

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิต
ระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ

MARKETING STRATEGY AFFECTING TO THE LOYALTY IN
USE OF CREDIT CARD BETWEEN THAI COMMERCIAL BANKS
AND FOREIGN BANKS

โศรยา พงษ์สระพัง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิต
ระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ

โสธยา พงษ์สระพัง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิต
ระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ
Marketing Strategy Affecting to the Loyalty in use of Credit Card
between Thai Commercial Banks and Foreign Banks

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวโสธยา พงษ์สระพัง

วิชาเอก

ธุรกิจระหว่างประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์กฤษดา เขียววัฒนสุข, D.B.A.

ปีการศึกษา

2559

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



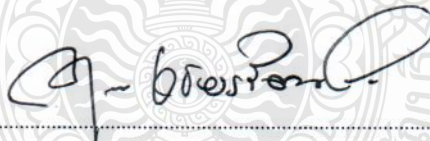
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์เชาว์ โจรนแสง, Ed.D.)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นารถทิพย์ ชัยมงคล, ปร.ค.)



กรรมการ

(อาจารย์กฤษดา เขียววัฒนสุข, D.B.A.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นารถทิพย์ ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 5 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวโสธยา พงษ์สระพัง
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์กฤษดา เขียววัฒนสุข, D.B.A.
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ ผู้ถือบัตรเครดิต จำนวน 440 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test, One-way ANOVA และ Multiple Regression Analysis

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน มีความภักดีในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศไม่แตกต่างกัน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสินค้าและบริการ ($\beta = 0.286$) ด้านราคา ($\beta = 0.251$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.214$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.206$) ด้านบุคลากรและพนักงาน ($\beta = 0.277$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.188$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = 0.470$) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตไทย และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสินค้าและบริการ ($\beta = 0.224$) ด้านราคา ($\beta = 0.337$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.242$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.208$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\beta = 0.233$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = 0.441$) ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตต่างประเทศ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ความภักดีในการใช้บริการบัตรเครดิต

ธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารต่างประเทศ

Independent Study Title	Marketing Strategy Affecting to the Loyalty in use of Credit Card between Thai Commercial Banks and Foreign Banks
Name-Surname	Miss Soraya Pongsrapang
Major Subject	International Business
Independent Study Advisor	Mr. Krisada Chienwattanasook, D.B.A.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The study was conducted to investigate the marketing strategy affecting customers' loyalty in using credit cards of Thai commercial banks and foreign banks.

The samples were 440 credit card holders. The statistics used for data analysis consisted of Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The results of the hypothesis testing demonstrated that different factors of respondents' personal information and their behaviors on using credit card made no differences in overall loyalty between the credit cards of Thai commercial banks and those of foreign banks. Factors of service marketing mix in the aspects of product and service ($\beta = 0.286$), price ($\beta = .251$), place ($\beta = 0.214$), promotion ($\beta = 0.206$), personnel ($\beta = 0.277$), process ($\beta = 0.188$), and physical evidence ($\beta = 0.470$) had an effect on the loyalty in using Thai credit cards. Likewise, excepting personnel aspect, those of service marketing mix in the aspects of product and service ($\beta = 0.224$), price ($\beta = 0.337$), place ($\beta = 0.242$), promotion ($\beta = 0.208$), process ($\beta = 0.233$), and physical evidence ($\beta = 0.441$) affected customers' loyalty in using foreign credit cards.

Keywords: service marketing mix, loyalty in using credit card, Thai commercial banks, foreign banks

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาถรพี ชัยมงคล ที่ได้ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงาน รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และญาติพี่น้องทุกคนที่มอบความห่วงใย มอบกำลังใจและให้การสนับสนุนการศึกษา และคณะครู-อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และเพื่อน ๆ 57/2 ทุกคนกับมิตรภาพที่ดีและกำลังใจที่มีให้กันตลอดมา

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ หากการค้นคว้าอิสระนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

โสธยา พงษ์สระพัง



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(12)
บทที่ 1 บทนำ.....	13
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	13
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	15
1.3 สมมติฐานการวิจัย	16
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	16
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	17
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	20
2.2 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ	27
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า.....	29
2.4 การดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย.....	33
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	50
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	95
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	95
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	100
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	101
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	103
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก.....	106
ประวัติผู้เขียน.....	115



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 คำถาม 7 คำถาม (6W1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	26
ตารางที่ 2.2 รายชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารต่างประเทศที่ให้บริการบัตรเครดิต.....	37
ตารางที่ 2.3 ข้อมูลการใช้บัตรเครดิตของไทย ณ สิ้นปี 2558.....	38
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	51
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	52
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	52
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	52
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้.....	53
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจุบันท่านมีบัตรเครดิต ทั้งหมดกี่ใบ	53
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามท่านมีบัตรเครดิตของสถาบันใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	54
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบัตรเครดิต ของสถาบันใดที่ท่านมียอดใช้จ่ายสูงที่สุด	55
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านเคยใช้บัตรเครดิต กดเงินสดหรือเปลี่ยนวงเงินเป็นเงินสดหรือไม่.....	56
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ท่านใช้บัตรเครดิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	56
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ โดยประมาณ ที่ท่านใช้บัตรเครดิต.....	57
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม มูลค่าการใช้บัตรเครดิต เฉลี่ยต่อเดือน	57
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบัตรเครดิตที่ท่านใช้ ได้รับวงเงินอนุมัติเท่าใด	58
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละจำแนกตามเหตุผลที่ท่านใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการ หรือกดเงินสด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

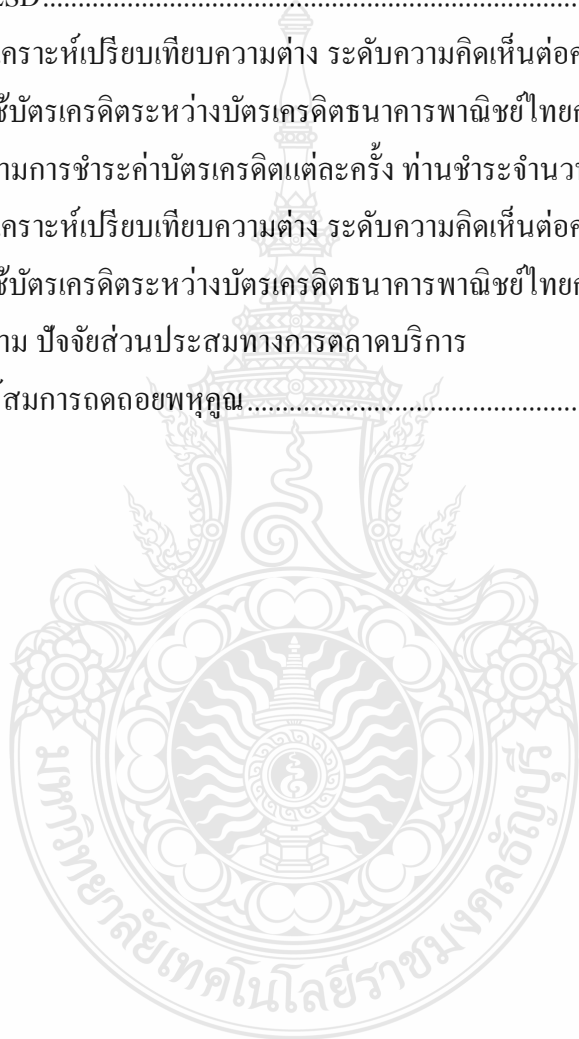
	หน้า
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของท่าน	60
ตารางที่ 4.16 จำนวน และร้อยละ จำแนกตามช่องทางที่ท่านทำการซื้อสินค้าหรือบริการโดยชำระผ่านบัตรเครดิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	60
ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละจำแนกตามท่านชำระค่าบัตรเครดิตผ่านช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	61
ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามในการชำระค่าบัตรเครดิตแต่ละครั้ง ท่านชำระจำนวนเท่าใด	62
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านรวม	63
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านสินค้าและบริการ	64
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านราคา	65
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	66
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านการส่งเสริมการตลาด	67
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านบุคลากรและพนักงาน	69
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านกระบวนการให้บริการ	71
ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีในการใช้บริการเครดิต ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดี ของผู้ถือบัตรเครดิต	74
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ จำแนกตาม เพศ	77
ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย กับธนาคารต่างประเทศจำแนกตาม อายุ.....	78
ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย กับธนาคารต่างประเทศจำแนกตาม ระดับการศึกษา	79
ตารางที่ 4.31 ผลต่างระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตไทย จำแนกตาม ระดับการศึกษา ที่ได้จากการทดสอบ ด้วยวิธี LSD	81
ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย กับธนาคารต่างประเทศจำแนกตาม อาชีพ.....	82
ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย กับธนาคารต่างประเทศจำแนกตาม รายได้.....	83
ตารางที่ 4.34 ผลต่างระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตต่างประเทศ จำแนกตาม รายได้ ที่ได้จากการทดสอบ ด้วยวิธี LSD.....	85
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ จำแนกตาม บัตรเครดิตที่ใช้ได้รับวงเงินอนุมัติเท่าใด.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 ผลต่างระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในการใช้บัตรเครดิตต่างประเทศ จำแนกตาม บัตรเครดิตที่ใช้ได้รับวงเงินอนุมัติเท่าใดที่ได้จากการทดสอบ ด้วยวิธี LSD.....	87
ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ จำแนกตามการชำระค่าบัตรเครดิตแต่ละครั้ง ท่านชำระจำนวนเท่าใด	88
ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความต่าง ระดับความคิดเห็นต่อความภักดี ในการใช้บัตรเครดิตระหว่างบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยกับธนาคารต่างประเทศ จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ	89



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 สถานการณ์บัตรเครดิตช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558	14
ภาพที่ 1.2 จำนวนบัตรเครดิตที่ผู้ถือบัตรเครดิตถืออยู่ ณ ปัจจุบัน	15
ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	18
ภาพที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's).....	29
ภาพที่ 4.1 กราฟแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้บัตรเครดิต.....	57
ภาพที่ 4.2 กราฟแสดงจำนวนจำแนกตามเหตุผลที่ท่านใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการ หรือกดเงินสด	59
ภาพที่ 4.3 กราฟแสดงจำนวน จำแนกตามช่องทางที่ท่านทำการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยชำระผ่านบัตรเครดิต.....	61
ภาพที่ 4.4 กราฟแสดงจำนวน จำแนกตามช่องทางการชำระบัตรเครดิต.....	62

