

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 356 คน

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.60 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.40 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมา คือ สถานะโสด คิดร้อยละ 40.70 มีอายุ 26-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.90 รองลงมาคือ มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. คิดเป็นร้อยละ 28.70 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.30 รองลงมาคือ มีรายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.30

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามถือบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คือ บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมาคือ บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 14.60 ผู้ตอบแบบสอบถามถือบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ คือ บัตรอโชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.10 รองลงมาคือ บัตรเฟิร์สซ้อย คิดเป็นร้อยละ 23.30 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อผ่อนชำระสินค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.40 รองลงมาคือ ใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการที่ห้างสรรพสินค้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.60 รองลงมาคือ ที่ซูเปอร์สโตร์ คิดเป็นร้อยละ 46.40 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อผ่อนชำระเครื่องใช้ไฟฟ้า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ อุปกรณ์สื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 29.80 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบัน

การเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์เพื่อเบิกถอนเงินสดเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.30 รองลงมาคือ เบิกถอนเงินสดเฉลี่ย 3-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.70 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ด้วยตัวเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือ เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 27.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบุคคล โดยให้ความสำคัญระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.86 โดยให้ความสำคัญระดับมาก ใน 2 เรื่อง คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บริการเครดิตผ่อนชำระสินค้า) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บริการเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บริการเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 ทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาอันดับ 2 คือ อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาอันดับ 3 คือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และให้ความสำคัญเรื่องค่าธรรมเนียมแรกเข้าเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องการรับสมัครทางไปรษณีย์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาอันดับ 2 คือ เรื่องจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาอันดับ 3 เรื่องมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.00 และให้ความสำคัญเรื่องมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 3.76

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.61 โดยให้ความสำคัญระดับปานกลาง ใน 2 เรื่อง คือ พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 โดยให้ความสำคัญระดับมาก ใน 2 เรื่อง คือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ มีการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญระดับปานกลางทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 2.54 ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ย 2.42 และปัจจัยย่อยเรื่องรายงานประจำปี มีค่าเฉลี่ย 2.36 ให้ความสำคัญระดับน้อย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญระดับมากทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ย 3.72 ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค มีค่าเฉลี่ย 3.46 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคคล ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาอันดับ 2 คือ พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาอันดับ 3 คือ พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.84 และพนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพอ่อนน้อม ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 3.72

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาอันดับ 2 คือ เรื่องความรวดเร็วในการอนุมัติ มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาอันดับ 3 คือ เรื่องจำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร มีค่าเฉลี่ย 3.47 และเรื่องการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 3.21

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 ทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาอันดับ 2 คือ เรื่องสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาอันดับ 3 เรื่องอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และรูปลักษณ์และสีสันทนของอาคารมีความน่าสนใจ ให้ความสำคัญอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย 3.10

สรุประดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 64 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกและลำดับรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับแรก	ปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับรอง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า)	สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ)
ปัจจัยด้านราคา	ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	อัตราดอกเบี้ย
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	การรับสมัครทางไปรษณีย์	เรื่องจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์	ชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา	โฆษณาผ่านเว็บไซต์	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	การเป็นสปอนเซอร์	การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย	การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี
ปัจจัยด้านบุคคล	เรื่องพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว	พนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	เรื่องความเร็วในการอนุมัติ
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา

ตารางที่ 65 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้ บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าหรือบริการ) (3.68)	สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้ บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือ ค่าบริการ) (3.66)
ปัจจัยด้านราคา	ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (4.26)	ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (4.19)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	มีการรับสมัครทาง ไปรษณีย์ (4.19)	มีการรับสมัครทาง ไปรษณีย์ (4.09)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดย การใช้พนักงานขาย	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้ง ด้านการเสนอขายโดยตรงและการขาย ทางโทรศัพท์ (3.17)	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้ง ด้านการเสนอขายโดยตรงและการขาย ทางโทรศัพท์ (3.32)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดย การโฆษณา	การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (4.08)	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (4.11)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	การเป็นสปอนเซอร์ (2.74)	การเป็นสปอนเซอร์ (2.77)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดย การส่งเสริมการขาย	การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (3.71)	ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (3.90)
ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (4.03)	พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญ ในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการ ผิดพลาดบ่อยครั้ง (3.83)
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.47)	สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.51)
ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (3.44)	สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา (3.44)

ตารางที่ 66 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ				
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานที่ใช้หรือ ร้านค้าให้บริการ ใช้บัตรเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้าหรือ ค่าบริการ) (3.88)	ร้านค้าที่เข้าร่วม รายการสำหรับ ผ่อนชำระสินค้า มีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตผ่อน ชำระสินค้า)	ผู้กดเงินสดมี เป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรกดเงินสด)	สถานที่ใช้ หรือ ร้านค้าให้บริการ ใช้บัตรเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้า หรือ ค่าบริการ) (3.57)	สถานที่ใช้ หรือ ร้านค้าให้บริการ ใช้บัตรเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้าหรือ ค่าบริการ) (4.00)
ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาในการ ผ่อนชำระ	อัตราดอกเบี้ย	อัตราดอกเบี้ย	ค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี และค่าธรรมเนียม ในการเบิก ถอนเงินสด (4.16)	ค่าธรรมเนียมใน การเบิกถอนเงิน สด (4.43)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	มีการรับสมัคร ทางไปรษณีย์	มีการรับสมัคร ทางไปรษณีย์ และมีจำนวน ช่องทางที่รับ เครดิตมีหลาย ช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้ เอทีเอ็ม ชำระ ผ่านเคาน์เตอร์ เซอร์วิสต่างๆ (4.10)	มีการรับสมัคร ทางไปรษณีย์ (4.13)	มีการรับสมัคร ทางไปรษณีย์ (4.48)	สถานที่รับสมัคร มีจำนวนมาก (4.15)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการ ตลาดโดยการใช้พนักงานขาย	ความน่าเชื่อถือ ของพนักงานที่ เสนอขาย (3.34)	พนักงานขายมี ความรู้ ความ ชำนาญทั้งด้าน การเสนอขาย โดยตรงและการ ขายทาง โทรศัพท์ (3.17)	พนักงานขายมี ความรู้ ความ ชำนาญทั้งด้าน การเสนอขาย โดยตรงและการ ขายทาง โทรศัพท์ (3.42)	พนักงานขายมี ความรู้ ความ ชำนาญทั้งด้าน การเสนอขาย โดยตรงและการ ขายทาง โทรศัพท์ (3.21)	พนักงานขายมี ความรู้ ความ ชำนาญทั้งด้าน การเสนอขาย โดยตรงและการ ขายทาง โทรศัพท์ (3.28)

ตารางที่ 66 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ				
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณา	การโฆษณาผ่าน เว็บไซต์ (4.01)	การโฆษณาผ่าน สื่อทางโทรทัศน์ (4.08)	การโฆษณาผ่าน สื่อทางโทรทัศน์ (4.06)	การโฆษณาผ่าน เว็บไซต์ (4.25)	การโฆษณาผ่าน เว็บไซต์ (4.48)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข่าวและ ประชาสัมพันธ์	การเป็น สปอนเซอร์ (2.74)	การเป็น สปอนเซอร์ และ การจัดกิจกรรมให้ ความรู้เรื่องของ บัตรเครดิต (2.64)	การบริจาคเพื่อการ กุศล (2.70)	การจัดกิจกรรมให้ ความรู้เรื่องของ บัตรเครดิต (2.78)	การเป็น สปอนเซอร์ (2.77)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย	การยกเว้นค่า ธรรมเนียมแรกเข้า (3.89)	การยกเว้นค่า ธรรมเนียมสมาชิก รายปี (4.04)	การยกเว้นค่า ธรรมเนียมแรกเข้า และการลด ค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี (3.66)	มีบริการสะสม คะแนนเพื่อแลก รับของรางวัล (3.89)	การยกเว้นค่า ธรรมเนียมแรกเข้า (4.02)
ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานในการ สอบถามข้อมูล เพียงพอในการ ติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับ โทรศัพท์ (4.00)	พนักงานรับชำระ เงินให้บริการ รวดเร็ว (4.01)	พนักงานรับชำระ เงินให้บริการ รวดเร็วและ พนักงานจัดทำ เอกสารมีความ เข้าใจในรายละเอียด ของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์เข้าใจง่าย (3.78)	พนักงานรับชำระ เงินมีความ ชำนาญในการ ให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการ ผิดพลาดบ่อย ครั้ง (3.84)	พนักงานในการ สอบถามข้อมูล เพียงพอในการ ติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับ โทรศัพท์ (3.95)

ตารางที่ 66 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	อายุ				
	ไม่เกิน 25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สามารถติดต่อได้ ตลอด 24 ชั่วโมง (3.78)	ความรวดเร็วใน การอนุมัติ (3.46)	ความรวดเร็วใน การอนุมัติ (3.58)	ความสะดวกใน การติดต่อสอบ ถาม เช่น บริการ จากเครื่องตอบรับ อัตโนมัติ (3.58)	การติดตามสอบ ถามความพึงพอ ใจของลูกค้า (3.48)
ปัจจัยด้านหลักฐานทาง กายภาพ	ความสะดวกเป็น ระเบียบของ สถาบันการเงินผู้ ออกบัตร (3.71)	สัญลักษณ์และ โลโก้สวยงาม สะอาด (3.51)	ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือ ของสถาบัน การเงินผู้ออกบัตร (3.52)	สัญลักษณ์และ โลโก้สวยงาม สะอาด (3.40)	ชื่อเสียงและความ น่าเชื่อถือของ สถาบันการเงินผู้ ออกบัตร (3.26)

ตารางที่ 67 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม 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
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ร้านค้าที่เข้าร่วม รายการสำหรับ ผ่อนชำระสินค้า มีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตผ่อน ชำระสินค้า) และสถานที่ใช้ หรือร้านค้า ให้บริการใช้ บัตรเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตชำระ ค่าสินค้า หรือ ค่าบริการ) (3.58)	สิทธิประโยชน์ที่ ได้รับจากการใช้ บัตรเครดิต (3.83)	สถานที่ใช้หรือ ร้านค้าให้บริการ ใช้บัตรเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตค่า สินค้าหรือ ค่าบริการ) (4.00)	ผู้กดเงินสดมี เป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตเงินสด) (5.00)	ร้านค้าที่เข้าร่วม รายการสำหรับ ผ่อนชำระสินค้า มีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้ บัตรเครดิตผ่อน ชำระสินค้า) (4.50)
ปัจจัยด้านราคา	ค่าธรรมเนียมใน การเบิกถอน เงินสด และค่า ธรรมเนียม สมาชิกรายปี (4.20)	ค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี (4.31)	ค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี (3.98)	ยอดเงินขั้นต่ำที่ ต้องชำระและค่า ธรรมเนียมใน การเบิกถอน เงินสด (4.75)	ระยะเวลาในการ ผ่อนชำระ (4.82)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	การรับสมัครทาง ไปรษณีย์ (4.07)	จำนวนช่องทาง ที่รับเครดิตมี หลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้ เอทีเอ็ม ชำระ ทางอินเทอร์เน็ต ชำระผ่าน เคาน์เตอร์ เซอร์วิส ต่างๆ (4.21)	การรับสมัครทาง ไปรษณีย์ (4.35)	การรับสมัครทาง ไปรษณีย์ (4.63)	มีสถานที่รับ สมัครอยู่ใกล้ บ้าน (4.36)

ตารางที่ 67 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	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
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้พนักงานขาย	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขาย โดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (3.29)	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขาย โดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (3.16)	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขาย โดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (3.30)	พนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขาย โดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ (3.50)	ความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย (3.36)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณา	การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (4.21)	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (4.07)	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (4.00)	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ (4.88)	การโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และโฆษณาผ่านเว็บไซต์ (4.18)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	การเป็นสปอนเซอร์ (2.64)	การเป็นสปอนเซอร์ (3.09)	การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบริษัทเครดิต (2.65)	การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบริษัทเครดิต (2.88)	การจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบริษัทเครดิต (3.27)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย	การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (3.76)	การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า (4.09)	การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (3.81)	มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกเปลี่ยนของรางวัล (4.13)	การให้ดูปองส่วนลด (4.36)
ปัจจัยด้านบุคคล	พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (3.87)	พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว (4.12)	พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (3.93)	พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ (4.63)	พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง (4.00)

ตารางที่ 67 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

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
ปัจจัยด้านกระบวนการ	สามารถติดต่อ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.44)	สามารถติดต่อ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง (3.69)	ความรวดเร็วใน การอนุมัติ (3.81)	การติดตาม สอบถามความ พึงพอใจของ ลูกค้า (3.88)	มีการติดตาม สอบถามความ พึงพอใจของ ลูกค้า (3.88)
ปัจจัยด้านหลักฐานทาง กายภาพ	ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการ เงินผู้ออกบัตร (3.47)	ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการ เงินผู้ออกบัตร (3.60)	สัญลักษณ์และ โลโก้สวยงาม สะอาด (3.47)	ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการ เงินผู้ออกบัตร (3.88)	ชื่อเสียงและ ความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการ เงินผู้ออกบัตร และความสะอาด เป็นระเบียบของ สถาบันการเงินผู้ ออกบัตร (3.18)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) และสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 36-40 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) และสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บัตรเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า ระยะเวลาในการผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ และค่าธรรมเนียมแรกเข้า ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี และช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับ อัตราดอกเบี้ย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด และค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระและค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ รองลงมาได้แก่ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเตอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน สถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก มีการรับสมัครทางอินเตอร์เน็ต มีสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน และมีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับการรับสมัครทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 31-35 ปี และช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับการรับสมัครทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับการรับสมัครทางไปรษณีย์ และมีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสต่างๆ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการรับสมัครทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเตอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางได้แก่ พนักงานขายมีรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ และชุดเครื่องแบบของพนักงานที่เสนอขายมีความสวยงามและเหมาะสม ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ช่วงอายุ 31-35 ปี ช่วงอายุ 36-40 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความชำนาญทั้งด้านการเสนอขายโดยตรงและการขายทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของพนักงานที่เสนอขาย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ และการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และเพศหญิงให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ช่วงอายุ 36-40 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี และช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อทางโทรทัศน์และโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางได้แก่ ด้านการเป็นสปอนเซอร์ ด้านการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต และด้านการบริจาคเพื่อการกุศลตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับการเป็นสปอนเซอร์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับการเป็นสปอนเซอร์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับการเป็นสปอนเซอร์ และการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับการบริจาคเพื่อการกุศล ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับการเป็นสปอนเซอร์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี การให้คูปองส่วนลด การแจกหรือแถมของรางวัล และมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด และเพศหญิงให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วง อายุไม่เกิน 25 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องของบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับมีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและการลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล ค่าเฉลี่ยสูงสุด และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการให้คูปองส่วนลด ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานจัดทำเอกสาร มีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจง่าย พนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง พนักงานรับโทรศัพท์สามารถให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามได้ตรงตามความต้องการ พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับและพนักงานรับโทรศัพท์มีความสุภาพอ่อนน้อม ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเพศชายให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด และเพศหญิงให้ความสำคัญพนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินให้บริการ รวดเร็ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินให้บริการ รวดเร็วและพนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์เข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับพนักงานรับชำระเงินมีความชำนาญในการให้บริการ เช่น ไม่ทำรายการผิดพลาดบ่อยครั้ง ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับพนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ มีการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย มีความสะดวกรวดเร็วในการขอข้อมูลและแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมลล์ แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย และการขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริมตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี และช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับการสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับการติดตามสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง ภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร รูปลักษณ์และสีสันทนของอาคารมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 26-30 ปี และช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา ค่าเฉลี่ยสูงสุด ช่วงอายุ 31-35 ปี และช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา ค่าเฉลี่ยสูงสุด รายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และความสะอาดเป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยสูงสุด

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ เครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎีและ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ย เป็นอันดับแรกคือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตผ่อนชำระสินค้า) ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ สถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บริการเครดิตมี จำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ ตู้กด เงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีรูปติดบน บัตร ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ คุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัท ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเป็น สมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ วงเงินที่ได้รับ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ จำนวนร้านค้าที่รับบัตรและประเภทของบัตร ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ ตู้กดเงินสดมีเป็นจำนวนมาก (สำหรับผู้ใช้บัตรกดเงินสด) และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ความสวยงามของสีสันและลวดลาย บนบัตร นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับ แรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ แบนด์ของธนาคาร ค่าเฉลี่ยอันดับ สาม คือ ความมั่นคงของธนาคาร และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ สามารถใช้เบิกเงินสดแทนบัตร เอทีเอ็ม

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ อัตราดอกเบี้ย สอดคล้องกับการศึกษาของ คุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัท ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ อัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ไม่มีค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ในปีแรก)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ มีการรับสมัครทางไปรษณีย์ และค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีจำนวนช่องทางที่รับเครดิตมีหลายช่องทาง เช่น ชำระผ่านตู้เอทีเอ็ม ชำระทางอินเตอร์เน็ต ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ คุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ มีพนักงานมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีการเปิดรับสมัครทางไปรษณีย์ นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ชำระเงินค่าบัตรได้หลายวิธี ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีสถานที่ในการรับชำระเงินค่าบัตรเครดิตมาก ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ มีสาขาใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ สถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ โฆษณาผ่านเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ การเป็นสปอนเซอร์ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ การโฆษณาทางวิทยุ นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี (ในปีแรก) ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ สามารถใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ มีระบบสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

ปัจจัยด้านบุคคล

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ด้านพนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีพนักงานในการสอบถามข้อมูลเพียงพอในการติดต่อสอบถาม เช่น พนักงานรับโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ พนักงานจัดทำเอกสารมีความเข้าใจในรายละเอียดของบัตรเครดิต เช่น มีรายละเอียดครบถ้วนสมบูรณ์ เข้าใจง่าย และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ พนักงานรับโทรศัพท์ที่มีความสุภาพ อ่อนน้อม ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงาน ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ ความรู้ความชำนาญของพนักงานหลังการขาย

แต่สอดคล้องกับการศึกษาของประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ายานการไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคคล ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีความรวดเร็วในการอนุมัติ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ การขอเพิ่มวงเงินหรือบัตรเสริม ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ เงื่อนไขการอนุมัติ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร แต่สอดคล้องกับการศึกษาของประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ายานการไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย คือ ขั้นตอนการเพิ่มวงเงินบัตรชั่วคราว

ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ สัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะดุดตา ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ รูปลักษณ์และสีสรรของอาคารมีความน่าสนใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ กุมพล ไชยพรหม (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ ความ

หรรษาใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ จำนวนความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของประสิทธิ์ ภูทอง (2547) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยด้านหลักฐานทางกายภาพ ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรก คือ ความถูกต้องของใบแจ้งหนี้ ค่าเฉลี่ยอันดับสอง คือ มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย ค่าเฉลี่ยอันดับสาม คือ ความสะดวกสบายในการใช้จ่ายผ่านบัตร และค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย คือ การตกแต่งภายนอกและภายในสวยงาม

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ 5,000-10,000 บาท

ในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ข้อค้นพบดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยย่อย 2 เรื่อง คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการสำหรับผ่อนชำระสินค้ามีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บริการเครดิตผ่อนชำระสินค้า) และสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บริการเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บริการเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) จำแนกตามอายุ พบว่า ไม่เกิน 25 ปี และอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่ใช้หรือร้านค้าให้บริการใช้บริการเครดิตมีจำนวนมาก (สำหรับผู้ที่ใช้บริการเครดิตชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ) จำแนกตามรายได้ พบว่า ระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับน้อยในปัจจัยย่อยเรื่องมีรูปติดบนบัตรและความสวยงามของสีสันและลวดลายของตัวบัตร

2. ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกปัจจัยย่อย จำแนกตามรายได้ พบว่า ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่อง ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ และค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสด และระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่อง ระยะเวลาในการผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี และอัตราดอกเบี้ย

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกปัจจัยย่อย จำแนกตามรายได้ พบว่า ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก และมีการรับสมัครทางอินเทอร์เน็ต

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญโดยรวมระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญระดับน้อย ในปัจจัยย่อย 5 เรื่อง คือ พนักงานขายทั้งทางโทรศัพท์และเสนอขาย โดยตรงมีความตั้งใจและเต็มใจในการให้บริการทันทีด้วยความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย การเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องการแข่งขันเกมส์หรือการชิงโชค จำแนกตามรายได้ พบว่า ระดับรายได้ ต่ำกว่า 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่องการแข่งขันเกมส์หรือชิงโชค ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องการเสนอขายของพนักงานทางโทรศัพท์และเสนอขายโดยตรงมีความกระชับได้ใจความ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยเรื่องโปรโมชั่นผ่านทางโทรศัพท์ และการโฆษณาผ่านเว็บไซต์

5. ปัจจัยด้านบุคคล โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ทุกปัจจัยย่อย จำแนกตามรายได้ พบว่า ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยคือ พนักงานมีความชำนาญในการทำงาน เช่น การจัดส่งใบเสร็จรับเงินมีความถูกต้องตรงตามผู้รับ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ทุกปัจจัยย่อย จำแนกตามอายุ ให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยย่อย คือ เงื่อนไขการอนุมัติ เช่น เงินเดือนขั้นต่ำ ความรวดเร็วในการอนุมัติ จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ มีความสะดวก รวดเร็วในการขอข้อมูล และแบบฟอร์ม เช่น ทางโทรสาร อีเมล สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง แบบฟอร์มการสมัครเข้าใจง่าย และอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญระดับมาก ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม เช่น บริการจากเครื่องตอบรับอัตโนมัติ สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย

7. ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ทุกปัจจัยย่อย จำแนกตามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยย่อยเรื่องความสะอาด เป็นระเบียบของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง เรื่องภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะกดตา อายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยย่อย เรื่องสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะกดตา และอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญระดับมาก เรื่องความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร จำแนกตามระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมาก เรื่องชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และสัญลักษณ์และโลโก้สวยงามสะกดตา ระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญระดับมาก เรื่องภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยหรือใช้เทคโนโลยีสูง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในกลุ่ม สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

สถาบันการเงินควรเพิ่มสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บัตรเครดิต เช่น สามารถเป็นได้ทั้งบัตรที่ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการตามเคาน์เตอร์ เป็นบัตรกดเงินสด และบัตรผ่อนสินค้าได้ในตัวเอง เพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่ต้องถือบัตรเครดิตหลายใบ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่าจากการใช้บัตรเครดิต และรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต เช่น ความสวยงามของบัตร การมีรูปติดบนบัตร ฯลฯ ควรมีการทำออกมาเพื่อให้เหมาะกับบุคลิกของผู้ถือบัตร เช่นบัตรเครดิตสำหรับผู้หญิง สามารถบอกได้ว่าเป็นผู้หญิงสไตล์ใด สาวหวาน สาวเปรี้ยว เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกภูมิใจที่จะใช้บัตรเครดิตที่ถืออยู่ เพราะรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของบัตรเครดิต

ด้านราคา

สถาบันการเงินควรทำการแจ้งประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้แจงรายละเอียดให้ลูกค้าทราบถึงอัตราค่าธรรมเนียมแรกต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตก่อนการสมัครเพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบกับธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่นๆ และค่าธรรมเนียมในการชำระเงินแต่ละครั้งควรจะเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทุกแห่ง เพื่อป้องกันการสับสนของลูกค้า อีกทั้งหากจะมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องค่าธรรมเนียมในการชำระเงินต้องมีการแจ้งให้ล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบ เพราะสถาบันการเงินส่วนใหญ่จะมีค่าหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ไม่จำเป็นต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบเป็นหมายเหตุด้านล่างของใบสมัคร และมักไม่มีการอธิบายในส่วนนี้ให้ลูกค้าทราบในขั้นตอนของการสมัคร

ด้านการจัดจำหน่าย

สถาบันการเงินควรเพิ่มช่องทางในการชำระเงินให้มากขึ้นเพื่อความสะดวกของให้ลูกค้า เช่นในห้างสรรพสินค้า สามารถชำระค่าบัตรเครดิตผ่านทางตู้เอทีเอ็ม มือถือ ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ทำงานประจำ มักจะไม่มีเวลาในการมาชำระค่าสินค้าบริการตามเคาน์เตอร์เซอร์วิส ต่างๆ เพราะเคาน์เตอร์เซอร์วิสจะมีเวลาทำการอยู่ในช่วงเดียวกับที่ลูกค้าต้องทำงาน

ด้านส่งเสริมการตลาด

สถาบันการเงินควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายในเรื่องของการนำเสนอขาย ให้มีความกระชับได้ใจ ไม่ว่าจะเป็นการเสนอขายทางโทรศัพท์หรือการเสนอขายโดยตรง เพื่อที่จะได้ไม่เป็นการรบกวนเวลาของลูกค้าและไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความเบื่อหน่าย พนักงานขายควรเน้นบริการเรื่องการบริการหลังการขาย เช่นความมีการติดตามความพึงพอใจในการใช้บัตรของลูกค้า ว่ามีปัญหาอะไรที่เกิดขึ้นจากการใช้บัตร แนะนำสิทธิประโยชน์ใหม่ๆ หรือผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ของสถาบันการเงิน เพื่อที่จะได้ทราบว่าควรปรับปรุงตรงจุดใดบ้างและจะได้นำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการขายต่อไป

ด้านบุคคล

พนักงานควรแนะนำหรืออธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในเรื่องของสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง ซึ่งสถาบันการเงินควรทำกิจกรรมพนักงานในเรื่องของการบริการกับลูกค้า โดยควรเน้นเรื่องของความสุภาพอ่อนน้อมและเรื่องรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัตรเครดิตให้มากยิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการ

สถาบันการเงิน ควรลดขั้นตอนในส่วนของการขอรับสิทธิประโยชน์ เช่น การขอแลกบัตรของรางวัล ว่าต้องใช้เอกสารใบบ้าง คิดต่อกับส่วนงานด้านใด เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว และสามารถแลกบัตรของรางวัลได้หลายวิธี เช่น แลกทางอินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์ เป็นต้น ในส่วนของการอนุมัติวงเงิน ควรลดขั้นตอนให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น หากกำหนดระยะเวลาไว้ว่า 1 อาทิตย์ ก็ควรจะเป็นเวลาเพียงแค่วันหนึ่งวัน หรือ ครึ่งชั่วโมง โดยควรนำไปโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยเหลือ เพียงแค่บันทึกข้อมูลของลูกค้าเข้าไปในเครื่องของคอมพิวเตอร์ก็สามารถบอกได้ว่าควรอนุมัติหรือไม่อนุมัติและควรอนุมัติวงเงินเท่าไร เป็นต้น

ด้านหลักฐานทางกายภาพ

สถาบันการเงิน ควรเพิ่มเคาน์เตอร์สำหรับชำระเงินให้มีมากพอสำหรับการมาชำระของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน อาคารสถานที่ของสถาบันการเงินควรมีที่จอดรถ สะดวกและกว้างขวาง เพื่อความสะดวกในการมาติดต่อของลูกค้า และสถาบันการเงินควรมีสัญลักษณ์สถาบันที่เด่นชัดเป็นเอกลักษณ์ เช่น เรื่องของการใช้สีธงของตัวอาคาร เพราะปัจจุบันลูกค้าจะรับรู้ในเรื่องของสีธงของแต่ละสถาบันการเงินมากขึ้น เช่น สีม่วงของบัตรอิออน สีแดงของบัตรอีซี่บาย เป็นต้น ซึ่งจะสร้างความจดจำให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี