที่ 14-25)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตร  
เครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 26-37)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตร  
เครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 38-49)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตร  
เครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 50-61)

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มี  
ผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่ม  
อุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 62-63)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดัง  
ตารางที่ 1 - 5

#### ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	133	37.40
หญิง	233	62.60
รวม	356	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.60 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.40

#### ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพ

สถานะภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	145	40.70
สมรส	202	56.70
อื่นๆ	9	2.60
รวม	356	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ 1.หย่าร้าง จำนวน 6 คน  
2.ม่าย จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมา มีสถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 40.70 และมีสถานะหย่าร้างหรือเป็นม่าย มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.60

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	0.60
20-25 ปี	75	21.10
26-30 ปี	78	21.90
31-35 ปี	77	21.60
36-40 ปี	63	17.70
มากกว่า 40 ปี	61	17.10
<b>รวม</b>	<b>356</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.90 รองลงมาได้แก่ ผู้มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.60 ผู้มีอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.10 ผู้มีอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.70 ผู้มีอายุ มากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.10 และผู้มีอายุน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.60

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	25	7.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	102	28.70
ปวส./อนุปริญญา	86	24.20
ปริญญาตรี	129	36.20
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	14	3.90
<b>รวม</b>	<b>356</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 28.70 เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 24.20 ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 7.00 และผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
5,000-10,000 บาท	236	66.30
10,001-15,000 บาท	58	16.30
15,001-20,000 บาท	43	12.10
20,001-25,000 บาท	8	2.20
มากกว่า 25,000 บาท	11	3.10
<b>รวม</b>	<b>356</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.30 รองลงมาได้แก่ ผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.30 ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.10 ผู้มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.10 และผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.20

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดัง  
ตารางที่ 6-13

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการถือบัตรเครดิตที่ออกโดย  
ธนาคารพาณิชย์

บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงไทย	61	17.10
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	24	6.70
ธนาคารเอเซีย	5	1.40
ธนาคารกสิกรไทย	11	3.10
ธนาคารกรุงเทพ	20	5.60
ธนาคารทหารไทย	3	0.80
ธนาคารไทยพาณิชย์	52	14.60
ธนาคารไทยธนาคาร	1	0.30
ธนาคารนครหลวงไทย	15	4.20
ธนาคารซีทีแบงก์	49	13.80
ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงก์	3	0.80
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์	6	1.70
ธนาคารยูโอบี	5	1.40
ธนาคารธนชาติ	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
ไม่ได้ถือบัตรเครดิตที่ออกโดย ธนาคารพาณิชย์	212	59.60

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาได้แก่ ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 14.60 ผู้ถือบัตรธนาคารซีทีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 13.80 ผู้ถือบัตรธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 6.70 และไม่มีผู้ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 59.60

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการถือบัตรเครดิตที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

การถือบัตรเครดิตกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์	356	100.00
ไม่ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์	0	0.00
รวม	356	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการถือบัตรเครดิตกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการถือบัตรที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
บัตรอโณน	164	46.10
บัตรอีซี่บาย	44	12.40
บัตรเอไอจี	7	2.00
บัตรแคปปิตอล	30	8.40
บัตรเฟิร์สช้อย	83	23.30
บัตรเซทเทเลม	27	7.60
บัตรโอเคแคช	12	3.40
บัตรไดเนอร์สคลับ	0	0.00
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	6	1.70
บัตรบิกซี	34	9.60
บัตรเทสโก้-โลตัส	45	12.60
บัตรพาวเวอร์บาย	7	2.00
บัตรเซ็นทรัล	28	7.90
บัตรโฮมโปร	2	0.60
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรอิออน คิดเป็นร้อยละ 46.10 รองลงมาได้แก่ ผู้ถือบัตรพีรส์ช้อยส์ คิดเป็นร้อยละ 23.30 บัตรเทสโก้-โลคัส คิดเป็นร้อยละ 12.60 และบัตรเครดิตอีซี่บาย คิดเป็นร้อยละ 12.40

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของบัตรเครดิตที่ออก โดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

รูปแบบบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ	178	50.00
ผ่อนชำระสินค้า	240	67.40
เบิกถอนเงินสด	103	28.90

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเพื่อผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.40 รองลงมาได้แก่ ใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และใช้บัตรเครดิตเพื่อเบิกถอนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 28.90

ตารางที่ 10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่การใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เพื่อชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ

สถานที่ใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
สถานบันเทิง	8	4.30
โรงแรมหรือรีสอร์ท	17	9.30
ห้างสรรพสินค้า	100	54.60
ซูเปอร์สโตร์	85	46.40
ซูเปอร์มาร์เก็ต	3	1.60
ร้านอาหาร	24	13.10
สถานบันการศึกษา	4	2.20
สนามกอล์ฟ	0	0.00
โรงพยาบาล	8	4.40
สถานเสริมความงาม/กายบริหาร	2	1.10
ศูนย์บริการหรือร้านประดับยนต์	8	4.40
อื่นๆ	4	2.10

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 178 คน

2. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
3. อื่นๆ ได้แก่ ปั่นน้ำมัน

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการที่ห้างสรรพสินค้า มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.60 รองลงมาได้แก่ ซูเปอร์สโตร์ คิดเป็นร้อยละ 46.40 ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.10 และโรงแรมหรือรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 9.30

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ผ่อนชำระ โดย  
บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องใช้ไฟฟ้า	154	65.00
หนังสือ/เครื่องเขียน	2	0.80
เครื่องแต่งกาย	4	1.70
เครื่องสำอาง	3	1.30
เครื่องมือช่าง	3	1.30
เครื่องดนตรี	2	0.90
ของใช้และของเด็กเล่น	1	0.40
อุปกรณ์สื่อสาร	70	29.80
ยานพาหนะ	23	9.80
เครื่องประดับสตรี/บุรุษ	4	1.70
เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วงต่างๆ	25	10.60
เครื่องออกกำลังกายและอุปกรณ์กีฬา	4	1.70
อุปกรณ์ประดับยนต์และอุปกรณ์รถยนต์	9	3.80
เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน	11	4.70
อื่นๆ	1	0.40

หมายเหตุ: 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 240 คน

2. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
3. อื่นๆ ได้แก่ กล้องถ่ายรูป

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อผ่อนชำระเครื่องใช้ไฟฟ้า มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ อุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 29.80 เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่อพ่วง คิดเป็นร้อยละ 10.60 ยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 9.80 และเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 4.70

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เพื่อเบิกถอนเงินสดเฉลี่ยต่อเดือน

การใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อเบิกถอนเงินสดเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	93	90.30
3-5 ครั้ง	10	9.70
6-10 ครั้ง	0	0.00
มากกว่า 10 ครั้ง	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>103</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบ 103 คน

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เพื่อเบิกถอนเงินสดเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.30 รองลงมาได้แก่ เบิกถอนเงินสดเฉลี่ย 3-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.70

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำของบุคคลเพื่อใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

บุคคลที่แนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว/ญาติพี่น้อง	85	23.90
เพื่อน	96	27.00
ตัดสินใจด้วยตนเอง	147	41.30
บริษัทที่ทำงาน	28	7.90
อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>356</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจด้วยตัวเอง มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาได้แก่ เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 27.00 คนในครอบครัวหรือญาติพี่น้องแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 23.90 และบริษัทที่ทำงานแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 7.90

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของสถาบันการเงินที่ไม่ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดังตารางที่ 14 - 25

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ยแปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีรูปคียบัตร	49 (13.80)	67 (18.80)	56 (15.70)	70 (19.70)	114 (32.00)	356 (100.00)	2.63 ปานกลาง
ความสวยงามของสีส้มและลวดลายของตัวบัตร	43 (12.10)	95 (26.70)	77 (21.60)	76 (21.30)	65 (18.30)	356 (100.00)	2.93 ปานกลาง
จำนวนร้านค้าหรือสถานที่รับบัตร	89 (25.00)	104 (29.20)	47 (13.20)	34 (9.60)	82 (23.00)	356 (100.00)	3.24 ปานกลาง
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	69 (19.40)	99 (27.80)	63 (17.70)	83 (23.30)	42 (11.80)	356 (100.00)	3.20 ปานกลาง
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	78 (21.90)	113 (31.70)	43 (12.10)	50 (14.00)	72 (20.20)	356 (100.00)	3.21 ปานกลาง
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตร	83 (23.30)	109 (30.60)	44 (12.40)	84 (23.60)	36 (10.10)	356 (100.00)	3.33 ปานกลาง
รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	59 (16.60)	101 (28.40)	76 (21.30)	47 (13.20)	73 (20.50)	356 (100.00)	3.07 ปานกลาง
ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต	102 (28.70)	86 (24.20)	58 (16.30)	82 (23.00)	28 (7.90)	356 (100.00)	3.43 ปานกลาง
มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ	98 (27.50)	82 (23.00)	62 (17.40)	47 (13.20)	67 (18.80)	356 (100.00)	3.27 ปานกลาง
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต	87 (24.40)	97 (27.20)	62 (17.40)	88 (24.70)	22 (6.20)	356 (100.00)	3.39 ปานกลาง
สามารถนำบัตรไปใช้ได้ทั่วโลก	77 (21.60)	90 (25.30)	67 (18.80)	42 (11.80)	80 (22.50)	356 (100.00)	3.12 ปานกลาง
ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด)	29 (26.10)	31 (27.90)	22 (19.80)	19 (17.10)	10 (9.00)	111 (100.00)	3.45 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์ของบัตรเครดิต (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับ ผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อน ชำระสินค้า)	64 (26.70)	89 (37.10)	36 (15.00)	30 (12.50)	21 (8.80)	240 (100.00)	3.60 มาก
สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการ ใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้าหรือค่าบริการ)	53 (29.80)	54 (30.30)	25 (14.00)	28 (15.70)	18 (10.10)	178 (100.00)	3.54 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							2.86 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้า มีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมา ได้แก่ สถานที่ใช้ หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) มีค่าเฉลี่ย 3.54 มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ ผู้กด เงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) มีค่าเฉลี่ย 3.45 ความปลอดภัยในการใช้ บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.43 สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีบริการ รับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตร มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตร กดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.27 จำนวนร้านค้า หรือสถานบริการที่รับบัตร มีค่าเฉลี่ย 3.24 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.21 สามารถเบิกถอน เงินสดได้ มีค่าเฉลี่ย 3.20 รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.07 ความสวยงาม ของสีสันและลวดลายของตัวบัตร มีค่าเฉลี่ย 2.93 และมีรูปติดบนบัตร มีค่าเฉลี่ย 2.63

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปดผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านราคา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปดผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	189 (53.10)	96 (27.00)	39 (11.00)	22 (6.20)	10 (2.80)	356 (100.00)	4.21 มาก
อัตราดอกเบี้ย	177 (49.70)	100 (28.10)	43 (12.10)	25 (7.00)	11 (3.10)	356 (100.00)	4.14 มาก
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	158 (44.40)	111 (31.20)	50 (14.00)	22 (6.20)	15 (4.20)	356 (100.00)	4.05 มาก
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	153 (43.00)	120 (33.70)	47 (13.20)	21 (5.90)	15 (4.20)	356 (100.00)	4.05 มาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	137 (38.50)	115 (32.30)	63 (17.70)	25 (7.00)	16 (4.50)	356 (100.00)	3.93 มาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ	156 (43.80)	106 (29.80)	52 (14.60)	25 (7.00)	17 (4.80)	356 (100.00)	4.01 มาก
ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอน เงินสด	193 (5.10)	73 (6.50)	49 (13.80)	23 (6.50)	18 (5.10)	356 (100.00)	4.12 มาก
ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน	158 (44.40)	108 (30.30)	52 (14.60)	24 (6.70)	14 (3.90)	356 (100.00)	4.04 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							4.07 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 และทุกปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด มีค่าเฉลี่ย 4.12 ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 4.05 ระยะเวลาในการผ่อนชำระ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.04 ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระมีค่าเฉลี่ย 4.01 และค่าธรรมเนียมแรกเข้า มีค่าเฉลี่ย 3.93

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจัดจำหน่ายของบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน	158 (44.40)	100 (28.10)	51 (14.30)	35 (9.80)	12 (3.40)	356 (100.00)	4.00 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ ทำงาน	127 (35.70)	101 (28.40)	59 (16.600)	54 (15.20)	15 (4.20)	356 (100.00)	3.76 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใน ห้างสรรพสินค้า	117 (32.90)	122 (34.30)	54 (15.20)	49 (13.80)	14 (3.90)	356 (100.00)	3.78 มาก
มีการรับสมัครทางไปรษณีย์	189 (53.10)	75 (21.10)	52 (14.60)	27 (7.60)	13 (3.70)	356 (100.00)	4.12 มาก
มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต	125 (35.10)	121 (34.00)	44 (12.40)	45 (12.60)	21 (5.90)	356 (100.00)	3.80 มาก
สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก	149 (41.90)	109 (30.60)	45 (12.60)	41 (11.50)	12 (3.40)	356 (100.00)	3.96 มาก
มีพนักงานขายมาเสนอขายที่ บ้านหรือที่ทำงาน	23 (6.50)	275 (77.20)	22 (6.20)	25 (7.70)	11 (3.10)	356 (100.00)	3.77 มาก
มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมี หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้ เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ	169 (47.50)	106 (29.80)	35 (9.80)	34 (9.60)	12 (3.40)	356 (100.00)	4.08 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.91 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 และทุกปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00 สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.78 มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงานมีค่าเฉลี่ย 3.77 และมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.76

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ยแปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ	21 (5.90)	55 (15.40)	43 (12.10)	21 (5.9000)	216 (60.70)	356 (100.00)	2.00 น้อย
พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์	54 (15.20)	118 (33.10)	90 (25.30)	56 (15.70)	38 (10.70)	356 (100.00)	3.26 ปานกลาง
พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว	28 (7.90)	29 (8.10)	34 (9.60)	251 (70.50)	14 (3.90)	356 (100.00)	2.46 น้อย
ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม	47 (13.20)	90 (25.30)	120 (33.70)	45 (12.60)	54 (15.20)	356 (100.00)	3.09 ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย	36 (10.10)	36 (10.10)	48 (13.50)	97 (27.20)	139 (39.00)	356 (100.00)	2.25 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.61 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขายโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.61 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือพนักงานขายมีรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.26 รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.09 มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 2.46 รองลงมาได้แก่ เรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 2.25 และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขาย โดยตรงมีความกระชับได้ใจความ มีค่าเฉลี่ย 2.00

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการตลาดโดยการ โฆษณา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ	65 (18.30)	111 (31.20)	97 (27.200)	63 (17.70)	20 (5.60)	356 (100.00)	3.39 ปานกลาง
มีการส่ง โบรชัวร์ทาง ไปรษณีย์	36 (10.10)	119 (33.40)	98 (27.50)	77 (21.60)	26 (7.30)	356 (100.00)	3.17 ปานกลาง
มีการ โฆษณาผ่านสื่อโฆษณา กลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา	30 (8.40)	165 (46.30)	78 (21.90)	64 (18.00)	19 (5.30)	356 (100.00)	3.35 ปานกลาง
มีการ โฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ	50 (14.00)	133 (37.40)	79 (22.20)	62 (17.40)	32 (9.00)	356 (100.00)	3.30 ปานกลาง
มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์	56 (15.70)	158 (44.40)	67 (18.80)	48 (13.50)	27 (7.60)	356 (100.00)	3.47 ปานกลาง
มีการ โฆษณาผ่านสื่อทาง โทรทัศน์	180 (50.60)	84 (23.60)	49 (13.80)	31 (8.70)	12 (3.40)	356 (100.00)	4.09 มาก
โฆษณาผ่านเว็บไซต์	195 (54.80)	61 (17.10)	54 (15.20)	31 (8.70)	15 (4.20)	356 (100.00)	4.10 มาก
มีการ โฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร	31 (8.70)	143 (40.20)	102 (28.70)	47 (13.20)	33 (9.30)	356 (100.00)	3.26 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.52 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาโดยรวมในระดับมาก ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอันดับที่หนึ่ง คือโฆษณาผ่านเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.47 มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ มีค่าเฉลี่ย 3.30 มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.26 และมีการส่ง โบรชัวร์ทางไปรษณีย์ มีค่าเฉลี่ย 3.17



ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดโดยการให้ข่าว และประชาสัมพันธ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การบริจาคเพื่อการกุศล	20 (5.60)	59 (16.60)	37 (10.40)	218 (61.20)	22 (6.20)	356 (100.00)	2.54 ปานกลาง
การเป็นสปอนเซอร์	30 (8.40)	66 (18.50)	87 (24.40)	112 (31.50)	61 (17.10)	356 (100.00)	2.70 ปานกลาง
รายงานประจำปี	36 (10.10)	58 (16.30)	60 (16.90)	47 (13.20)	155 (43.50)	356 (100.00)	2.36 น้อย
การจัดกิจกรรมให้ความรู้ เรื่องของบัตรเครดิต	52 (14.60)	65 (18.30)	54 (15.20)	71 (19.90)	114 (32.00)	356 (100.00)	2.63 ปานกลาง
มีการแถลงข่าวต่อสื่อ มวลชน	32 (9.00)	45 (12.60)	30 (8.40)	183 (51.40)	66 (18.50)	356 (100.00)	2.42 น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.54 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00=มากที่สุด 3.51–4.50=มาก 2.51–3.50=ปานกลาง 1.51–2.50=น้อย 1.00–1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.54 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านการเป็นสปอนเซอร์ มีค่าเฉลี่ย 2.70 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 2.63 ด้านการบริจาคเพื่อการกุศล มีค่าเฉลี่ย 2.54 มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ย 2.42 และรายงานประจำปี มีค่าเฉลี่ย 2.36

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	163 (45.80)	73 (20.50)	46 (12.90)	41 (11.50)	33 (9.30)	356 (100.00)	3.82 มาก
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกราย ปี	152 (42.70)	87 (24.40)	51 (14.30)	31 (8.70)	35 (9.80)	356 (100.00)	3.81 มาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิก รายปี	152 (42.70)	90 (25.30)	41 (11.50)	39 (11.00)	34 (9.60)	356 (100.00)	3.81 มาก
การให้คูปองส่วนลด	134 (37.60)	97 (27.20)	52 (14.60)	39 (11.00)	34 (9.60)	356 (100.00)	3.72 มาก
การแจกหรือแถมของรางวัล	131 (36.80)	96 (27.00)	55 (15.40)	42 (11.80)	32 (9.00)	356 (100.00)	3.71 มาก
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลก รับของรางวัล	122 (34.30)	98 (27.50)	67 (18.80)	41 (11.50)	28 (7.90)	356 (100.00)	3.69 มาก
การแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค	100 (28.10)	90 (25.30)	77 (21.60)	51 (14.30)	38 (10.70)	356 (100.00)	3.46 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.72 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี มีค่าเฉลี่ย 3.81 การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี 3.81 การให้คูปองส่วนลด มีค่าเฉลี่ย 3.72 การแจกหรือแถมของรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.71 มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัล มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ การแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค มีค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การใช้พนักงานขาย	2.61	ปานกลาง
การโฆษณา	3.52	มาก
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	2.53	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	3.72	มาก
รวม	3.20	ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมาได้แก่ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานรับโทรศัพท์มีความ สุภาพ อ่อนน้อม	68 (19.10)	193 (54.20)	43 (12.10)	33 (9.30)	19 (5.30)	356 (100.00)	3.72 มาก
มีพนักงานในการสอบถามข้อมูล เพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์	130 (39.50)	117 (32.90)	57 (16.00)	33 (9.30)	19 (5.30)	356 (100.00)	3.86 มาก
พนักงานรับชำระเงินมีความ ชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง	112 (31.50)	138 (38.80)	58 (16.30)	28 (7.90)	20 (5.60)	356 (100.00)	3.83 มาก
พนักงานมีความชำนาญในการ ทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับ เงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ	112 (31.50)	117 (32.90)	67 (18.80)	39 (11.00)	21 (5.90)	356 (100.00)	3.73 มาก
พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรง ตามความต้องการ	123 (34.60)	106 (29.80)	72 (20.20)	35 (9.80)	20 (5.60)	356 (100.00)	3.77 มาก
พนักงานรับชำระเงินให้บริการ รวดเร็ว	118 (33.10)	138 (38.80)	60 (16.90)	26 (7.30)	14 (3.90)	356 (100.00)	3.90 มาก
พนักงานจัดทำเอกสาร มีความ เข้าใจในรายละเอียดของบัตร เครดิต เช่น มีรายละเอียด ครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย	113 (31.70)	137 (38.50)	59 (16.60)	31 (8.70)	16 (4.50)	356 (100.00)	3.84 มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.81</b> มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 และทุกปัจจัยย่อยด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกัน คือ ด้านพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาได้แก่ มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.86 พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.84 พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.83 พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.77 พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ มีค่าเฉลี่ย 3.73 และพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 3.72

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินค้ำประกันขั้นต่ำ	84 (23.60)	99 (27.80)	88 (24.70)	44 (12.40)	41 (11.50)	356 (100.00)	3.40 ปานกลาง
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	96 (27.00)	100 (28.10)	57 (16.00)	85 (23.90)	18 (5.10)	356 (100.00)	3.48 ปานกลาง
จำนวนเอกสารที่ใช้ ประกอบการสมัคร	79 (22.20)	114 (32.00)	82 (23.00)	57 (16.00)	24 (6.70)	356 (100.00)	3.47 ปานกลาง
ความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม เช่น บริการจาก เครื่องคอมพิวเตอร์อัตโนมัติ	96 (27.00)	98 (27.50)	66 (18.50)	51 (14.30)	45 (12.60)	356 (100.00)	3.42 ปานกลาง
การขอเพิ่มวงเงินหรือบัตร เสริม	82 (23.00)	83 (23.30)	56 (15.70)	96 (27.00)	39 (11.00)	356 (100.00)	3.21 ปานกลาง
มีความสะดวก รวดเร็วใน การขอข้อมูลและ แบบฟอร์ม เช่น ทาง โทรสาร อีเมลล์	87 (24.40)	97 (27.20)	59 (16.60)	64 (18.00)	49 (13.80)	356 (100.00)	3.31 ปานกลาง
สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	93 (26.10)	94 (26.40)	89 (25.00)	56 (15.70)	24 (6.70)	356 (100.00)	3.50 ปานกลาง
แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจ ง่าย	82 (23.00)	102 (28.70)	65 (18.30)	47 (13.20)	60 (16.90)	356 (100.00)	3.28 ปานกลาง
มีการติดตามสอบถามความ พึงพอใจของลูกค้า	78 (21.90)	110 (30.90)	82 (23.00)	54 (15.20)	32 (9.00)	356 (100.00)	3.42 ปานกลาง
มีระบบการส่งมอบบัตร และรหัสที่ปลอดภัย	69 (19.40)	73 (20.50)	160 (44.90)	29 (8.100)	25 (7.00)	356 (100.00)	3.37 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.38 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 และทุกปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางเช่นกัน คือ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 3.48 จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร มีค่าเฉลี่ย 3.47 ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ย 3.42 มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.42 เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.40 มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.37 มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล มีค่าเฉลี่ย 3.31 แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่ายมีค่าเฉลี่ย 3.28 และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริมมีค่าเฉลี่ย 3.21

ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความสะดวกเป็นระเบียบของ สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	172 (20.20)	108 (30.30)	77 (21.60)	62 (17.40)	37 (10.40)	356 (100.00)	3.33 ปานกลาง
ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ ออกบัตร	84 (23.60)	110 (30.9)	63 (17.70)	60 (16.90)	39 (11.00)	356 (100.00)	3.39 ปานกลาง
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	103 (28.90)	87 (24.40)	77 (21.60)	54 (15.20)	35 (9.80)	356 (100.00)	3.47 ปานกลาง
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย/ใช้เทคโนโลยี สูง	89 (25.00)	109 (30.60)	61 (17.10)	51 (14.30)	46 (12.90)	356 (100.00)	3.40 ปานกลาง
สัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะอาดตา	77 (21.60)	103 (28.90)	98 (27.50)	55 (15.40)	23 (6.50)	356 (100.00)	3.44 ปานกลาง
รูปลักษณ์และสีส้มของอาคารมี ความน่าสนใจ	61 (17.10)	77 (21.60)	71 (19.90)	131 (36.80)	16 (4.50)	356 (100.00)	3.10 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.36 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 และทุกปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางเช่นกัน คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาได้แก่ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะอาดตา มีค่าเฉลี่ย 3.44 มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร มีค่าเฉลี่ย 3.39 ความสะดวกเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร มีค่าเฉลี่ย 3.33 และรูปลักษณ์และสีส้มของอาคารมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.10

All rights reserved



ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.86	ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	4.07	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.91	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคคล	3.81	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.38	ปานกลาง
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.36	ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.81 มีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.20 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดังตารางที่ 26-37

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปรระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีรูปคิดบนบัตร	2.74 ปานกลาง	2.56 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง
ความสวยงามของสีเงินและลวดลายของ ตัวบัตร	3.02 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร	3.31 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	3.36 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	3.24 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต	3.46 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	3.14 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต	3.49 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง
มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ	3.32 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต	3.50 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
สามารถนำบัตรไปใช้ ได้ทั่วโลก	3.32 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด)	3.46 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า)	3.63 มาก	3.60 มาก	3.60 มาก
สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ)	3.68 มาก	3.66 มาก	3.67 มาก
รวม	2.93 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 2.93 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 2.81

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.45) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.49) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.74)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าหรือบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.40) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.33) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.56)

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	4.26 มาก	4.19 มาก	4.21 มาก
อัตราดอกเบี้ย	4.16 มาก	4.13 มาก	4.14 มาก
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	4.07 มาก	4.04 มาก	4.05 มาก
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	4.14 มาก	4.00 มาก	4.05 มาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.94 มาก	3.93 มาก	3.93 มาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ	4.12 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก
ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด	4.22 มาก	4.07 มาก	4.12 มาก
ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน	4.14 มาก	3.98 มาก	4.04 มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b> มาก	<b>4.04</b> มาก	<b>4.07</b> มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 4.04

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.22) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.94)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.07) ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน	3.95 มาก	4.04 มาก	4.00 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.65 มาก	3.83 มาก	3.76 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.69 มาก	3.84 มาก	3.78 มาก
มีการรับสมัครทางไปรษณีย์	4.19 มาก	4.09 มาก	4.12 มาก
มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต	3.74 มาก	3.83 มาก	3.77 มาก
สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก	3.99 มาก	3.95 มาก	3.96 มาก
มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน	3.68 มาก	3.82 มาก	3.77 มาก
มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ	4.11 มาก	4.07 มาก	4.08 มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b> มาก	<b>3.93</b> มาก	<b>3.91</b> มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.88 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.93

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการรับสมัครทาง Internet (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับ ได้ใจความ	2.14 น้อย	1.92 น้อย	2.00 น้อย
พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์	3.17 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว	2.50 น้อย	2.43 น้อย	2.46 น้อย
ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม	3.08 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย	2.13 น้อย	2.32 น้อย	2.25 น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.61</b> ปานกลาง	<b>2.62</b> ปานกลาง	<b>2.61</b> ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.61 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 2.62

All rights reserved



เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้พนักงานขาย คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.09) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์ และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.50) การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์ และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 2.14) และความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 2.13)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้พนักงานขาย คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.08) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์ และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.43) ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 2.32) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์ และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 1.92)

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ	3.36 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
มีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์	3.18 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา	3.30 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ	3.22 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์	3.30 ปานกลาง	3.57 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์	4.07 มาก	4.11 มาก	4.09 มาก
โฆษณาผ่านเว็บไซต์	4.08 มาก	4.10 มาก	4.10 มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร	3.27 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.48</b> ปานกลาง	<b>3.54</b> มาก	<b>3.52</b> มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.48 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.54

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา และมีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สตีกเกอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.27) และมีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.18)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาได้แก่ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สตีกเกอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.37) และมีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การบริจาคเพื่อการกุศล	2.68 ปานกลาง	2.46 น้อย	2.54 ปานกลาง
การเป็นสปอนเซอร์	2.74 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง
รายงานประจำปี	2.47 น้อย	2.30 น้อย	2.36 น้อย
การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต	2.60 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง
มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน	2.47 น้อย	2.39 น้อย	2.42 น้อย
รวม	2.59 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.53 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.53 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 2.59 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 2.50

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.74) รองลงมาได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.68) การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.60) รายงานประจำปีและมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.47)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.66) การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.46) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.39) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.30)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.68 มาก	3.90 มาก	3.82 มาก
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	3.70 มาก	3.88 มาก	3.81 มาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	3.71 มาก	3.87 มาก	3.81 มาก
การให้คูปองส่วนลด	3.67 มาก	3.76 มาก	3.72 มาก
การแจกหรือแถมของรางวัล	3.65 มาก	3.74 มาก	3.71 มาก
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล	3.57 มาก	3.76 มาก	3.69 มาก
การแข่งขันเกมส์หรือ การชิงโชค	3.41 ปานกลาง	3.49 มากมาก	3.46 ปานกลาง
รวม	3.63 มาก	3.77 มาก	3.72 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.63 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.77

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.70) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.67) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการแข่งขันเกมส์ หรือ การชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.41)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.88) การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้คูปองส่วนลด และมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.76) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการแข่งขันเกมส์ หรือการชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การใช้พนักงานขาย	2.61 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
การโฆษณา	3.48 ปานกลาง	3.54 มาก	3.52 มาก
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	2.59 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.53 ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	3.63 มาก	3.77 มาก	3.72 มาก
รวม	3.17 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมาได้แก่ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

**เพศชาย** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.48) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.61) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.59)

**เพศหญิง** ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.54) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.62) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม	3.71 มาก	3.73 มาก	3.72 มาก
มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์	3.93 มาก	3.82 มาก	3.86 มาก
พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง	3.82 มาก	3.83 มาก	3.83 มาก
พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ	3.75 มาก	3.72 มาก	3.73 มาก
พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ	3.83 มาก	3.75 มาก	3.78 มาก
พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว	4.03 มาก	3.82 มาก	3.90 มาก
พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย	3.96 มาก	3.77 มาก	3.84 มาก
รวม	3.86 มาก	3.78 มาก	3.81 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

All rights reserved



จากตารางที่ 34 เมื่อพิจารณา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.86 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.78

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาได้แก่ พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.82) และพนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.71)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาได้แก่ มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ และพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) พนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพ อ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.73) และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน  
กระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ	3.33 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	3.46 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	3.45 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจาก เครื่องตอบรับอัตโนมัติ	3.27 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง
การขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเครดิต	3.09 น้อย	3.27 ปานกลาง	3.20 น้อย
มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล	3.24 น้อย	3.35 น้อย	3.31 น้อย
สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.47 ปานกลาง	3.51 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง
แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย	3.18 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง
มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	3.40 ปานกลาง	3.43 น้อย	3.42 ปานกลาง
มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย	3.41 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
รวม	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคลากร จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.33 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.42

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ สามารถติดต่อได้ ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.46) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีระบบการส่งมอบบัตร และรหัสที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.41) มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) และแบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.18)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ สามารถติดต่อได้ ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.48) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจ ของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้าน  
หลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านหลักฐานทางกายภาพ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.30 น้อย	3.34 น้อย	3.33 น้อย
ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.40 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย/ใช้เทคโนโลยีสูง	3.42 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา	3.44 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง
รูปลักษณ์และสีสันทของอาคารมีความน่าสนใจ	3.11 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
รวม	3.34 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.34 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.36

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมา ได้แก่ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และ ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.40) ความสะดวกเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.30) และรูปลักษณ์และสีสันทของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมา ได้แก่ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และ ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.40) ความสะดวกเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.34) และรูปลักษณ์และสีสันทของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในในกลุ่มสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

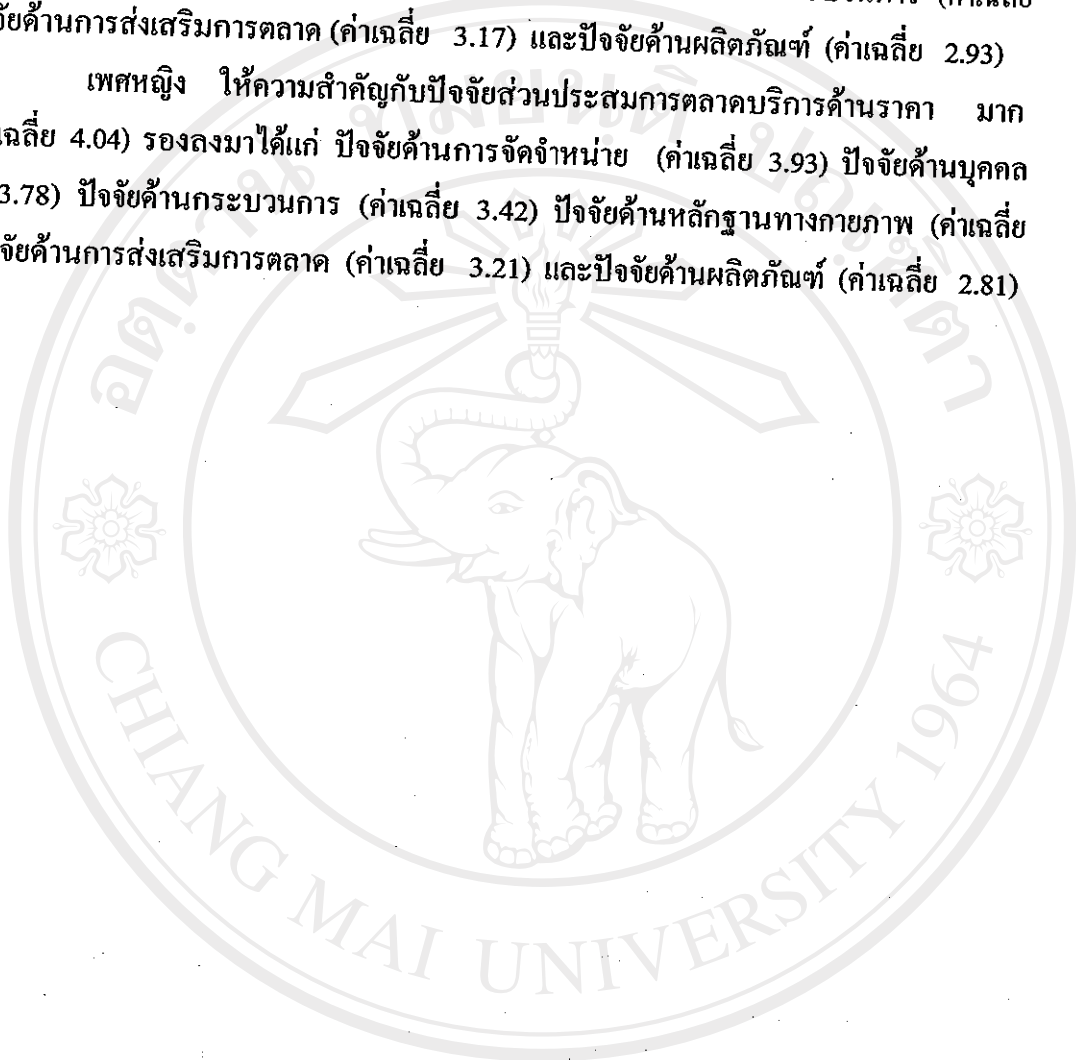
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.93 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	4.13 มาก	4.04 มาก	4.07 มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.88 มาก	3.93 มาก	3.91 มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.17 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคคล	3.86 มาก	3.78 มาก	3.81 มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.34 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.81 มีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.20 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86

เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.21) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.81)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดังตารางที่ 38-49

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
มีรูปติดบนบัตร	2.53 ปานกลาง	2.44 น้อย	2.92 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง
ความสวยงามของสีสันและลวดลายของ คิวบัตร	2.83 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร	3.03 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.52 มาก	3.24 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	3.09 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.55 มาก	3.03 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	2.94 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต	3.18 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	2.81 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต	3.28 ปานกลาง	3.59 มาก	3.57 มาก	3.21 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.43 น้อยที่สุด
มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการตามร้านค้าต่างๆ	3.32 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต	3.35 ปานกลาง	3.51 มาก	3.42 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
สามารถนำบัตรไปใช้ได้ทั่วโลก	3.03 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิต)	3.29 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.71 มาก	3.30 ปานกลาง	3.78 มาก	3.45 ปานกลาง
ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า)	3.43 ปานกลาง	3.78 มาก	3.56 มาก	3.33 ปานกลาง	3.87 มาก	3.60 มาก
สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ)	3.88 มาก	3.60 มาก	3.51 มาก	3.57 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก
รวม	2.72 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวม ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.72 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.89 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.03 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.77 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.85

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.43) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมีรูปคียบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.53)



อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาได้แก่ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.59) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.51) มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.44)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57) ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.56) สามารถเบิกถอนเงินสดได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.92)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้า หรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิตและตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.30) จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.24) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.57)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.44) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.39) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ตารางที่ 39 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	4.31 มาก	4.06 มาก	4.16 มาก	4.16 มาก	4.41 มาก	4.21 มาก
อัตราดอกเบี้ย	4.23 มาก	4.09 มาก	4.22 มาก	3.98 มาก	4.16 มาก	4.14 มาก
ค่าปรับกรณีชำระ เงินคืนล่าช้า	4.31 มาก	3.96 มาก	4.01 มาก	3.90 มาก	4.05 มาก	4.05 มาก
ระยะเวลาในการ ผ่อนชำระ	4.32 มาก	3.96 มาก	3.99 มาก	3.95 มาก	4.02 มาก	4.05 มาก
ค่าธรรมเนียมแรก เข้า	4.17 มาก	3.73 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.93 มาก	3.93 มาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้อง ชำระ	4.16 มาก	3.88 มาก	3.90 มาก	4.03 มาก	4.10 มาก	4.00 มาก
ค่าธรรมเนียมใน การเบิกถอนเงินสด	4.18 มาก	3.86 มาก	4.06 มาก	4.16 มาก	4.43 มาก	4.12 มาก
ค่าธรรมเนียมใน การชำระเงิน	4.13 มาก	3.92 มาก	4.03 มาก	4.03 มาก	4.13 มาก	4.04 มาก
<b>รวม</b>	<b>4.23 มาก</b>	<b>3.94 มาก</b>	<b>4.03 มาก</b>	<b>4.02 มาก</b>	<b>4.16 มาก</b>	<b>4.07 มาก</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคาจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 โดยผู้ที่อายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.23 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.94 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.03 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.02 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.16

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.18) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) และค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.06) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.73)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.16) ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.06) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.01) และค่าธรรมเนียมแรกเข้า และ ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปีและค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินและยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.03) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) และค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.90)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.41) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.13) ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 40 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน	3.87 มาก	3.94 มาก	3.99 มาก	4.35 มาก	3.92 มาก	4.00 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.68 มาก	3.74 มาก	3.74 มาก	3.81 มาก	3.87 มาก	3.76 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า	3.60 มาก	3.85 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก	3.80 มาก	3.78 มาก
มีการรับสมัครทางไปรษณีย์	4.05 มาก	4.10 มาก	4.13 มาก	4.48 มาก	3.87 มาก	4.12 มาก
มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต	3.80 มาก	3.77 มาก	3.88 มาก	3.73 มาก	3.79 มาก	3.80 มาก
สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก	3.66 มาก	3.83 มาก	4.12 มาก	4.11 มาก	4.15 มาก	3.96 มาก
มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน	3.65 มาก	3.72 มาก	3.68 มาก	3.97 มาก	3.90 มาก	3.77 มาก
มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ	4.01 มาก	4.10 มาก	4.08 มาก	4.13 มาก	4.11 มาก	4.08 มาก
รวม	3.79 มาก	3.88 มาก	3.92 มาก	4.06 มาก	3.93 มาก	3.91 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.79 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.88 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.03 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.02 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.16

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.65)

อายุ 26–30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ และมีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาได้แก่ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

อายุ 31–35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาได้แก่ สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

อายุ 36–40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาได้แก่ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.73)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ คือ สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.92) มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน และมีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 41 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ	1.86 น้อย	2.31 น้อย	2.31 น้อย	1.75 น้อย	1.66 น้อย	2.00 น้อย
พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์	3.25 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันที ด้วยความรวดเร็ว	2.40 น้อย	2.55 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.30 น้อย	2.26 น้อย	2.46 น้อย
ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม	3.19 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย	3.34 ปานกลาง	2.19 น้อย	2.45 น้อย	2.35 น้อย	1.85 น้อย	2.25 น้อย
รวม	2.62 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	2.49 น้อย	2.43 น้อย	2.61 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.61 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.62 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.65 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.82 อายุ 36-40 มีค่าเฉลี่ย 2.49 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.43

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมาได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.19) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.40) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 1.86)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.05) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.55) การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 2.31) และความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 2.19)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.42) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.21) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.69) ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 2.45) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 2.31)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรง และการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.84) ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 2.35) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.30) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 1.75)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ คือ พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมาได้แก่ ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.10) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.26) ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 1.85) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 1.66)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณา	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ	3.30 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.62 มาก	3.37 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
มีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์	3.22 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณา กลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา	3.34 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.51 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ	3.35 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์	3.32 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.57 มาก	3.49 ปานกลาง	3.69 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์	3.87 มาก	4.08 มาก	4.06 มาก	4.19 มาก	4.33 มาก	4.09 มาก
โฆษณาผ่านเว็บไซต์	4.01 มาก	3.83 มาก	4.01 มาก	4.25 มาก	4.48 มาก	4.10 มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร	3.23 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.46</b> ปานกลาง	<b>3.43</b> ปานกลาง	<b>3.60</b> มาก	<b>3.47</b> ปานกลาง	<b>3.65</b> มาก	<b>3.52</b> มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.46 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.43 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.60 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.47 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.65

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.32) และมีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาได้แก่ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ และมีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และมีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาได้แก่ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และมีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.08)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามอายุ คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สดักเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ โดยสารและมีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.34) และ มีการส่งโบรชัวร์ส์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การบริจาคเพื่อการกุศล	2.49 น้อย	2.63 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	2.40 น้อย	2.44 น้อย	2.54 ปานกลาง
การเป็นสปอนเซอร์	2.74 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง
รายงานประจำปี	2.19 น้อย	2.36 น้อย	2.45 น้อย	2.38 น้อย	2.44 น้อย	2.36 น้อย
การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบริษัท	2.53 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.59 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง
มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน	2.44 น้อย	2.45 น้อย	2.57 ปานกลาง	2.35 น้อย	2.25 น้อย	2.42 น้อย
รวม	2.48 น้อย	2.54 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.53 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.53 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.48 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.54 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.61 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.52 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.50

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.74) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.53) การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.49) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.44) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.19)

อายุ 26–30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ และการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.64) รองลงมาได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.63) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.45) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.36)

อายุ 31–35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.70) รองลงมาได้แก่ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.66) การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.65) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.57) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.45)

อายุ 36–40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.78) รองลงมาได้แก่ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.68) การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.40) รายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.38) และมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.35)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.77) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.59) การบริจาคเพื่อการกุศลและรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.44) และมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.89 มาก	3.83 มาก	3.66 มาก	3.73 มาก	4.02 มาก	3.82 มาก
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	3.83 มาก	3.91 มาก	3.66 มาก	3.75 มาก	3.93 มาก	3.82 มาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	3.79 มาก	4.04 มาก	3.55 มาก	3.75 มาก	3.92 มาก	3.81 มาก
การให้รูปปลอกส่วนตัว	3.61 มาก	3.99 มาก	3.48 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก	3.72 มาก
การแจกหรือแถมของรางวัล	3.69 มาก	3.87 มาก	3.42 มาก	3.86 มาก	3.74 มาก	3.71 มาก
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกรับของรางวัล	3.69 มาก	3.71 มาก	3.48 มาก	3.89 มาก	3.72 มาก	3.69 มาก
การแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค	3.61 มาก	3.41 มาก	3.11 ปานกลาง	3.56 มาก	3.54 มาก	3.46 ปานกลาง
รวม	3.73 มาก	3.82 มาก	3.49 ปานกลาง	3.76 มาก	3.81 มาก	3.72 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.73 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.82 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.49 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.76 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.81

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมตลาด โดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.83) การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.79) การแจกหรือแถมของรางวัลและมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการให้คูปองส่วนลดและการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.61)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาได้แก่ การให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.99) การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.91) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.87) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.41)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.55) การให้คูปองส่วนลดและมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.48) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.11)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาได้แก่ การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.86) การให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.78) การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.75) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.56)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.93) การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.92) คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.79) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การใช้พนักงานขาย	2.62 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	2.49 น้อย	2.43 น้อย	2.61 ปานกลาง
การโฆษณา	3.46 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.60 มาก	3.47 ปานกลาง	3.65 มาก	3.52 มาก
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	2.48 น้อย	2.54 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.53 ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	3.73 มาก	3.82 มาก	3.49 ปานกลาง	3.76 มาก	3.81 มาก	3.72 มาก
รวม	3.17 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมาได้แก่ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.46) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.62) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.48)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.43) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.65) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.54)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญการโฆษณา มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาได้แก่ การส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.82) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.61)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.47) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.52) และการใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.49)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.65) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.50) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.43)



ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม	3.79 มาก	3.83 มาก	3.57 มาก	3.57 มาก	3.85 มาก	3.72 มาก
มีพนักงานในการสอบถามข้อมูล เพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์	4.00 มาก	3.90 มาก	3.74 มาก	3.70 มาก	3.95 มาก	3.86 มาก
พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญใน การให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการ ผิดพลาดบ่อยครั้ง	3.86 มาก	3.86 มาก	3.68 มาก	3.84 มาก	3.92 มาก	3.83 มาก
พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความ ถูกต้องตรงตามผู้รับ	3.84 มาก	3.79 มาก	3.69 มาก	3.59 มาก	3.70 มาก	3.73 มาก
พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูล และตอบข้อซักถามได้ตรงตามความ ต้องการ	3.87 มาก	3.97 มาก	3.55 มาก	3.62 มาก	3.87 มาก	3.78 มาก
พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว	3.99 มาก	4.01 มาก	3.78 มาก	3.78 มาก	3.92 มาก	3.90 มาก
พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจใน รายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มี รายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย	3.94 มาก	3.87 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก	3.82 มาก	3.84 มาก
รวม	3.90 มาก	3.89 มาก	3.68 มาก	3.70 มาก	3.86 มาก	3.81 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคคล จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.90 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.89 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.68 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.70 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.86

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.99) พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.79)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาได้แก่ พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.86) และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็วและพนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาได้แก่ พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.69) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.68) พนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.59) และพนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาได้แก่พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.78) พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และ พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.57)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาได้แก่พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้งและพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.92) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ	3.55 มาก	3.32 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	3.64 มาก	3.46 ปานกลาง	3.58 มาก	3.48 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	3.71 มาก	3.35 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ	3.57 มาก	3.27 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.58 มาก	3.33 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
การขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเครดิต	3.30 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล	3.52 มาก	2.96 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง
สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.78 มาก	3.37 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.57 มาก	3.25 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง
แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย	3.58 มาก	3.21 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง
มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	3.48 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.57 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย	3.30 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.57 มาก	3.39 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง
รวม	3.55 มาก	3.23 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 โดยอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.55 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.23 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.41 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.48 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.25

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาได้แก่ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.64) แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริมและมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.30)

อายุ 26–30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมาได้แก่ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.37) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.35) เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล (ค่าเฉลี่ย 2.96)

อายุ 31–35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาได้แก่ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.47) เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัยและมีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.45) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40) และแบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่ายและการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.23)

อายุ 36–40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาได้แก่ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย และมีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความรวดเร็วในการอนุมัติและการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.40) และเงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ และมีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.32)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาได้แก่ มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.34) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.33) เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน หลักฐานทางกายภาพ	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะอาดเป็นระเบียบ ของสถาบันการเงินผู้ออก บัตร	3.71 มาก	3.29 ปาน กลาง	3.36 ปาน กลาง	3.14 ปาน กลาง	3.02 ปาน กลาง	3.33 ปาน กลาง
ภาพลักษณ์ของสถาบัน การเงินผู้ออกบัตร	3.68 มาก	3.36 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.25 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง	3.39 ปาน กลาง
ชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือ ของสถาบัน การเงินผู้ออกบัตร	3.65 มาก	3.50 ปาน กลาง	3.52 มาก	3.38 ปาน กลาง	3.26 ปาน กลาง	3.47 ปาน กลาง
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือ ใช้เทคโนโลยีสูง	3.70 มาก	3.50 ปาน กลาง	3.34 ปาน กลาง	3.33 ปาน กลาง	3.07 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง
สัญลักษณ์และโลโก้ สวยงามสะดุดตา	3.57 มาก	3.51 มาก	3.43 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.23 ปาน กลาง	3.44 ปาน กลาง
รูปลักษณ์และสีสันทันของ อาคารมีความน่าสนใจ	3.21 ปาน กลาง	3.09 ปาน กลาง	2.99 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง	3.02 ปาน กลาง	3.10 ปาน กลาง
<b>รวม</b>	<b>3.59 มาก</b>	<b>3.38 ปาน กลาง</b>	<b>3.34 ปาน กลาง</b>	<b>3.29 ปาน กลาง</b>	<b>3.13 ปาน กลาง</b>	<b>3.36 ปาน กลาง</b>

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.59 อายุ 26-30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.38 อายุ 31-35 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.34 อายุ 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.29 อายุมากกว่า 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.13

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาได้แก่ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.70) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.68) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.65) สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.57) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.29) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาได้แก่ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.43) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.40) ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.36) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.34) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 2.99)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.25) รูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.21) และความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.14)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาได้แก่ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.23) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ และความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ					
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.73 ปาน กลาง	2.89 ปาน กลาง	3.03 ปาน กลาง	2.77 ปาน กลาง	2.85 ปาน กลาง	2.86 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านราคา	4.23 มาก	3.94 มาก	4.03 มาก	4.02 มาก	4.16 มาก	4.07 มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.79 มาก	3.88 มาก	3.93 มาก	4.06 มาก	3.93 มาก	3.91 มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.17 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง	3.16 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านบุคคล	3.90 มาก	3.89 มาก	3.68 มาก	3.70 มาก	3.86 มาก	3.81 มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	3.55 มาก	3.23 ปาน กลาง	3.41 ปาน กลาง	3.48 ปาน กลาง	3.25 ปาน กลาง	3.38 ปาน กลาง
ปัจจัยด้านหลักฐานทาง กายภาพ	3.59 มาก	3.38 ปาน กลาง	3.34 ปาน กลาง	3.29 ปาน กลาง	3.13 ปาน กลาง	3.36 ปาน กลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด



จากตารางที่ 49 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.81 มีปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.21 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86

อายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.22) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.89)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.21) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.03)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.16) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.77)

อายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.22) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.85)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดังตารางที่ 50-61

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
มีรูปติดบนบัตร	2.70 ปานกลาง	2.60 ปานกลาง	2.42 น้อย	2.75 ปานกลาง	2.00 น้อย	2.63 ปานกลาง
ความสวยงามของสีเงินและลวดลายของตัวบัตร	2.92 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	2.27 น้อย	2.93 ปานกลาง
จำนวนร้านค้าหรือสถาน บริการที่รับบัตร	3.18 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.88 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	3.19 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.75 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	3.12 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต	3.23 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	4.25 มาก	3.55 มาก	3.33 ปานกลาง
รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	3.03 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.75 มาก	3.18 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต	3.28 ปานกลาง	3.79 มาก	3.58 มาก	3.75 มาก	3.82 มาก	3.43 ปานกลาง
มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ	3.22 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง
สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต	3.28 ปานกลาง	3.83 มาก	3.23 ปานกลาง	3.63 มาก	4.00 มาก	3.39 ปานกลาง

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
สามารถนำบัตรไปใช้ได้ทั่วโลก	3.05 ปานกลาง	3.53 มาก	2.86 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด)	3.36 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.91 มาก	5.00 มาก	3.33 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง
ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า)	3.58 มาก	3.49 ปานกลาง	3.88 มาก	2.00 ปานกลาง	4.50 มาก	3.60 มาก
สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ)	3.58 มาก	3.62 มาก	4.00 มาก	3.57 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก
รวม	2.80 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.86 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.80 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.01 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.93 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.15 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.90

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) และ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาได้แก่ ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.36) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.23) มีความหลากหลายของการใช้งาน เช่น เป็นทั้งบัตรกดเงินสดและเป็นทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าบริการตามร้านค้าต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.22) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.70)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.79) สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.62) สามารถนำบัตรไปใช้ได้ทั่วโลก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.49) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.60)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 3.91) ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.48) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.42)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) (ค่าเฉลี่ย 5.00) รองลงมาได้แก่ มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.25) จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.88) สามารถเบิกถอนเงินสดได้ รูปร่างและขนาดเหมาะสมกับการใช้งานและมีความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.75) สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.63) และร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาได้แก่ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.82) สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีรูปติดบนบัตร (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา  
จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ค่าธรรมเนียมสมาชิก รายปี	4.20 มาก	4.31 มาก	3.98 มาก	4.50 มาก	4.73 มากที่สุด	4.21 มาก
อัตราดอกเบี้ย	4.12 มาก	4.28 มาก	3.95 มาก	4.38 มาก	4.55 มากที่สุด	4.14 มาก
ค่าปรับกรณีชำระเงิน คืนล่าช้า	4.07 มาก	4.12 มาก	3.77 มาก	4.00 มาก	4.45 มาก	4.05 มาก
ระยะเวลาในการผ่อน ชำระ	4.03 มาก	4.10 มาก	3.89 มาก	4.25 มาก	4.82 มากที่สุด	4.05 มาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.87 มาก	4.10 มาก	3.84 มาก	4.50 มาก	4.27 มาก	3.93 มาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้อง ชำระ	4.05 มาก	3.86 มาก	3.77 มาก	4.75 มากที่สุด	4.27 มาก	4.01 มาก
ค่าธรรมเนียมในการ เบิกถอนเงินสด	4.20 มาก	4.09 มาก	3.60 มาก	4.75 มากที่สุด	4.18 มาก	4.12 มาก
ค่าธรรมเนียมในการ ชำระเงิน	4.08 มาก	4.01 มาก	3.81 มาก	4.50 มาก	4.00 มาก	4.04 มาก
รวม	4.08 มาก	4.11 มาก	3.83 มาก	4.45 มาก	4.41 มาก	4.07 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.07 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.08 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.01 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.81 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.45 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.41

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดและค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.28) ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระยะเวลาในการผ่อนชำระและค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (เฉลี่ย 4.09) และยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ค่าธรรมเนียมในการชำระ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (เฉลี่ย 3.60)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ และค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด (เฉลี่ย 4.75) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมในการชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.50) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.25) และค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมาได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.73) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 4.55) ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และค่าธรรมเนียมในการชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีสถานที่รับสมัครอยู่ที่ใกล้บ้าน	3.97 มาก	3.91 มาก	4.09 มาก	4.50 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ที่ใกล้ที่ ทำงาน	3.70 มาก	3.97 มาก	3.79 มาก	3.50 ปานกลาง	4.00 มาก	3.76 มาก
มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้าง สรรพสินค้า	3.68 มาก	4.07 มาก	3.91 มาก	3.63 มาก	4.18 มาก	3.78 มาก
มีการรับสมัครทางไปรษณีย์	4.07 มาก	4.09 มาก	4.35 มาก	4.63 มากที่สุด	4.27 มาก	4.12 มาก
มีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต	3.73 มาก	4.09 มาก	3.79 มาก	3.38 ปานกลาง	4.00 มาก	3.80 มาก
สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก	3.92 มาก	4.19 มาก	3.91 มาก	3.38 ปานกลาง	4.27 มาก	3.97 มาก
มีพนักงานขายมาเสนอขายที่ บ้านหรือที่ทำงาน	3.75 มาก	3.71 มาก	3.81 มาก	3.88 มาก	4.18 มาก	3.77 มาก
มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมี หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้ เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ	4.05 มาก	4.21 มาก	4.16 มาก	3.63 มาก	4.09 มาก	4.08 มาก
รวม	3.86 มาก	4.03 มาก	3.98 มาก	3.81 มาก	4.17 มาก	3.91 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.86 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.03 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.98 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.81 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.17

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาได้แก่ สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีการรับสมัครทางไปรษณีย์และมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่รับสมัครมีจำนวนมากหรือมีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาได้แก่ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า และมีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และสถานที่รับสมัครมีจำนวนมากหรือมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.38)



ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย คือ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาได้แก่ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ และสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน และมีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้พนักงานขาย	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การเสนอขายของพนักงานทาง โทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมี ความกระชับได้ใจความ	1.94 น้อย	2.14 น้อย	2.28 น้อย	1.38 น้อยที่สุด	1.91 น้อย	2.00 น้อย
พนักงานขายมีความรู้ ความ ชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดย ตรงและการขายทางโทรศัพท์	3.29 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และ เสนอขายโดยตรง มีความตั้งใจ และเต็มใจในการให้บริการทันที ด้วยความรวดเร็ว	2.40 น้อย	2.57 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.00 น้อย	2.55 ปานกลาง	2.46 น้อย
ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่ เสนอขายมีความสวยงามและ เหมาะสม	3.23 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.50 น้อย	2.64 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่ เสนอขาย	2.04 น้อย	2.43 น้อย	2.74 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	2.25 น้อย
รวม	2.58 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.48 น้อย	2.69 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.61 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.58 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.62 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.78 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.48 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.69



ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมาได้แก่พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.00) ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 2.91) พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรง มีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.55) และการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ (ค่าเฉลี่ย 1.91)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วน ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ	3.31 ปานกลาง	3.43 มาก	3.77 มาก	3.50 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
มีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์	3.15 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.75 มาก	3.09 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณา กลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา	3.31 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ	3.28 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	3.45 มาก	3.30 ปานกลาง
มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่ หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์	3.39 ปานกลาง	3.67 มาก	3.65 มาก	3.38 ปานกลาง	3.64 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการโฆษณาผ่านสื่อทาง โทรทัศน์	4.08 มาก	4.07 มาก	4.00 มาก	4.88 มากที่สุด	4.18 มาก	4.09 มาก
โฆษณาผ่านเว็บไซต์	4.21 มาก	3.79 มาก	3.70 มาก	4.75 มากที่สุด	4.18 มาก	4.10 มาก
มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร	3.31 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
รวม	3.51 มาก	3.53 มาก	3.53 มาก	3.68 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการขายโดยการโฆษณา จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.51 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.68 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.54

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา จำแนกตามรายได้ คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะหรือมีการโฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา และมีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และมีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาได้แก่ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) โฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ มีการแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.77) โฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) โฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.42) และมีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 4.88) รองลงมาได้แก่ มีโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.75) มีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) การแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์และโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาได้แก่ มีโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย เช่น นิตยสาร สติกเกอร์ หนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการโฆษณาผ่านสื่อทางวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.45) การแจกแผ่นพับตามที่สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.36) โฆษณาผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.27) และ มีการส่งโบรชัวร์ทางไปรษณีย์ หรือ มีการโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถเมล์ปรับอากาศ รถโดยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าว การประชาสัมพันธ์	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การบริจาคเพื่อการกุศล	2.44 น้อย	2.83 ปาน กลาง	2.58 ปาน กลาง	2.38 น้อย	3.09 ปาน กลาง	2.54 ปาน กลาง
การเป็นสปอนเซอร์	2.64 ปาน กลาง	3.09 ปาน กลาง	2.44 น้อย	2.63 ปาน กลาง	2.91 ปาน กลาง	2.70 ปาน กลาง
รายงานประจำปี	2.40 น้อย	2.26 น้อย	2.19 น้อย	2.38 น้อย	2.82 ปาน กลาง	2.36 น้อย
การจัดกิจกรรมให้ความรู้ เรื่องของบัตรเครดิต	2.51 ปาน กลาง	2.98 ปาน กลาง	2.65 ปาน กลาง	2.88 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	2.63 ปาน กลาง
มีการแถลงข่าวต่อ สื่อมวลชน	2.36 น้อย	2.50 น้อย	2.49 น้อย	2.25 น้อย	3.09 ปาน กลาง	2.42 น้อย
รวม	2.47 น้อย	2.73 ปาน กลาง	2.47 น้อย	2.50 น้อย	3.04 ปาน กลาง	2.53 ปาน กลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.53 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.47 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.73 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.47 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.50 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.04

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.64) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.51) การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.44) รายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.40) และมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.36)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คือ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.98) การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.83) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.50) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.26)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.65) รองลงมาได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศล (ค่าเฉลี่ย 2.58) มีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.49) การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.44) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.19)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 2.88) รองลงมาได้แก่ การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.63) การบริจาคเพื่อการกุศลและรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.38) และมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาได้แก่ การบริจาคเพื่อการกุศลและมีการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 3.09) การเป็นสปอนเซอร์ (ค่าเฉลี่ย 2.91) และรายงานประจำปี (ค่าเฉลี่ย 2.82)



ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดโดยการ ส่งเสริมการขาย	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
การยกเว้นค่า ธรรมเนียมแรกเข้า	3.75 มาก	4.09 มาก	3.81 มาก	3.87 มาก	4.00 มาก	3.82 มาก
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิก รายปี	3.75 มาก	4.02 มาก	3.81 มาก	3.75 มาก	4.09 มาก	3.81 มาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี	3.76 มาก	3.97 มาก	3.74 มาก	3.75 มาก	4.27 มาก	3.81 มาก
การให้คู่มือส่วนลด	3.69 มาก	3.78 มาก	3.63 มาก	4.00 มาก	4.36 มาก	3.72 มาก
การแจกหรือแถมของ รางวัล	3.69 มาก	3.78 มาก	3.58 มาก	4.00 มาก	3.91 มาก	3.71 มาก
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อ แลกรับของรางวัล	3.69 มาก	3.69 มาก	3.58 มาก	4.13 มาก	3.82 มาก	3.69 มาก
การแข่งขันเกมส์หรือ ชิงโชค	3.41 ปานกลาง	3.57 มาก	3.51 มาก	3.75 มาก	3.55 มาก	3.46 ปานกลาง
รวม	3.68 มาก	3.84 มาก	3.68 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	3.72 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50= น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.68 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.84 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.68 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.89 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.00

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.75) การให้คูปองส่วนลด การแจกหรือแถมของรางวัล และมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาได้แก่ การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.02) การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้คูปองส่วนลดและการแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.63) การแจกหรือแถมของรางวัล และมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.58) และการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาได้แก่ การให้คูปองส่วนลดและการแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 4.00) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย คือ การให้คูปองส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.27) การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.09) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) การแจกหรือแถมของรางวัล (ค่าเฉลี่ย 3.91) และการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล
การใช้พนักงานขาย	2.58 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.48 น้อย	2.69 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
การโฆษณา	3.51 มาก	3.53 มาก	3.53 มาก	3.68 มาก	3.54 มาก	3.52 มาก
การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	2.47 น้อย	2.73 ปานกลาง	2.47 น้อย	2.50 น้อย	3.04 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย	3.68 มาก	3.84 มาก	3.67 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	3.72 มาก
<b>รวม</b>	<b>3.17</b> ปานกลาง	<b>3.27</b> ปานกลาง	<b>3.20</b> ปานกลาง	<b>3.26</b> ปานกลาง	<b>3.40</b> ปานกลาง	<b>3.20</b> ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาได้แก่ การโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับปานกลาง คือ การใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 รองลงมาได้แก่ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.51) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.58) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.47)

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.53) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.73) และการใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.62)

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.53) การใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.78) และการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.47)

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.68) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 2.50) และการใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.48)

รายได้ มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญการส่งเสริมการขาย มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.54) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.04) และการใช้พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.69)

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ  
ค่านบุคคล จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม	3.67 มาก	3.87 มาก	3.67 มาก	4.38 มาก	3.36 มาก	3.72 มาก
มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอ ในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับ โทรศัพท์	3.82 มาก	4.05 มาก	3.77 มาก	4.38 มาก	3.64 มาก	3.85 มาก
พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญใน การให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาด บ่อยครั้ง	3.72 มาก	4.03 มาก	3.93 มาก	4.50 มาก	4.00 มาก	3.83 มาก
พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความ ถูกต้องตรงตามผู้รับ	3.64 มาก	3.84 มาก	3.88 มาก	4.63 มากที่สุด	3.82 มาก	3.73 มาก
พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูล และตอบข้อซักถามได้ตรงตามความ ต้องการ	3.71 มาก	3.93 มาก	3.77 มาก	4.50 มาก	3.91 มาก	3.78 มาก
พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว	3.87 มาก	4.12 มาก	3.81 มาก	3.38 มาก	3.82 มาก	3.89 มาก
พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจใน รายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มี รายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย	3.75 มาก	4.07 มาก	3.91 มาก	4.50 มาก	3.82 มาก	3.84 มาก
รวม	3.74 มาก	3.99 มาก	3.82 มาก	4.48 มาก	3.77 มาก	3.81 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50= ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50= น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.74 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.99 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.82 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.48 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.77

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาได้แก่ มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.72) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาได้แก่ พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.03) พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาได้แก่ พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.88) พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ และพนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และพนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาได้แก่ พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ และพนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ และ และพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านบุคคล คือ พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาได้แก่ พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย และพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพอ่อนน้อม (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 59 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ  
จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
เงื่อนไขการอนุมัติ เช่นเงินเดือน ขั้นต่ำ	3.34 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	3.60 มาก	3.13 ปานกลาง	3.82 มาก	3.40 ปานกลาง
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	3.37 ปานกลาง	3.59 มาก	3.81 มาก	3.63 มาก	3.91 มาก	3.48 ปานกลาง
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการ สมัคร	3.42 ปานกลาง	3.57 มาก	3.49 ปานกลาง	3.63 มาก	3.73 มาก	3.47 ปานกลาง
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับ อัตโนมัติ	3.35 ปานกลาง	3.60 มาก	3.44 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	4.00 มาก	3.42 ปานกลาง
การขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม	3.07 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	4.00 มาก	3.30 ปานกลาง
มีความสะดวก รวดเร็วในการขอ ข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทาง โทรสาร อีเมล	3.24 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	4.00 มาก	3.31 ปานกลาง
สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3.44 ปานกลาง	3.69 มาก	3.49 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.73 มาก	3.49 ปานกลาง
แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย	3.16 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.73 มาก	3.28 ปานกลาง
มีการติดตามสอบถามความพึงพอ ใจของลูกค้า	3.39 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.88 มาก	3.64 มาก	3.42 ปานกลาง
มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ ปลอดภัย	3.32 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.63 มาก	4.00 มาก	3.37 ปานกลาง
รวม	3.31 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.86 มาก	3.38 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด



จากตารางที่ 59 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ  
 จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย  
 รวม 3.38 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.31 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มี  
 ค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.49 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มี  
 ค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.86

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ  
 สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.44) รองลงมาได้แก่ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการ  
 สมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) ความรวดเร็ว  
 ในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับ  
 อัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และแบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ  
 สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อ  
 สอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความรวดเร็วในการอนุมัติ  
 (ค่าเฉลี่ย 3.59) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.57) แบบฟอร์มการสมัคร  
 เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทาง  
 โทรสาร อีเมลล์และมีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ  
 ความรวดเร็วในการอนุมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาได้แก่ เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ  
 (ค่าเฉลี่ย 3.60) จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัครและสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง  
 (ค่าเฉลี่ย 3.49) แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.47) ความสะดวกรวดเร็วในการขอ  
 ข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมลล์หรือมีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า  
 (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ  
 มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วใน  
 การอนุมัติ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร และมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย  
 (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความสะดวกรวดเร็วในการขอข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมลล์  
 แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.50) สามารถติดต่อ  
 ได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่อง  
 ตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.25) และเงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร และมีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีความสะดวกรวดเร็วในการขอข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม (ค่าเฉลี่ย 3.50) สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.25) เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ และ และ (ค่าเฉลี่ย 3.13)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านพื้นฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านพื้นฐานทางกายภาพ	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ความสะดวกเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.35 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.39 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.75 มาก	3.09 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.47 ปานกลาง	3.60 มาก	3.30 ปานกลาง	3.88 มาก	3.18 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง
มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง	3.46 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.63 มาก	3.00 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง
สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา	3.43 ปานกลาง	3.55 มาก	3.47 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง
รูปลักษณ์และสีสันทนของอาคารมีความน่าสนใจ	3.12 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
รวม	3.37 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านพื้นฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.37 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.42 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.24 ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.46 ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.09

ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาได้แก่ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.46) สัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.43) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.39) ความสะอาด เป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.35) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมาได้แก่ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.55) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.36) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.30) ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.30) ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.14) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.38) สัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.13) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และสัญลักษณ์และโลโก้สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.09) อุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง (ค่าเฉลี่ย 3.00) และรูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	รายได้					
	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท	รวม
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	2.80 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง
ปัจจัยด้านราคา	4.08 มาก	4.11 มาก	3.83 มาก	4.45 มาก	4.41 มาก	4.07 มาก
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	3.86 มาก	3.03 ปานกลาง	3.98 มาก	3.81 มาก	4.17 มาก	3.91 มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.17 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคคล	3.74 มาก	3.99 มาก	3.82 มาก	4.48 มาก	3.77 มาก	3.81 มาก
ปัจจัยด้าน กระบวนการ	3.31 มาก	3.50 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.86 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง
ปัจจัยด้านหลักฐาน ทางกายภาพ	3.37 มาก	3.42 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

All rights reserved

จากตารางที่ 61 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.81 มีปัจจัยที่ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.20 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86

รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80)

รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.27) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.03) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.20) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.45) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.26) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 2.90)

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 356 คน ได้ผลดังตารางที่ 62-63

ตารางที่ 62 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์

ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
บัตรชำรุดเสียหาย	18	5.10
เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการชำรุด	39	11.00
ร้านค้าหรือสถานบริการปฏิเสธการใช้บัตร	29	8.10
ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	41	11.50
ไม่เข้าใจในใบแจ้งรายการเรียกเก็บเงินที่สถาบันการเงินส่งมาให้	21	5.90
เกิดความผิดพลาดในใบแจ้งเรียกเก็บเงิน	27	7.60
ร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรมีจำนวนน้อย	48	13.50
ไม่ได้รับส่วนลดหรือข้อเสนอพิเศษตามที่ตกลงไว้	38	10.70
ร้านค้าหรือสถานบริการคิดค่าสินค้าหรือบริการเพิ่มจากราคาปกติ	31	8.70
เกิดการทุจริตแอบอ้างใช้บัตรจากบุคคลอื่น	25	7.00
ขาดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ	95	26.70
พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของบัตรเครดิต	59	16.60
ไม่มีปัญหา	92	25.80
อื่นๆ	7	2.00

หมายเหตุ: 1. เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. อื่นๆ ได้แก่ 2.1 การชำระเงินมีความล่าช้าต้องรอเวลานาน จำนวน 1 คน

2.2 พนักงานโทรมาสอบถามข้อมูลบ่อย จำนวน 1 คน

2.3 ค่าธรรมเนียมสูง จำนวน 3 ราย จำนวน 1 คน

2.4 ช่องทางการชำระเงินมีน้อย จำนวน 1 คน

2.5 ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินแต่ละครั้งมีราคาแพง จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องขาดการประชาสัมพันธ์ในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมาอันดับ 2 พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 26.60 รองลงมาอันดับ 3 ร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรมีจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.50 และพบว่าไม่มีปัญหาจากการใช้บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 25.80

ตารางที่ 63 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะต่างๆ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินเพื่อจะได้ไม่ต้องเสียเวลานาน	1
ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินควรมีมาตรฐานเดียวกันทุกที่	1
ควรมีสหิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรให้มากขึ้น เช่น ใช้เป็นส่วนลดในร้านค้าต่างๆ การสะสมแต้มจากการใช้บัตรเพื่อแลกกับของรางวัล	1
รวม	3

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบ สอบถาม 356 คน มีผู้ตอบ จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเรื่อง ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินเพื่อจะได้ไม่ต้องเสียเวลานาน ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินควรมีมาตรฐานเดียวกันทุกแห่ง และควรมีสหิทธิประโยชน์ในการใช้บัตรให้มากขึ้น เช่น ใช้เป็นส่วนลดในร้านค้าต่างๆ การสะสมแต้มจากการใช้บัตรเพื่อแลกกับของรางวัล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved