

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่าง  
ธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร  
กรุงเทพมหานคร

COMPARISON OF SERVICE QUALITY CREDIT CARD BETWEEN  
THAI COMMERCIAL BANKS AND FOREIGN COMMERCIAL  
BANKS IN CHATUCHAK DISTRICT, BANGKOK METROPOLITAN

กิตติญา ชุติโรจน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป  
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการภัตตาคารระหว่าง  
ธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร  
กรุงเทพมหานคร

กิตติญา ชูศิริโรจน์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป  
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

Comparison of Service Quality Credit Card Between Thai Commercial Banks and Foreign Commercial Banks in Chatuchak District, Bangkok Metropolitan

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวกิตติญา ชูศิริโรจน์

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์สุภาพร คูพิมาย

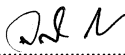
ปีการศึกษา

2554

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี จันทร โคลิกา)

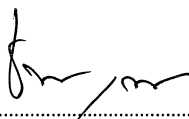


..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์วสันต์ กันอ่ำ)



..... กรรมการ  
(อาจารย์สุภาพร คูพิมาย)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร)

วันที่ 20 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิต ระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวกิตติญา ชุศิริโรจน์
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สุภาพร คุปพิมาย
ปีการศึกษา	2554

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มุ่งศึกษาการเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 คน และผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่ Independent Samples t-test ทดสอบความแตกต่างที่มี 2 กลุ่ม และ One-Way ANOVA ทดสอบความแตกต่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยในระดับที่มากกว่าธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ออกบัตร ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตร ความปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บัตร ค่าธรรมเนียมสมาชิกค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า อัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระ จำนวนร้านค้าที่รับบัตร ช่องทางการชำระเงิน วงเงินขั้นต่ำในการชำระคืน และการบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่าง ๆ ผ่านบัตรเครดิต และในทางตรงกันข้ามพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในระดับที่มากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย ในเรื่องจำนวนวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ ความสะดวกในการสมัครสมาชิก การสะสมคะแนน การได้รับแผนประกันชีวิต ความรู้ความเข้าใจของพนักงาน ความรวดเร็วของพนักงาน การเอาใจใส่ดูแลของพนักงาน ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตร ขั้นตอนในการสมัครสมาชิก ความสะดวกในการรับบัตร และเทคโนโลยี นอกจากนี้ผู้ถือบัตรเครดิตมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของทั้งสองธนาคารไม่แตกต่างกัน ในเรื่องรูปแบบบัตร ความสะดวกในการใช้บัตร ส่วนลดจากการใช้บัตรและมารยาทของพนักงาน

<b>Independent Study Title</b>	Comparison of Service Quality Credit Card Between Thai Commercial Banks and Foreign Commercial Banks in Chatuchak District, Bangkok Metropolitan
<b>Name-Surname</b>	Miss Kittiya Chusirote
<b>Major Subject</b>	General Management
<b>Independent Study Advisor</b>	Miss Thanwarat Suwanna
<b>Academic Year</b>	2011

### ABSTRACT

The purpose of the independent study was to compare the service quality credit card between the Thai commercial banks and the foreign commercial banks in Chatuchak District, Bangkok Metropolitan. The sample of study consisted of 200 credit card holders of the Thai commercial banks and the foreign commercial banks. The questionnaires were used as the data gathering tool. The analysis of data were performed through Independent Samples t-test, and One-Way ANOVA.

The results of this study found that the opinion level of the credit card holders toward the service quality credit card of the Thai commercial banks was higher than of the foreign commercial banks in the following aspects: reliability, card issuers' reputation, card owners' satisfaction, feeling safe and confident to use the cards, membership fee, cash advance fee, interest rate on late payment, accrued interest rate, number of stores accepting the credit cards, payment channel, minimum payment on credit card debt, and public utility payment service through credit cards. Nevertheless it was found that the opinion level of the credit card holders toward the service quality credit card of the foreign commercial banks was higher than of the Thai commercial banks in the following aspects : credit limit, easy to apply for membership, reward points, life insurance offering, information and help from the officers, quick service of the officers, caretaking service of the officers, fast approval for credit cards, membership application process, easy to get credit cards, and the banks' technology. Moreover, regarding the opinion toward the service quality among the credit card holders, the study demonstrated that there were no differences in the service quality credit card of both types of commercial banks in the aspects of the card design, convenience in using the cards, discount rate for using the cards, and the manner of the officers.

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์วสันต์ กันอำ กรรมการสอบ อาจารย์สุภาพร คูพิมาย ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำและ ให้คำปรึกษาตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอความขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาบ่มเพาะจนผู้วิจัยสามารถ นำเอาหลักการมาประยุกต์ใช้และอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

คุณค่าอันพึงมีจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบเพื่อบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

กิตติญา ชุศิริ โรจน์

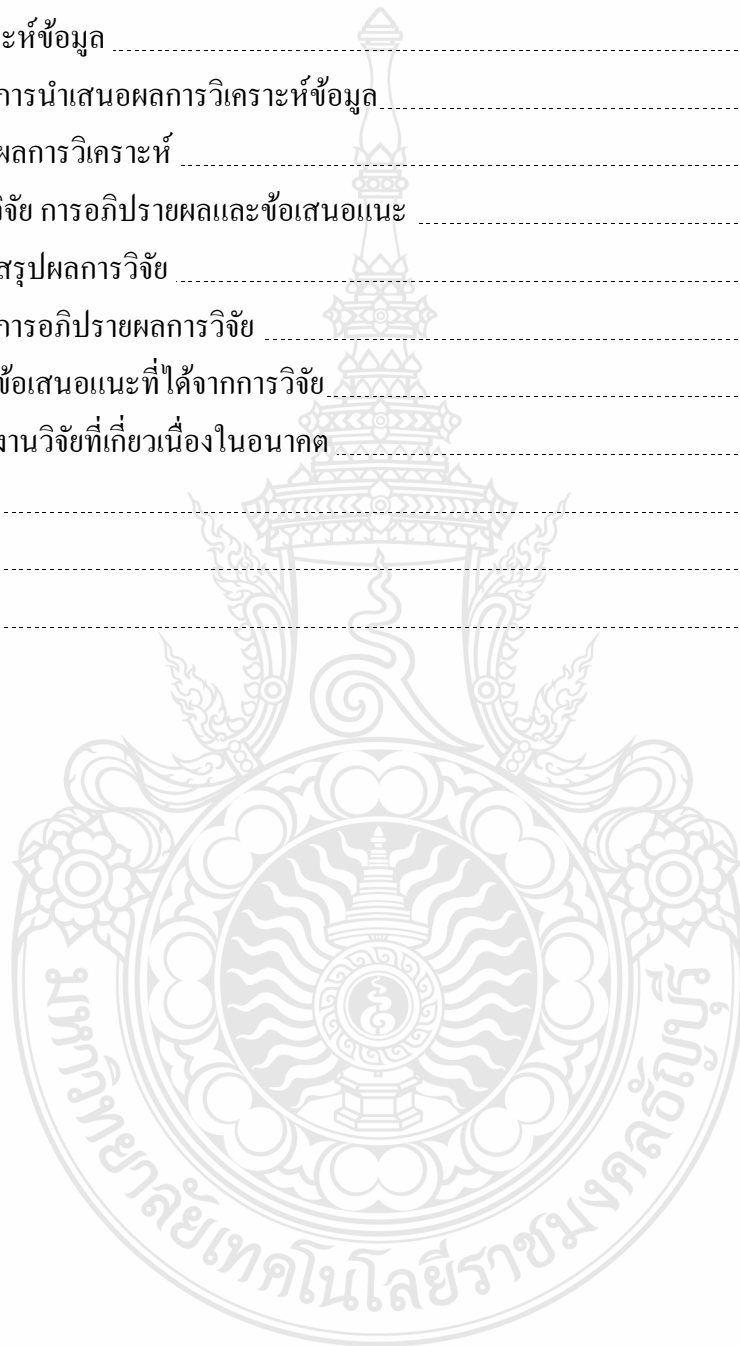


# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ซ
สารบัญภาพ .....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย .....	4
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย .....	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต .....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ .....	11
2.3 ส่วนประสมทางการตลาด .....	12
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีในตราสินค้า .....	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	16
3. วิธีดำเนินการวิจัย .....	19
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	20
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	23
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	23

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	26
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	26
4.2 ผลการวิเคราะห์ .....	26
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	56
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	56
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย .....	58
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย .....	61
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต .....	62
บรรณานุกรม .....	65
ภาคผนวก .....	65
ประวัติผู้เขียน .....	71





## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงข้อมูลธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ.....	2
1.2 แสดงข้อมูลการใช้บัตรเครดิตของไทย ณ สิ้นปี 2554.....	3
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน.....	25
4.2 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการ บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ.....	28
4.3 แสดงภาพรวมเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ.....	34
4.4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น ของความจงรักภักดีในตราสินค้าระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ.....	35
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ.....	36
4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ บริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ แตกต่างกัน.....	37
4.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ คุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	38
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่.....	39

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ คุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	39
4.10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น ต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	40
4.11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิด เห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	41
4.12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น ต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	42
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่.....	43
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่.....	44
4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น ต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	45
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันด้านพนักงาน ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่.....	46
4.17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	46
4.18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	47
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่.....	48
4.20 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพ บริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ.....	49
4.21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	50

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดี ในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ แตกต่างกัน.....	50
4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดี ในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	51
4.24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างของธนาคารพาณิชย์ไทย เป็นรายคู่.....	52
4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดี ในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	52
4.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี ความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	53
4.27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี ความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	53
4.28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดี ในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	53
4.29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดี ในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	54
4.30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมี ความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน.....	54
4.31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมี ความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน.....	55
4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	55

## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 7



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบัตรเครดิตกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคและกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นบัตรที่สามารถซื้อสินค้าและบริการมาใช้ในการบริโภคได้ล่วงหน้า ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ปัจจุบันบัตรเครดิตมีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ประจำได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาเป็นการซื้อสินค้าและบริการเป็นเงินผ่อนมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถแบ่งการชำระค่าสินค้าและบริการออกเป็นงวด ๆ เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่มีราคาแพง เพื่อจะได้นำเงินส่วนที่เหลือไปใช้จ่ายด้านอื่นที่จำเป็นแทนที่จะทุ่มเงินจำนวนมากในการซื้อสินค้าครั้งเดียว จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดการแข่งขันและการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการของตนให้มากที่สุด

ต้นปี 2554 ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต่างทำแคมเปญการตลาดกันอย่างคึกคักและเข้มข้น ปัจจัยสำคัญมาจากการที่เศรษฐกิจไทยมีสัญญาณการเริ่มฟื้นตัวชัดเจน บวกกับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจที่ออกมาอย่างต่อเนื่องทำให้ทุกรายล้วนคาดการณ์ว่า ผู้บริโภคจะใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ซึ่งมีผลโดยตรงต่อปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตปีนี้นอกจากปัจจัยเศรษฐกิจแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตด้วย เช่น การเน้นทำธุรกรรมผ่านบัตรเครดิตแทนการใช้เงินสด (Payment Solution) ทั้งนี้เห็นได้จากกรณีที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิตหลายรายขยายความร่วมมือกับพันธมิตรร้านค้าองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนเงินสดมากขึ้นอีกด้านหนึ่ง การแข่งขันที่รุนแรงทำให้ผู้ประกอบการต้องพยายามสรรหาแรงจูงใจหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคมาสมัครและใช้บัตรเครดิตของตนในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ เช่น กลยุทธ์รับส่วนลดเพิ่มเติม คืนเงินเข้าบัญชี รับคะแนนสะสมสูงสุด เพื่อแลกของรางวัล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิตมากกว่าการใช้นเงินสด

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยทั้งหมด 29 ราย แบ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ไทย 14 ราย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 15 ราย ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงข้อมูลธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ธนาคารพาณิชย์ไทย	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
1. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1. ธนาคารเครดิตอะกริกอล คอร์ปอเรชั่น อินเวสเมนต์แบงก์
2. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	2. ธนาคารเจพีมอร์แกนเชส
3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	3. ธนาคารซีทีแบงก์
4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	4. ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด
5. ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	5. ธนาคารซูมิโตโม มิตซูบิชิ แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น
6. ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)	6. ธนาคารดอยซ์แบงก์
7. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	7. ธนาคารเดอโรยัลแบงก์ออสเตรีย เอ็น.วี.
8. ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)	8. ธนาคารบีเอ็นพี พารีบาส์
9. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	9. ธนาคารมิซูโฮ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
10. ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)	10. ธนาคารแห่งโตเกียว-มิทซูบิชิ ยูเอฟเจ จำกัด
11. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)	11. ธนาคารแห่งประเทศจีน จำกัด
12. ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	12. ธนาคารแห่งอเมริกาเนชั่นแนลแอสโซซิเอชั่น
13. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)	13. ธนาคาร โอเวอร์ซี-ไซนิสแบงกิ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด
14. ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)	14. ธนาคารอาร์เอชบี จำกัด
	15. ธนาคารอินเดีย โอเวอร์ซีส์

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย ธ.ค. 2554

ตารางที่ 1.2 ข้อมูลการใช้บัตรเครดิตของไทย ณ สิ้นปี 2554

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	จำนวนบัตร เครดิต(บัตร)	ปริมาณการใช้ จ่าย (ล้านบาท)	ยอดสินเชื่อบัตร เครดิต(ล้านบาท)
1. ธนาคารพาณิชย์ไทย	6,453,994	81,272.29	100,792.88
2. สาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศใน ประเทศไทย	1,440,867	13,700	37,982.96
3. บริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้ สถาบันการเงิน	7,433,430	34,303.06	90,127.53
รวม	15,328,291	129,275.35	228,903.37

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย ธ.ค. 2554

อย่างไรก็ตาม ในปี 2554 ตัวเลขการใช้บัตรเครดิตของประชาชน พบว่าจากสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ และลูกกลมเข้าสู่พื้นที่เศรษฐกิจในหลายจังหวัด ทำให้การใช้จ่ายของประชาชนผ่านบัตรเครดิตลดลงเล็กน้อย ซึ่งปริมาณการใช้จ่ายของประชาชนผ่านบัตรเครดิตทั้งสิ้น 129,275.35 ล้านบาท ส่วนจำนวนบัตรเครดิตในระบบและยอดสินเชื่อของบัตรเครดิตยังคงเพิ่มขึ้น โดยมีบัตรเครดิตในระบบทั้งสิ้น 15,328,291 บัตร สำหรับยอดสินเชื่อบัตรเครดิตอยู่ที่ 228,903.37 ล้านบาท

จะเห็นได้ว่าธุรกิจบัตรเครดิตได้รับการตอบสนองอย่างดีจากประชาชนทั่วไป และแนวโน้มการขยายตัวของบัตรเครดิตยังมีต่อเนื่อง จากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดบัตรเครดิต ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพดี จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยเหตุผลที่เลือกศึกษาผู้ถือบัตรเครดิตในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานครนั้น เนื่องจากพื้นที่เขตจตุจักรเป็นศูนย์กลางธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพฯ ดังนั้นประชาชนในบริเวณนี้จึงน่าจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และมีความหลากหลายที่จะทำให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าแตกต่างกัน

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

#### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร โดยเป็นผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย หรือธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา : ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2555 ถึง เดือน มีนาคม 2555

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนด้วยสูตรของคอกแรน (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 385 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อน จึงทำการเก็บตัวอย่างสำรอง 15 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งจะใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 คน และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับเลือกมาจากประชากรทั้งหมด

#### 3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน



3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ คุณภาพบริการบัตรเครดิต และ ความจงรักภักดีในตราสินค้า

### 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

**บัตรเครดิต (credit card)** หมายถึง บัตรที่ออกโดยผู้ประกอบการบัตรเครดิต ออกให้กับสมาชิก เพื่อใช้ซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงเบิกเงินสดได้ตามวงเงินที่ได้รับการอนุมัติ โดยไม่ต้องจ่ายเงินทันทีกับร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต และต้องชำระคืนภายหลังโดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยตามแต่ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตกำหนดไว้

**ผู้ถือบัตร** หมายถึง ลูกค้านักค้าที่ได้สมัครเป็นผู้ถือบัตรเครดิต และได้รับการอนุมัติวงเงินสินเชื่อให้เป็นผู้ถือบัตรเครดิต

**ธนาคารพาณิชย์ไทย** หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต

**ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ** หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ที่มีสาขาของธนาคารตั้งอยู่ในประเทศไทยซึ่งได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย

**คุณภาพบริการ** หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

**ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง รูปแบบและชื่อเสียงของบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

**ด้านราคา** หมายถึง ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปี ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระของบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิต จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต ตลอดจนช่องทางการชำระเงินของบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง วิธีการทางการตลาดที่ใช้สื่อสารเพื่อจูงใจ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาสมัครบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

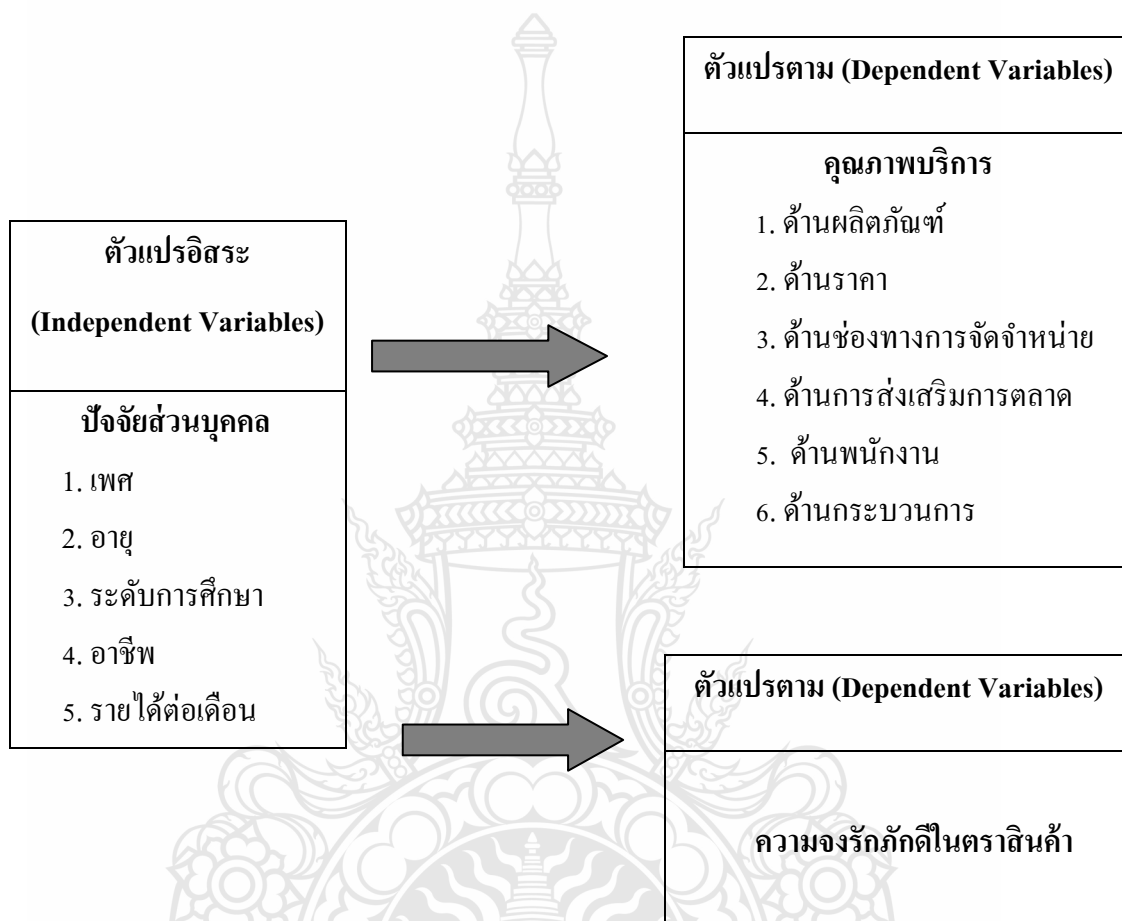
**ด้านพนักงาน** หมายถึง พนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมและมีความรู้พร้อมให้คำแนะนำและบริการที่ดีมีประสิทธิภาพให้กับผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในการอนุมัติบัตรเครดิตที่มีความรวดเร็ว ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก มีความสะดวกในการรับมอบบัตร และมีความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้องของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ความจงรักภักดีในตราสินค้า หมายถึง การที่ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จะยังคงเลือกใช้บริการของผู้ออกบัตรนั้น แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงการส่งเสริมการขาย มีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น เช่น มีดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น 0.5%, 1%, 1.5% เป็นต้น และมีข่าวออกมาในด้านลบเกี่ยวกับธนาคาร



## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะรักษารฐานลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้น
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการธุรกิจบัตรเครดิตเพื่อให้สนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
3. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจำแนกออกเป็นหัวข้อดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
- 2.3 ส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีในตราสินค้า
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต

ปัจจุบันบัตรเครดิตเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางเนื่องจากสามารถใช้แทนเงินสดและมีความสะดวกโดยไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัตรเครดิตมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตดังนี้

##### นิยามของบัตรเครดิต

อนุชชาญ ศิริวงศ์ (2546 : 24) ได้ให้ความหมายของบัตรเครดิตไว้ คือ เครื่องมือในการชำระค่าสินค้าที่ทำให้ผู้ถือบัตรสามารถได้สินค้าหรือบริการจากร้านค้าอันเนื่องมาจากการเตรียมการของผู้ออกบัตรซึ่งตกลงรับชำระเงินสดค่าสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า โดยผู้ถือบัตรมีหน้าที่ในการชำระเงินแก่ผู้ออกบัตรตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้และบางกรณีบัตรเครดิตสามารถนำไปใช้เบิกเงินสดได้ด้วย

ปรวีร์ หัตถกรรม (2541 : 5) ได้ให้ความหมายของบัตรเครดิตไว้ คือ บัตรที่อำนวยความสะดวกในการสร้างเครดิตให้กับผู้ถือหรือเป็นหลักฐานชนิดหนึ่งซึ่งแสดงว่าเจ้าของหลักฐานนี้จะได้รับสินเชื่อผู้บริโภค (consumer credit) สำหรับการซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายในระยะหนึ่ง

จากนิยามของบัตรเครดิตข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บัตรเครดิตคือบัตรที่สถาบันการเงินหรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีสถาบันการเงินออกให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตภายใต้เงื่อนไขหลักเกณฑ์การอนุมัติบัตรเครดิตที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด โดยสมาชิกผู้ถือบัตร

เครดิตสามารถนำบัตรเครดิตไปใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนเงินสดและต้องชำระเงินคืนเต็มจำนวนหรือผ่อนชำระขั้นต่ำภายในระยะเวลาที่กำหนดตามใบแจ้งการชำระเงิน

### ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

ประเทศที่คิดค้นและนำบัตรเครดิตมาใช้เป็นประเทศแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ.1914 (พ.ศ. 2457) โดยบริษัทเยอนอร์ลปีโตรเลียม คอร์เปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย (ปัจจุบันคือ บริษัท โมบิลออยส์ จำกัด) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งแก่พนักงานของบริษัท และลูกค้าของตน บางรายที่ได้รับเลือกสรรแล้วให้ใช้บัตรดังกล่าวแทนเงินสดได้ โดยสามารถนำไปใช้ชำระค่าน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ใช้ได้เฉพาะในกลุ่มของตนเองเท่านั้น นำไปใช้กับบุคคลอื่นไม่ได้ และบัตรเครดิตฉบับแรกนี้มีลักษณะเป็นเหรียญโลหะ

ในปี ค.ศ.1950 (พ.ศ. 2493) นายแฟรงค์ แมคนามารา (Frank Mc.Namara) นักธุรกิจชาว นิวยอร์ก จากเหตุการณ์ที่เขาลืมนำกระเป๋าเงินไปรับประทานอาหารที่ร้านแห่งหนึ่ง เขาจึงคิดว่าน่าจะมีบัตรชนิดพิเศษที่สามารถแทนเงินสดได้ เขาจึงได้ให้นาย ราล์ฟ ชไนเดอร์ (Ralph Schneider) ทนายความที่ปรึกษาของเขาหาวิธีว่าจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และในที่สุดทั้งสองจึงได้จัดตั้งบริษัท ไดเนอร์ส คลับ (diners club) ออกบัตรเครดิต diners club ใช้ชำระสินค้าและบริการแทนเงินสด ซึ่งคำว่า diners มาจากคำว่า dinner แปลว่าอาหารเย็น

ซึ่งในปี ค.ศ.2501 บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส จำกัด ได้ออกบัตรเครดิต อเมริกัน เอ็กซ์เพรส และต่อมาใน พ.ศ.2502 ธนาคาร อเมริกัน จำกัด (bank of america) ออกบัตรเครดิต ชื่อ bank Americard ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “VISA CARD” และต่อมาปี พ.ศ. 2509 กลุ่ม inter bank ในสหรัฐอเมริกา ได้ออกบัตรเครดิตชื่อ master-charge ซึ่งต่อมา เปลี่ยนเป็น “master card” (สุรเชษฐ ชีรวินิจ, 2550 : 18)

### ความเป็นมาของบัตรเครดิตในประเทศไทย

ในประเทศไทย เริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2512 (ค.ศ. 1969) ผู้ออกบัตรคือ บริษัท บัตรไดเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ยังไม่ได้รับความนิยม

ปี พ.ศ.2513 ธนาคารแห่งอเมริกา ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศ ที่เรียกว่า bank Americredit หรือ “วีซ่า” เข้ามาใช้ในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2515 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตรชื่อ “บัตรเครดิตเอนกประสงค์” ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของตน โดยธนาคารของไทยเป็นผู้ออก

ปี พ.ศ.2517 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนในการออกบัตรมาสเตอร์การ์ด (master card) ให้เผยแพร่ในประเทศไทย

ในปี พ.ศ.2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ออกบัตรเครดิตของตนเอง ชื่อ “บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย” ในปี พ.ศ.2522 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของ วิชาอินเตอร์เนชั่นแนล (VISA Intgernational) และได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนออกบัตรเครดิต วิชา (VISA) ในประเทศไทย

ในปัจจุบันนี้ ธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนออกบัตรวิชา และออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต่างแข่งขันกันออกบัตรเครดิตของตนเอง ทำให้มีปริมาณบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (สุรเชษฐ ชีรวินิจ, 2550 : 35)

### ประเภทของบัตรเครดิต

สามารถจำแนกตามประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะต่าง ๆ ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้ (ภาณุรัตน์ รัตนวราหะ, 2546 : 29)

#### 1. ประเภทของบัตรเครดิตแบ่งตามอาณาเขตการใช้บัตรได้แก่

1.1 บัตรเครดิตในประเทศ (local credit card) เป็นบัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตรให้ผู้ถือบัตรใช้ซื้อสินค้าและบริการในประเทศกล่าวคือบัตรเครดิตประเภทนี้สามารถใช้ได้เฉพาะในประเทศเท่านั้นไม่สามารถนำไปใช้ต่างประเทศได้ เช่น บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

1.2 บัตรเครดิตต่างประเทศ (international credit card) เป็นบัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินเป็นตัวแทนออกบัตรให้กับผู้ถือบัตร เช่น บัตรวิชา บัตรมาสเตอร์การ์ด เป็นต้น หรือบริษัทเจ้าของบัตรจะเป็นผู้ออกบัตรโดยตรง เช่น บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรไดเนอร์สคลับ สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในประเทศและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

#### 2. ประเภทของบัตรเครดิตแบ่งตามกลุ่มของผู้ถือบัตรได้แก่

2.1 บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารหรือสถาบันการเงินของประเทศ เช่น บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย เป็นต้น

2.2 บัตรเครดิตของธนาคารหรือสถาบันการเงินในต่างประเทศร่วมกับธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นผู้ถือบัตร กล่าวคือเป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่เกิดจากการรวมกลุ่มธนาคาร โดยจะเปิดโอกาสให้ธนาคารหรือสถาบันการเงินของต่างประเทศเข้าร่วมดำเนินการออกบัตรเครดิตด้วย เช่น บัตรวิชา บัตรมาสเตอร์การ์ด

2.3 บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทบัตรเครดิตที่มาตั้งบริษัทในเครือหรือสาขาในประเทศไทย เช่น บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ เป็นต้น

2.4 บัตรร่วม (affinity card) เป็นความร่วมมือของธนาคารหรือสถาบันการเงินกับหน่วยธุรกิจต่าง ๆ เพื่อออกบัตรเครดิตร่วมกัน ทั้งนี้ นอกจากผู้ถือบัตรจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามเงื่อนไขในการให้บริการของหน่วยธุรกิจนั้นๆแล้วยังสามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ จากร้านค้าที่รับบัตรเครดิตของธนาคารผู้ออกบัตรนั้นด้วย เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยออกร่วมกับห้างสรรพสินค้าโรบินสัน เป็นต้น

2.5 บัตรเครดิตที่ออกโดยร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าซึ่งสามารถใช้ได้เพียงในร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าที่ออกบัตรเท่านั้น เช่น บัตรเครดิตของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล เป็นต้น

### 3. ประเภทของบัตรเครดิตแบ่งตามประโยชน์ใช้สอยได้แก่

3.1 บัตรเครดิต (charge-it card หรือ charge card) คือบัตรเครดิตที่ใช้จ่ายแทนเงินสดเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการและจะมีการเรียกเก็บเงินเต็มจำนวนภายหลังเมื่อถึงกำหนดเวลาชำระโดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ประโยชน์ที่ผู้ออกบัตรจะได้รับคือส่วนลดจากร้านค้าและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของผู้ใช้บัตร

3.2 บัตรเงินสด (cash card) คือบัตรเครดิตที่สามารถใช้เบิกเงินสดได้ซึ่งอาจจะเบิกผ่านเครื่องเอทีเอ็มหรือเคาน์เตอร์ธนาคารพาณิชย์โดยไม่จำเป็นต้องมีเงินฝากในบัญชีถือเป็นการเบิกเงินสดล่วงหน้า (overdraft) ผู้ออกบัตรจะเรียกเก็บเงินที่เบิกล่วงหน้าในภายหลังพร้อมดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดไว้

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ เป็นแนวคิดของธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความสำคัญมากในปัจจุบันของผู้ผลิตสินค้าและบริการที่ต้องให้ความสำคัญ มีนักวิชาการและนักการตลาดได้ให้ความหมายที่หลากหลาย ดังนี้

ธนากร เกียรติบัณฑิต (2549 : 8) กล่าวว่า “คุณภาพ” ที่แต่เดิมนั้นผู้ผลิตเป็นผู้ผูกขาดในการกำหนดคุณภาพ จึงเริ่มปรับเปลี่ยนจาก “ตรงตามที่ผู้ผลิตกำหนด” มาเป็น “ถูกต้องตรงตามที่ลูกค้ากำหนด” สินค้าทั้งหลายจึงมีการพัฒนาเรื่องของคุณภาพและการให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางและเป็นบุคคลสำคัญที่สุดของธุรกิจ นักธุรกิจบางคนให้ความสำคัญแก่ลูกค้ามากถึงกับกล่าวว่า "Customer is God." (ลูกค้าคือพระเจ้า)

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (อ้างใน ประนัตถกา จ่างแก้ว, 2533 : 26) กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นการดำเนินงานให้เป็นที่ไปตามข้อกำหนดที่ต้องการ โดยคำนึงถึงการสร้างความพอใจในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า และมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสม

Cronin and Taylor (1992 : 65) คุณภาพบริการในทัศนะคติของนักวิชาการทั้งสอง คือ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มีรับบริการ และเป็นสิ่งที่จะช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้

### ลักษณะของคุณภาพบริการที่ดี (Quality Services)

การสร้างบริการที่มีคุณภาพให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุดนั้น พอสรุปแนวทางและทิศทางที่เป็นลักษณะของคุณภาพบริการที่ดีไว้ดังนี้ (ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม, 2541 : 5)

1. ความไว้วางใจ (Reliability) ต้องเป็นการบริการที่ให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และถูกต้อง
2. ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ (Responsiveness) การบริการนั้นจะต้องตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน
3. ความสามารถ (Competence) พนักงานที่ให้บริการจะต้องมีความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน
4. ความสุภาพ (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการจะต้องมีกริยาสุภาพ และแสดงความเป็นมิตรกับลูกค้า
5. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผู้ให้บริการจะต้องมีความซื่อสัตย์ มีความน่าไว้วางใจ และน่าเชื่อถือ
6. ความปลอดภัย (Security) การให้บริการจะต้องมีความปลอดภัย ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีความเสี่ยง
7. ความเข้าถึง (Access) ลูกค้าที่รับบริการต้องได้รับความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ และได้รับการที่รวดเร็ว
8. การติดต่อสื่อสาร (Communication) การบริการจะต้องสามารถให้ข้อมูลเมื่อลูกค้าต้องการ หรือสามารถสอบถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งข้อมูลที่ได้ต้องถูกต้องและรวดเร็ว
9. ความเข้าใจในตัวลูกค้า (Understanding the Customer) การเข้าใจลักษณะเฉพาะของลูกค้าแต่ละคน และตอบสนองความต้องการดังกล่าว

### 2.3 ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (อ้างใน อุดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543 : 155) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดหรือปัจจัยทางการตลาด (4P) ที่สามารถควบคุมได้ 4 ประการ ซึ่งธุรกิจต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย



1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งซึ่งแต่ละต้องได้ และแต่ละต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อ ความภาคภูมิใจ การนำกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยในด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า เป็นต้น

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคามีดังนี้

2.1 นโยบายการให้ส่วนลด หมายถึง ส่วนที่ลดไปจากราคาที่กำหนดไว้ในรายการ เพื่อให้ผู้ซื้อกระทำหน้าที่ทางการตลาดบางอย่างที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ขาย

2.2 กลยุทธ์การตั้งราคา เพื่อการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์วิธีตั้งราคาเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้ามากขึ้น ได้แก่ การตั้งราคาต่ำใจ การตั้งราคาในเทศกาลพิเศษ การขายสินค้าแบบคิดดอกเบี้ยต่ำ เป็นต้น

2.3 นโยบายระดับราคา ผู้ผลิตจะกำหนดราคาของสินค้าตามตำแหน่งสินค้าของธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ผู้ผลิตอาจตั้งราคาสินค้า ณ ระดับราคาตลาดต่ำกว่าหรือสูงกว่าระดับราคาตลาด

2.4 นโยบายราคาเดียว หมายถึง การที่ผู้ผลิตคิดราคาสินค้าชนิดหนึ่งสำหรับผู้ซื้อทุกรายในราคาเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์ที่เหมือนกัน นโยบายราคาเดียวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ซึ่งเมื่อเปลี่ยนแปลงก็ต้องยึดหลักการคิดราคาดังกล่าวกับผู้ซื้อทุกรายเหมือนกัน

2.5 กลยุทธ์การลดราคา เป็นวิธีการลดราคาลงจากราคาเดิมที่กำหนดไว้ เนื่องจากราคาที่กำหนดไว้จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะตลาด ภาวะการแข่งขัน และสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะสถานที่จำหน่ายอย่างเดียวแต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผ่านคนกลางต่าง ๆ อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ส่วนประสมในการจัดจำหน่ายประกอบด้วย

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ กลุ่มของสถาบันหรือบุคคลที่ทำหน้าที่หรือกิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

3.2 การกระจายตัวสินค้า คือ กิจกรรมทั้งสินที่เกี่ยวเนื่องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ การส่งเสริมการตลาดอาจทำได้ 4 แบบ ด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาดหรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร

4.1 การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ

4.2 การขายโดยใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย

4.4 การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าว การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแบบไม่ใช้บุคคล เป็นการชักจูงกลุ่มสาธารณชนให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีในตราสินค้า

ความภักดีในตราสินค้า หมายถึง ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอ หรือการซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง จุดมุ่งหมายที่สำคัญของนักการตลาดจะสนใจในวิธีการที่นักการตลาดเรียนรู้ต่อการกระตุ้นความสำคัญต่อตราสินค้า ลูกค้าที่จงรักภักดีต่อตราสินค้าที่ทำให้เกิดส่วนครองตลาดที่คงที่และเพิ่มขึ้น และอาจเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้สะท้อนถึงราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัท การศึกษาถึงอุปนิสัยการซื้อของผู้บริโภคพบว่าตราสินค้าที่มีส่วนครองตลาดมากขึ้นจะเป็นส่วนเดียวกับกลุ่มของผู้ซื้อที่ภักดีต่อตราสินค้าขนาดใหญ่ขึ้นด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 : 139)

การพัฒนาความภักดีต่อตราสินค้า (Developing Brand Loyalty) ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นผลจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้นซึ่งเสริมแรงผ่านความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อซ้ำในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมเปรียบเทียบตราสินค้า และนำไปสู่ความพึงพอใจในตราสินค้าอย่างเข้มแข็ง และเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำในที่สุด การเปิดรับโฆษณาทางโทรทัศน์และการแสดงสินค้าในร้านค้าจะส่งผลในการสร้างความภักดีต่อตราสินค้าสำหรับการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนต่ำ

คุณค่าในตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง คุณค่าที่มีอยู่ในตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Schiffman and Kanuk, 1994 : 658) เป็นลักษณะที่แสดงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่การจัดสรรพื้นที่ในการวางสินค้าที่ดีกว่า คุณค่าที่รับรู้ คุณภาพที่รับรู้ และในด้านของการส่งเสริมการขายจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ดังนั้นนักการตลาดจะต้องสร้างความเข้มแข็งให้กับตราสินค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าและกระตุ้นความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค รักษาผู้บริโภค ไม่ให้เปลี่ยนใจไปใช้ผลิตภัณฑ์ของยี่ห้ออื่น

### ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Degree of Brand Familiarity)

ตราสินค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้ายอมรับและจงรักภักดีในตราสินค้าบริษัทยาวนานที่สุด ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามีขั้นตอนดังนี้ (มินา เซาวลิต, 2537 : 150)

1. ไม่เคยรับรู้ตราสินค้า (Brand Nonrecognition) หมายถึง ผู้ซื้อไม่เคยรับรู้ว่ามีตราสินค้านี้ การไม่รับรู้ทำให้ไม่เกิดการตอบสนองต่อการขาย นักการตลาดควรรู้วิธีการส่งเสริมการตลาดตั้งแต่ขั้นแนะนำสินค้า เพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก
2. การรับรู้ตราสินค้า (Brand Recognition) ผู้บริโภครู้จัก เคยเห็นเคยได้ยินและจำตราสินค้าได้ งานของนักการตลาดคือ การสร้างภาพพจน์สินค้าให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค
3. การปฏิเสธการซื้อตราสินค้า (Brand Rejection) ผู้บริโภครู้จักตราสินค้าแต่ยังไม่ยอมรับ จึงไม่ซื้อ ธุรกิจอาจต้องเปลี่ยนแปลงภาพพจน์สินค้าหรือเปลี่ยนแปลงตัวสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและใช้การส่งเสริมการตลาดช่วยสนับสนุน
4. การยอมรับในตราสินค้า (Brand Acceptance) ผู้บริโภคยอมรับว่าตราสินค้านี้ดีมีคุณค่า และเมื่อมีโอกาสจะเลือกซื้อตราสินค้านี้
5. ความชอบในตราสินค้า (Brand Preference) ผู้บริโภคยอมรับและชอบมากกว่าตราสินค้าอื่นที่เป็นสินค้าประเภทเดียวกัน นักการตลาดควรรู้วิธีการส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด
6. การยืนยันในตราสินค้า (Brand Insistence) เป็นความจงรักภักดีในตราสินค้า ซึ่งถือเป็นความสำเร็จของการตลาด

แม้ว่าผู้บริโภคจะเกิดการจงรักภักดี (Brand Loyalty) ในตราสินค้าแล้วก็ตามแต่ธุรกิจควรทำให้ตราสินค้านั้นเป็นตราสินค้าที่มีคุณค่า (Brand Equity) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจถ้าจะตัดสินใจซื้อซ้ำเพราะประสบการณ์การใช้สินค้าน่าพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างคุณค่าในตราสินค้าต้องใช้เวลายาวนานโดยให้สิ่งที่ดีต่อผู้บริโภคและถ้าสร้างได้จริง ๆ ธุรกิจจะมีชื่อเสียงสามารถรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ได้โดยง่าย

## 1. การสร้างและรักษาความซื่อสัตย์ต่อตราหือไว้

ทฤษฎี Instrumental conditioning เชื่อว่าความซื่อสัตย์ต่อตราหือเกิดมาจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้วเกิดความพอใจและได้รับการเสริมแรง ซึ่งนำไปสู่การซื้อซ้ำ ตรงกันข้ามกับนักวิจัยที่นิยม Cognitive Learning ซึ่งเน้นความสำคัญที่บทบาทของกระบวนการทางความคิด (Mental Process) ในการสร้างความซื่อสัตย์ต่อตราหือ พวกเขาเชื่อว่าผู้บริโภคทบทวนพฤติกรรมการแก้ไขปัญหาอย่างกว้างขวาง (Extensive Problem solving behavior) เกี่ยวกับตราหือและลักษณะการเปรียบเทียบลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ทั้งหลายอันนำไปสู่ความชอบในตราหือ (Brand Preference) เป็นอย่างยิ่งและมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำเกิดขึ้นอีกด้วย นักการตลาดสนใจวิธีการพัฒนาความซื่อสัตย์ต่อตราหือ นอกจากนั้นก็สนใจว่าเมื่อใดที่จะสร้างขึ้นได้ การวิจัยพบว่าควรสร้างและใช้แนวความคิดนี้ในตอนต้นชีวิตครอบครัวของผู้บริโภค

## 2. ความเสื่อมของความซื่อสัตย์ต่อตราหือ

มีแนวโน้มว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงตราหือ (Brand Switching) เพิ่มมากขึ้นทุกทีเหตุผลก็คือ ผู้บริโภคเกิดความเบื่อหน่ายหรือไม่พอใจในสินค้า มีสินค้าใหม่มากมายเข้าสู่ตลาดเป็นประจำ ต้องคอยดูราคาสินค้าที่พ่อค้าวางราคาให้เกิดความซื่อสัตย์ต่อตราหือ เป็นต้น นอกจากนั้นการเสื่อมของความซื่อสัตย์ต่อตราหือยังเกิดจากการเพิ่มจำนวนของโฆษณาเปรียบเทียบ การเพิ่มเป้าหมายตลาดส่วนย่อยสำหรับตลาดสินค้าเจาะจงซื้อ การเพิ่มขึ้นของนักจ่ายของที่มีความแตกต่างกัน และการเพิ่มขึ้นของเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย

### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริณิ คำมา (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าทางด้านส่วนประสมทางการตลาดระหว่างเอสแอนด์พีและพีแอนด์พาย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เอสแอนด์พีโดยภาพรวมระดับความความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงานบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่พีแอนด์พายโดยภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านพนักงานบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ดวงใจ เนตรระควงสนะ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี(ภาคปกติ) ต่อการใช้บริการหอพักมหาวิทยาลัย และหอพักเอกชน ผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาด(7P) ระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษาที่ใช้บริการหอพักมหาวิทยาลัยและหอพักเอกชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามจากหอพักมหาวิทยาลัย ให้ความสำคัญทางด้านกายภาพมากที่สุด คือหอพักแยกชาย-หญิง มีสภาพแวดล้อมภายนอกสวยงาม โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 , 3.69 และ 3.59 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทางด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านราคา ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามจากหอพักเอกชนจะให้ความสำคัญมากที่สุด ทางด้านสถานที่ คือด้านทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย อยู่ใกล้แหล่งชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ 3.91 ตามลำดับ และอยู่ใกล้สถานพยาบาล ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

สมศักดิ์ รอดพระ (2549) การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิต และความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร วัดอุปประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงิน ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยและทำงานในเขตจตุจักร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจถือบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรเครดิต สาขา/สถานที่ที่รับชำระเงินสด รายการส่งเสริมการขาย ลักษณะทางกายภาพบัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมการถือบัตรแรกเข้าและรายปี ตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจถือบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณสมบัติของผู้สมัคร วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ ยี่ห้อบัตรเครดิต จำนวนเงินที่สามารถชำระขั้นต่ำ ระยะเวลาในการชำระคืน อัตราดอกเบี้ยการผ่อนชำระ เบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ และความสามารถในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ด้านความพึงพอใจการถือบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ รายการส่งเสริมการขาย ร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรเครดิตและลักษณะทางกายภาพบัตรเครดิต ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านยี่ห้อบัตรเครดิต ความสามารถในการเบิกเงินสดล่วงหน้า สาขา/สถานที่ที่รับชำระเงินสด เบี้ยปรับกรณีผิดนัดชำระ จำนวนเงินที่สามารถชำระขั้นต่ำ ระยะเวลาในการชำระคืน วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ ค่าธรรมเนียมการถือบัตรแรกเข้าและรายปี และอัตราดอกเบี้ย การผ่อนชำระในระดับปานกลาง

รัตนกรณ์ แสงใจ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท บัตรเครดิตที่นิยมใช้คือ บัตรเครดิตประเภท Generic Card ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ย 2 ถึง 5 ครั้งต่อเดือนโดยจำนวนเงินที่ใช้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน และประเภทสินค้าและบริการที่ใช้ซื้อ คืออาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KTC ในภาพรวมพบว่า การสื่อสารการตลาดในภาพรวมมีความสำคัญระดับมาก โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการใช้บุคลากรในการขาย ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดทางตรง ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการทำกิจกรรมทางการตลาด และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม (2552) ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์มีระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน โดยค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร ด้านคุณสมบัติของบัตรเครดิต และด้านรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต ตามลำดับ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ผู้ที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย หรือธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

##### กลุ่มตัวอย่าง

1. เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอนด้วยสูตรของคอกแรน (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% สามารถคำนวณ ได้ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16$$

ฉะนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384.16 หรือ จำนวน 385 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อน จึงทำการเก็บตัวอย่างสำรอง 15 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

## 2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

2.1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งตามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ทั้งหมด 400 คน เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เท่ากันในการเปรียบเทียบจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 คน และผู้ที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 คน

2.2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับเลือกมาจากประชากรทั้งหมด

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นในคุณภาพบริการบัตรเครดิตรของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบ Interval Scale มีจำนวน 26 ข้อ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความคิดเห็นในคุณภาพบริการระดับมากที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น	5
ความคิดเห็นในคุณภาพบริการระดับมาก	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น	4
ความคิดเห็นในคุณภาพบริการระดับปานกลาง	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น	3
ความคิดเห็นในคุณภาพบริการระดับน้อย	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น	2
ความคิดเห็นในคุณภาพบริการระดับน้อยที่สุด	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น	1



คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยช่วงชั้น (Weight mean score) โดยใช้เกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยได้กำหนดระดับช่วงคะแนนเริ่มต้นตั้งแต่ 1.00-5.00 โดยแบ่งช่วงคะแนนสำหรับแต่ละระดับไว้เท่ากับ 0.8 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549 : 185)

จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละระดับจะสามารถแบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีคุณภาพบริการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีคุณภาพบริการมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีคุณภาพบริการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีคุณภาพบริการน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีคุณภาพบริการน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** ความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบ Interval Scale มีจำนวน 4 ข้อ โดยแบ่งเป็น 5 ระดับโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มีระดับความคิดเห็นทำแน่นอน	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5
มีระดับความคิดเห็นทำ	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 4
มีระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 3
มีระดับความคิดเห็นไม่ทำ	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2
มีระดับความคิดเห็นไม่ทำแน่นอน	เกณฑ์การให้คะแนนเป็น 1

คะแนนที่ได้จะนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยช่วงชั้น (Weight mean score) โดยใช้เกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ยได้กำหนดระดับช่วงคะแนนเริ่มต้นตั้งแต่ 1.00-5.00 โดยแบ่งช่วงคะแนนสำหรับแต่ละระดับไว้เท่ากับ 0.8 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2549 : 185)

จากสูตร

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแต่ละระดับจะสามารถแบ่งค่าคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความจงรักภักดีในตราสินค้ามากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความจงรักภักดีในตราสินค้ามาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความจงรักภักดีในตราสินค้าปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความจงรักภักดีในตราสินค้าน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความจงรักภักดีในตราสินค้าน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต มีลักษณะเป็นคำถามแบบจัดอันดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามใส่ตัวเลข 1, 2, 3 เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย

#### การทดสอบเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์

2. นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) จำนวน 60 ชุด แบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 30 ชุด และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ตามสูตรของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

2.1 ค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพบริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.6688 ด้านราคาเท่ากับ 0.8130 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่ากับ 0.7154 ด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.7306 ด้านพนักงานเท่ากับ 0.7973 และด้านกระบวนการเท่ากับ 0.7100 และค่าความเชื่อมั่นของความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยเท่ากับ 0.8317

2.2 ค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพบริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์เท่ากับ 0.6759 ด้านราคาเท่ากับ 0.8382 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่ากับ 0.7360 ด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากับ 0.7857 ด้านพนักงานเท่ากับ 0.7720 และ

ด้านกระบวนการเท่ากับ 0.8119 และค่าความเชื่อมั่นของความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตร  
เครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเท่ากับ 0.8621

3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงตามที่กำหนดไว้

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีแหล่งรวบรวมข้อมูล 2 แหล่งดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยออกแบบสอบถามเพื่อ  
สอบถามข้อมูลผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 ชุด และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร  
พาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 ชุด ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์  
โดยใช้หลักการทางสถิติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาในครั้งนี้ โดยเก็บ  
รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ วารสารสิ่งพิมพ์  
และข้อมูลที่ค้นคว้าได้ผ่านอินเทอร์เน็ต

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทาง  
สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการคำนวณ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล  
ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อบรรยายลักษณะของ  
ข้อมูล โดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
(Standard Deviation) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)  
โดยตั้งระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็นต์ สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ (Independent-Sample T test)  
ทดสอบความแตกต่างที่มี 2 กลุ่ม และใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)  
ทดสอบความแตกต่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม หากผลการทดสอบพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติ ให้ทำการทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fishers's least significant  
difference (LSD)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูล	ธนาคารพาณิชย์ไทย		ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>				
ชาย	84	42.00	69	34.50
หญิง	116	58.00	131	65.50
รวม	200	100	200	100
<b>อายุ</b>				
20 -29 ปี	69	34.50	93	46.50
30-39 ปี	92	46.00	68	34.00
40-49 ปี	24	12.00	22	11.00
50-59 ปี	8	4.00	13	6.50
60 ปีขึ้นไป	7	3.50	4	2.00
รวม	200	100	200	100
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	8.00	19	9.50
ปริญญาตรี	129	64.50	132	66.00
ปริญญาโท	50	25.00	42	21.00
ปริญญาเอก	5	2.50	7	3.50
รวม	200	100	200	100
<b>อาชีพ</b>				
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	107	53.50	127	63.50
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	24.50	39	19.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	29	14.50	23	11.50
นักศึกษา/แม่บ้าน	6	3.00	4	2.00
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	9	4.50	7	3.50
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	ธนาคารพาณิชย์ไทย		ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน				
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	79	39.50	39	19.50
20,001 - 30,000 บาท	53	26.50	62	31.00
30,001 - 40,000 บาท	31	15.50	53	26.50
40,001 - 50,000 บาท	25	12.50	21	10.50
50,001 บาท ขึ้นไป	12	6.00	25	12.50
รวม	200	100	200	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย 200 คน และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 200 คน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

#### ด้านเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.00 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.50 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.50 และ

#### ด้านอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคืออายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.50 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคืออายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

#### ด้านระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.00 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.50 ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

#### ด้านอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.50 อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ หนายความ คิดเป็นร้อยละ 4.50 และนักศึกษา/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.50 อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ หนายความ คิดเป็นร้อยละ 3.50 และนักศึกษา/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

#### ด้านรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็น 26.50 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.5 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็น 31.00 รองลงมาคือ 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>								
1.รูปแบบบัตรเครดิต	3.48	1.177	มาก	(4)	3.55	1.093	มาก	(2)
2.จำนวนวงเงินสินเชื่อ บัตร เครดิตที่ได้รับอนุมัติ	3.37	1.090	ปาน กลาง	(5)	3.73	1.078	มาก	(1)
3.ความน่าเชื่อถือและ ชื่อเสียงของผู้ออกบัตร เครดิต	3.91	0.793	มาก	(2)	3.10	1.124	ปาน กลาง	(5)
4.ความภาคภูมิใจในการ เป็นเจ้าของบัตรเครดิต	4.20	0.902	มาก	(1)	3.36	1.107	ปาน กลาง	(3)
5.ความปลอดภัยและมั่นใจ ในการใช้บัตรเครดิต	3.81	0.960	มาก	(3)	3.25	1.258	ปาน กลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.491</b>	<b>มาก</b>		<b>3.9</b>	<b>0.4773</b>	<b>ปาน กลาง</b>	
<b>ด้านราคา</b>								
6.ค่าธรรมเนียมสมาชิก แรกเข้า/รายปี	3.78	1.171	มาก	(1)	2.90	1.160	ปาน กลาง	(1)
7.ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสดล่วงหน้า	3.15	1.188	ปาน กลาง	(4)	2.49	1.143	น้อย	(4)
8.ค่าธรรมเนียมในการ ชำระเงินล่าช้า	3.39	1.189	ปาน กลาง	(2)	2.48	1.165	น้อย	(3)
9.อัตราดอกเบี้ยของยอด ค้างชำระ	3.21	1.100	ปาน กลาง	(3)	2.50	1.143	น้อย	(2)
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.594</b>	<b>ปาน กลาง</b>		<b>2.59</b>	<b>0.604</b>	<b>ปาน กลาง</b>	



ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>								
10.ความสะดวกในการ สมัครสมาชิกบัตรเครดิต	3.34	1.067	ปาน กลาง	(4)	3.61	1.164	มาก	(2)
11.จำนวนร้านค้าที่รับบัตร เครดิต	4.14	1.074	มาก	(2)	3.39	1.074	ปาน กลาง	(3)
12.ความสะดวกในการใช้ บัตรเครดิต	4.17	0.912	มาก	(1)	4.06	1.035	มาก	(1)
13.มีช่องทางในการเลือก ชำระเงินจำนวนมาก	4.13	0.966	มาก	(3)	3.35	1.115	ปาน กลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.538</b>	<b>มาก</b>		<b>3.60</b>	<b>0.572</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>								
14.การได้รับส่วนลดจากกา รใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	3.79	1.049	มาก	(2)	3.82	0.946	มาก	(3)
15.การสะสมคะแนนเพื่อ แลกของรางวัล	3.36	1.059	ปาน กลาง	(5)	4.09	0.988	มาก	(1)
16.ได้รับแผนประกันชีวิต คุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตร	3.36	1.056	ปาน กลาง	(5)	4.09	0.988	มาก	(1)
17.วงเงินขั้นต่ำในการชำระ คืน	3.42	1.062	มาก	(3)	3.14	1.098	ปาน กลาง	(5)
18.การบริการรับชำระค่า สาธารณูปโภคและค่าบริการ ต่างๆ ผ่านบัตรเครดิต	4.01	1.010	มาก	(1)	3.35	1.146	ปาน กลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.459</b>	<b>มาก</b>		<b>3.68</b>	<b>0.530</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านพนักงาน</b>								
19.ความรู้ความเข้าใจของ พนักงานในการตอบคำถาม และให้คำแนะนำได้อย่าง ถูกต้อง	3.17	1.115	ปาน กลาง	(4)	3.92	0.976	มาก	(1)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>								
20.การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถาม มีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ	3.58	1.122	มาก	(1)	3.88	1.046	มาก	(2)
21.ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.34	1.141	ปานกลาง	(2)	3.56	1.168	มาก	(3)
22.การเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงาน	3.33	1.169	ปานกลาง	(3)	3.54	1.070	มาก	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.550</b>	<b>ปานกลาง</b>		<b>3.72</b>	<b>1.146</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านกระบวนการ</b>								
23.ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต	3.39	1.222	ปานกลาง	(1)	3.96	1.012	มาก	(4)
24.ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก	3.30	1.102	ปานกลาง	(4)	4.14	0.946	มาก	(1)
25.ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ	3.38	1.180	ปานกลาง	(2)	4.10	0.992	มาก	(3)
26.ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้อง	3.36	1.236	ปานกลาง	(3)	4.13	1.002	มาก	(2)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.609</b>	<b>ปานกลาง</b>		<b>4.08</b>	<b>0.524</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการได้ดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเห็นต่อคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.91

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเห็นในคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า จำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ รูปแบบบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.55

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับมาก ทั้งสองธนาคาร ได้แก่ รูปแบบบัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่แตกต่างกันได้แก่ จำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต และความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

### ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเห็นต่อคุณภาพบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.39

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเห็นในคุณภาพบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมในการสมัครสมาชิกแรกเข้า/รายปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 2.50

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปีของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้าและอัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.14

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.61

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งสองธนาคาร ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต และมีช่องทางในการเลือกชำระเงินจำนวนมากของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่างๆผ่านบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.79

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อพบว่า ได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.01

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก วงเงินขั้นต่ำในการชำระคืนและการบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่าง ๆ ผ่านบัตรเครดิตของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

#### ด้านพนักงาน

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.38

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และการเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงานของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

#### ด้านกระบวนการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 1

มีค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือ ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อผ่านการอนุมัติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.38

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้อง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.13

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ และความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้องของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.3 แสดงภาพรวมเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย			ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.75	0.491	มาก	3.39	0.477	ปานกลาง
2.ด้านราคา	3.38	0.594	ปานกลาง	2.59	0.604	น้อย
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	0.538	มาก	3.60	0.572	มาก
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	0.459	มาก	3.68	0.530	มาก
5.ด้านพนักงาน	3.35	0.550	ปานกลาง	3.72	0.566	มาก
6.ด้านกระบวนการ	3.35	0.609	ปานกลาง	4.08	0.524	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.248</b>	<b>มาก</b>	<b>3.51</b>	<b>0.269</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคาของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย ด้านพนักงานและด้านกระบวนการของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของความจงรักภักดีในตราสินค้าระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ความจงรักภักดี ในตราสินค้า	ธนาคารพาณิชย์ไทย			ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
1.ถ้าท่านจะทำบัตรเครดิตเพิ่ม ท่านจะยังคงเลือกทำกับ ธนาคารเดิมหรือไม่	3.66	1.077	มาก	3.27	1.091	ปานกลาง
2.ถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่น มีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือน กับธนาคารเดิมท่านจะยังคงเลือก ทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่	3.68	1.102	มาก	3.92	0.996	มาก
3.หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตรา ดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นท่านจะยังคงเลือก ทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่	3.19	1.145	ปานกลาง	2.59	1.183	น้อย
4.ถ้ามีข่าวของธนาคารออกมา ในด้านลบท่านจะยังคงเลือกทำบัตร กับธนาคารเดิมหรือไม่	3.16	1.228	ปานกลาง	3.17	1.261	ปานกลาง
รวม	3.42	0.593	มาก	3.24	0.542	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของความจงรักภักดีในตราสินค้าระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศได้ดังนี้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่นมีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือนกับธนาคารเดิมก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร และ ถ้ามีข่าวของธนาคารออกมาในด้านลบก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับปานกลางทั้งสองธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ เลือกทำบัตรเครดิตเพิ่มกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และหากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ปัจจัย	ธนาคารพาณิชย์ไทย						ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ							
	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3		ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.อัตราค่าธรรมเนียม	42	21.00	31	16.58	34	20.36	(3)	23	11.50	27	14.21	34	20.2	(5)
2.อัตราดอกเบี้ย	25	12.50	21	11.23	25	14.97	(4)	28	14.00	23	12.11	31	20.24	(4)
3.การใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	24	12.00	20	10.69	21	12.57	(5)	29	14.50	30	15.79	25	14.88	(3)
4.ส่วนลดและสิทธิพิเศษ	46	23.00	60	32.09	47	28.14	(2)	63	31.50	54	28.42	39	23.21	(1)
5.มีสถานที่ชำระเงินมาก	63	31.50	55	29.41	40	23.95	(1)	57	28.50	56	31.05	39	23.21	(2)
รวม	200	100	187	100	167	100		200	100	190	100	168	100	

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายเลือกไม่ครบทุกลำดับ

จากตารางที่ 4.5 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีสถานที่ชำระเงินมาก ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า และอัตราค่าธรรมเนียมตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า มีสถานที่ชำระเงินมาก และการใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ตามลำดับ



ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample t-test และ One Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	T-test								
	เพศ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
		$\bar{X}$	S.D.	t	sig.	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.76	0.519	0.174	0.862	3.40	0.554	0.129	0.898
	หญิง	3.74	0.473			3.39	0.434		
2.ด้านราคา	ชาย	3.30	0.606	-1.563	0.120	2.61	0.576	0.256	0.798
	หญิง	3.43	0.582			2.58	0.620		
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	3.93	0.500	-0.056	0.956	3.59	0.588	-0.081	0.935
	หญิง	3.94	0.566			3.60	0.566		
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.60	0.492	0.199	0.842	3.63	0.560	-0.911	0.363
	หญิง	3.58	0.435			3.70	0.515		
5.ด้านพนักงาน	ชาย	3.39	0.564	0.817	0.415	3.75	0.568	0.587	0.558
	หญิง	3.33	0.541			3.70	0.523		
6.ด้านกระบวนการ	ชาย	3.32	0.595	-0.554	0.580	3.98	0.515	-1.961	0.051
	หญิง	3.37	0.622			4.13	0.523		
รวม	ชาย	3.55	0.247	-0.446	0.656	3.50	0.305	-0.619	0.537
		3.57	0.250			3.52	0.250		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.643	4	0.661	2.837	<b>0.026*</b>
	ภายในกลุ่ม	45.417	195	0.233		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.764	4	0.441	1.256	0.289
	ภายในกลุ่ม	68.485	195	0.351		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.395	4	0.349	1.212	0.307
	ภายในกลุ่ม	56.135	195	0.288		
	รวม	57.530	199			
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.255	4	0.064	0.299	0.878
	ภายในกลุ่ม	41.645	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.287	4	0.322	1.064	0.376
	ภายในกลุ่ม	58.986	195	0.302		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.735	4	0.184	0.490	0.743
	ภายในกลุ่ม	73.164	195	0.375		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.588	4	0.147	2.455	<b>0.047*</b>
	ภายในกลุ่ม	11.683	195	0.060		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		3.67	3.82	3.88	3.48	3.43
20-29 ปี	3.67		-0.15	-0.21	0.19	0.24
30-39 ปี	3.82			-0.06	0.34	<b>0.39*</b>
40-49 ปี	3.88				<b>0.40*</b>	<b>0.45*</b>
50-59 ปี	3.48					0.05
60 ปีขึ้นไป	3.43					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ โดยอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 60 ปีขึ้นไป และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 50-59 ปี

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.630	4	0.408	1.817	0.127
	ภายในกลุ่ม	43.723	195	0.224		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.312	4	0.328	0.898	0.466
	ภายในกลุ่ม	71.193	195	0.365		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.083	4	0.521	1.611	0.173
	ภายในกลุ่ม	63.029	195	0.323		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.147	4	0.037	0.129	0.972
	ภายในกลุ่ม	55.844	195	0.286		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.143	4	0.036	0.110	0.979
	ภายในกลุ่ม	63.504	195	0.326		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.696	4	0.174	0.629	0.642
	ภายในกลุ่ม	53.921	195	0.277		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.278	4	0.70	0.957	0.432
	ภายในกลุ่ม	14.163	195	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.335	3	0.112	0.458	0.712
	ภายในกลุ่ม	47.725	196	0.243		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.973	3	0.324	0.918	0.433
	ภายในกลุ่ม	69.275	196	0.353		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.885	3	0.295	1.021	0.384
	ภายในกลุ่ม	56.645	196	0.289		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.463	3	0.488	2.363	0.072
	ภายในกลุ่ม	40.437	196	0.206		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.698	3	0.233	0.766	0.515
	ภายในกลุ่ม	59.575	196	0.304		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.134	3	0.045	0.119	0.949
	ภายในกลุ่ม	73.764	196	0.376		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.255	3	0.085	1.384	0.249
	ภายในกลุ่ม	12.017	196	0.061		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.427	3	0.142	0.621	0.602
	ภายในกลุ่ม	44.926	196	0.229		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.280	3	0.427	1.174	0.321
	ภายในกลุ่ม	71.225	196	0.363		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.370	3	0.790	2.468	0.063
	ภายในกลุ่ม	62.742	196	0.320		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.802	3	0.267	0.950	0.418
	ภายในกลุ่ม	55.189	196	0.282		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.426	3	0.142	0.441	0.724
	ภายในกลุ่ม	63.221	196	0.323		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.104	3	0.062	0.848	0.260
	ภายในกลุ่ม	53.513	196	0.73		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.185	3	0.062	0.848	0.469
	ภายในกลุ่ม	14.256	196	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.461	4	0.865	3.783	<b>0.005*</b>
	ภายในกลุ่ม	44.599	195	0.229		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.888	4	0.222	0.624	0.646
	ภายในกลุ่ม	69.360	195	0.356		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.131	4	0.783	2.806	<b>0.027*</b>
	ภายในกลุ่ม	54.399	195	0.279		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.171	4	0.043	0.200	0.938
	ภายในกลุ่ม	41.729	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.081	4	0.520	1.743	0.142
	ภายในกลุ่ม	58.193	195	0.298		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.473	4	0.118	0.314	0.868
	ภายในกลุ่ม	73.426	195	0.377		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.283	4	0.071	1.153	0.333
	ภายในกลุ่ม	11.988	195	0.061		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตริ์เครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.13 และ 4.14

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา/ แม่บ้าน	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ
		3.78	3.79	3.64	4.07	3.24
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.78		-0.01	0.14	-0.29	<b>0.54*</b>
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.79			0.15	-0.28	<b>0.55*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.64				<b>-0.43*</b>	<b>0.40*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	4.07					<b>0.83*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.24					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 5 คู่ โดยอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และอาชีพนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา/ แม่บ้าน	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ
		3.88	4.02	4.03	4.38	3.61
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.88		-0.14	-0.15	<b>-0.50*</b>	0.27
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.02			-0.01	-0.36	<b>0.41*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.03				-0.35	<b>0.42*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	4.38					<b>0.77*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.61					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ โดยอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และอาชีพนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน



ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ  
คุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.182	4	0.296	1.305	0.270
	ภายในกลุ่ม	44.171	195	0.227		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.875	4	0.219	0.596	0.666
	ภายในกลุ่ม	71.630	195	0.367		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.811	4	0.453	1.395	0.237
	ภายในกลุ่ม	63.301	195	0.325		
	รวม	65.112	199			
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.114	4	0.278	0.989	0.415
	ภายในกลุ่ม	54.878	195	0.281		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.234	4	0.809	2.610	<b>0.037*</b>
	ภายในกลุ่ม	60.413	195	0.310		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.295	4	0.324	1.184	0.319
	ภายในกลุ่ม	53.322	195	0.273		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.412	4	0.103	1.433	0.225
	ภายในกลุ่ม	14.029	195	0.072		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน ในด้านพนักงานจึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.16

**ตารางที่ 4.16** แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านพนักงานของ  
ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน 3.69	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ 3.87	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว 3.77	นักศึกษา/ แม่บ้าน 3.94	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ 3.18
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.69		-0.18	-0.08	-0.25	<b>0.51*</b>
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.87			0.10	-0.07	<b>0.69*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.77				-0.17	<b>0.59*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	3.94					<b>0.76*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.18					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง  
ด้านพนักงานของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ โดย  
อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และ  
นักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ

**ตารางที่ 4.17** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็น  
ต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.100	4	0.225	0.102	0.982
	ภายในกลุ่ม	47.960	195	0.246		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.340	4	0.085	0.237	0.917
	ภายในกลุ่ม	69.909	195	0.359		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.990	4	0.248	0.854	0.493
	ภายในกลุ่ม	56.540	195	0.290		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.235	4	0.059	0.274	0.894
	ภายในกลุ่ม	41.665	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.609	4	0.152	0.498	0.738
	ภายในกลุ่ม	59.665	195	0.306		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.395	4	0.599	1.633	0.167
	ภายในกลุ่ม	71.504	195	0.367		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.059	4	0.015	0.236	0.918
	ภายในกลุ่ม	12.212	195	0.063		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.709	4	0.427	1.908	0.111
	ภายในกลุ่ม	43.644	195	0.224		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.928	4	0.232	0.632	0.640
	ภายในกลุ่ม	71.577	195	0.367		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.888	4	0.222	0.674	0.611
	ภายในกลุ่ม	64.225	195	0.329		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.225	4	0.806	2.979	<b>0.020*</b>
	ภายในกลุ่ม	52.767	195	0.271		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.887	4	0.222	0.689	0.600
	ภายในกลุ่ม	62.760	195	0.322		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.636	4	0.159	0.574	0.682
	ภายในกลุ่ม	53.982	195	0.277		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.300	4	0.075	1.034	0.391
	ภายในกลุ่ม	14.141	195	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาดจึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		3.79	3.49	3.78	3.74	3.70
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.79		<b>0.30*</b>	0.01	0.05	0.09
20,001-30,000 บาท	3.49			<b>-0.29*</b>	-0.25	-0.21
30,001-40,000 บาท	3.78				0.04	0.08
40,001-50,000 บาท	3.74					0.04
50,001 บาทขึ้นไป	3.70					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ โดยรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย					ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
	P-Value					P-Value				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	0.862	<b>0.026*</b>	0.712	<b>0.005*</b>	0.982	0.898	0.127	0.602	0.270	0.111
2.ด้านราคา	0.120	0.289	0.433	0.646	0.917	0.798	0.466	0.321	0.666	0.640
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.956	0.307	0.384	<b>0.027*</b>	0.493	0.935	0.173	0.063	0.237	0.611
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.842	0.878	0.072	0.938	0.894	0.363	0.972	0.418	0.415	<b>0.020*</b>
5.ด้านพนักงาน	0.415	0.376	0.515	0.142	0.738	0.558	0.979	0.724	<b>0.037*</b>	0.600
6.ด้านกระบวนการ	0.580	0.743	0.949	0.868	0.167	0.051	0.642	0.260	0.319	0.682
รวม	0.656	<b>0.047*</b>	0.247	0.333	0.918	0.537	0.432	0.469	0.225	0.391

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของทั้ง 2 ธนาคารไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของทั้ง 2 ธนาคารไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศด้านพนักงานแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลำดับ	ธนาคารพาณิชย์ไทย	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.เพศ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
2.อายุ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
3.ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
4.อาชีพ	ยอมรับ	ยอมรับ
5.รายได้ต่อเดือน	ปฏิเสธ	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	T-test								
	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.
ชาย	3.35	0.607	-1.505	0.134	3.20	0.517	-0.676	0.500	
หญิง	3.47	0.591			3.25	0.556			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	3.937	4	0.984	2.837	<b>0.026*</b>
	ภายในกลุ่ม	67.658	195	0.347		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างของธนาคารพาณิชย์ไทย เป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		3.33	3.52	3.51	2.94	3.18
20-29 ปี	3.33		<b>-0.19*</b>	-0.18	0.39	0.15
30-39 ปี	3.52			0.01	<b>0.58*</b>	0.34
40-49 ปี	3.51				<b>0.57*</b>	0.33
50-59 ปี	2.94					-0.24
60 ปีขึ้นไป	3.18					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ โดยอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปีและอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 50-59 ปี

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.736	4	0.184	0.622	0.648
	ภายในกลุ่ม	57.719	195	0.296		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.26** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	1.382	3	0.461	1.286	0.280
	ภายในกลุ่ม	70.213	196	0.358		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.27** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.543	3	0.181	0.613	0.607
	ภายในกลุ่ม	57.912	196	0.295		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.28** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตรา  
สินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.987	3	0.247	0.681	0.606
	ภายในกลุ่ม	70.608	196	0.362		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.29** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.543	4	0.136	0.457	0.767
	ภายในกลุ่ม	57.912	195	0.297		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.30** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	1.719	4	0.430	1.200	0.312
	ภายในกลุ่ม	69.876	195	0.358		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายไต้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความ จงรักภักดีในตราสินค้า โดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.340	4	0.285	0.887	
	ภายในกลุ่ม	58.115	195			
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่ารายไต้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวม  
ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ลำดับ	ธนาคารพาณิชย์ไทย	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.เพศ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
2.อายุ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
3.ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
4.อาชีพ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
5.รายไต้ต่อเดือน	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ จำนวน 200 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงผลการวิเคราะห์ดังนี้

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูล	ธนาคารพาณิชย์ไทย		ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>				
ชาย	84	42.00	69	34.50
หญิง	116	58.00	131	65.50
รวม	200	100	200	100
<b>อายุ</b>				
20 -29 ปี	69	34.50	93	46.50
30-39 ปี	92	46.00	68	34.00
40-49 ปี	24	12.00	22	11.00
50-59 ปี	8	4.00	13	6.50
60 ปีขึ้นไป	7	3.50	4	2.00
รวม	200	100	200	100
<b>ระดับการศึกษา</b>				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	8.00	19	9.50
ปริญญาตรี	129	64.50	132	66.00
ปริญญาโท	50	25.00	42	21.00
ปริญญาเอก	5	2.50	7	3.50
รวม	200	100	200	100
<b>อาชีพ</b>				
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	107	53.50	127	63.50
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	49	24.50	39	19.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	29	14.50	23	11.50
นักศึกษา/แม่บ้าน	6	3.00	4	2.00
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	9	4.50	7	3.50
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูล	ธนาคารพาณิชย์ไทย		ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน				
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	79	39.50	39	19.50
20,001 - 30,000 บาท	53	26.50	62	31.00
30,001 - 40,000 บาท	31	15.50	53	26.50
40,001 - 50,000 บาท	25	12.50	21	10.50
50,001 บาท ขึ้นไป	12	6.00	25	12.50
รวม	200	100	200	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย 200 คน และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 200 คน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

#### ด้านเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.00 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.50 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.50 และ

#### ด้านอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคืออายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.50 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคืออายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 อายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.00 อายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

#### ด้านระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.00 และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 21.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.50 ปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

#### ด้านอาชีพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.50 อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ หนายความ คิดเป็นร้อยละ 4.50 และนักศึกษา/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.50 อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ หนายความ คิดเป็นร้อยละ 3.50 และนักศึกษา/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

#### ด้านรายได้ต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็น 26.50 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.5 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตรธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็น 31.00 รองลงมาคือ 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.50 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย  $\bar{X}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>								
1.รูปแบบบัตรเครดิต	3.48	1.177	มาก	(4)	3.55	1.093	มาก	(2)
2.จำนวนวงเงินสินเชื่อ บัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ	3.37	1.090	ปานกลาง	(5)	3.73	1.078	มาก	(1)
3.ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ออกบัตรเครดิต	3.91	0.793	มาก	(2)	3.10	1.124	ปานกลาง	(5)
4.ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต	4.20	0.902	มาก	(1)	3.36	1.107	ปานกลาง	(3)
5.ความปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บัตรเครดิต	3.81	0.960	มาก	(3)	3.25	1.258	ปานกลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>0.491</b>	<b>มาก</b>		<b>3.9</b>	<b>0.4773</b>	<b>ปานกลาง</b>	
<b>ด้านราคา</b>								
6.ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปี	3.78	1.171	มาก	(1)	2.90	1.160	ปานกลาง	(1)
7.ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า	3.15	1.188	ปานกลาง	(4)	2.49	1.143	น้อย	(4)
8.ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า	3.39	1.189	ปานกลาง	(2)	2.48	1.165	น้อย	(3)
9.อัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระ	3.21	1.100	ปานกลาง	(3)	2.50	1.143	น้อย	(2)
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.594</b>	<b>ปานกลาง</b>		<b>2.59</b>	<b>0.604</b>	<b>ปานกลาง</b>	



ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>								
10.ความสะดวกในการ สมัครสมาชิกบัตรเครดิต	3.34	1.067	ปาน กลาง	(4)	3.61	1.164	มาก	(2)
11.จำนวนร้านค้าที่รับบัตร เครดิต	4.14	1.074	มาก	(2)	3.39	1.074	ปาน กลาง	(3)
12.ความสะดวกในการใช้ บัตรเครดิต	4.17	0.912	มาก	(1)	4.06	1.035	มาก	(1)
13.มีช่องทางในการเลือก ชำระเงินจำนวนมาก	4.13	0.966	มาก	(3)	3.35	1.115	ปาน กลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.538</b>	<b>มาก</b>		<b>3.60</b>	<b>0.572</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>								
14.การได้รับส่วนลดจากกา รใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	3.79	1.049	มาก	(2)	3.82	0.946	มาก	(3)
15.การสะสมคะแนนเพื่อ แลกของรางวัล	3.36	1.059	ปาน กลาง	(5)	4.09	0.988	มาก	(1)
16.ได้รับแผนประกันชีวิต คุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตร	3.36	1.056	ปาน กลาง	(5)	4.09	0.988	มาก	(1)
17.วงเงินขั้นต่ำในการชำระ คืน	3.42	1.062	มาก	(3)	3.14	1.098	ปาน กลาง	(5)
18.การบริการรับชำระค่า สาธารณูปโภคและค่าบริการ ต่างๆ ผ่านบัตรเครดิต	4.01	1.010	มาก	(1)	3.35	1.146	ปาน กลาง	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>0.459</b>	<b>มาก</b>		<b>3.68</b>	<b>0.530</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านพนักงาน</b>								
19.ความรู้ความเข้าใจของ พนักงานในการตอบคำถาม และให้คำแนะนำได้อย่าง ถูกต้อง	3.17	1.115	ปาน กลาง	(4)	3.92	0.976	มาก	(1)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	อันดับ
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>								
20.การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถาม มีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ	3.58	1.122	มาก	(1)	3.88	1.046	มาก	(2)
21.ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.34	1.141	ปานกลาง	(2)	3.56	1.168	มาก	(3)
22.การเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงาน	3.33	1.169	ปานกลาง	(3)	3.54	1.070	มาก	(4)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.550</b>	<b>ปานกลาง</b>		<b>3.72</b>	<b>1.146</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านกระบวนการ</b>								
23.ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต	3.39	1.222	ปานกลาง	(1)	3.96	1.012	มาก	(4)
24.ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก	3.30	1.102	ปานกลาง	(4)	4.14	0.946	มาก	(1)
25.ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ	3.38	1.180	ปานกลาง	(2)	4.10	0.992	มาก	(3)
26.ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้อง	3.36	1.236	ปานกลาง	(3)	4.13	1.002	มาก	(2)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>0.609</b>	<b>ปานกลาง</b>		<b>4.08</b>	<b>0.524</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการได้ดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเห็นต่อคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.91

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเห็นในคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า จำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ รูปแบบบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.55

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับมาก ทั้งสองธนาคาร ได้แก่ รูปแบบบัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่แตกต่างกันได้แก่ จำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต และความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

### ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเห็นต่อคุณภาพบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.39

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเห็นในคุณภาพบริการด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าธรรมเนียมในการสมัครสมาชิกแรกเข้า/รายปี มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 2.90 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 2.50

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปีของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้าและอัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.14

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมาคือ ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.61

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมาก ทั้งสองธนาคาร ได้แก่ ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต และมีช่องทางในการเลือกชำระเงินจำนวนมากของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่างๆผ่านบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.79

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อพบว่า ได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.01

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตรของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก วงเงินขั้นต่ำในการชำระคืนและการบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่าง ๆ ผ่านบัตรเครดิตของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

#### ด้านพนักงาน

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.38

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และการเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงานของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

#### ด้านกระบวนการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 1

มีค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือ ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อผ่านการอนุมัติ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.38

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้อง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.13

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ และความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้องของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 4.3** แสดงภาพรวมเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย			ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.75	0.491	มาก	3.39	0.477	ปานกลาง
2.ด้านราคา	3.38	0.594	ปานกลาง	2.59	0.604	น้อย
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	0.538	มาก	3.60	0.572	มาก
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	0.459	มาก	3.68	0.530	มาก
5.ด้านพนักงาน	3.35	0.550	ปานกลาง	3.72	0.566	มาก
6.ด้านกระบวนการ	3.35	0.609	ปานกลาง	4.08	0.524	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.56</b>	<b>0.248</b>	<b>มาก</b>	<b>3.51</b>	<b>0.269</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ภาพรวมเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในคุณภาพบริการในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคาของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย ด้านพนักงานและด้านกระบวนการของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นของความจงรักภักดีในตราสินค้าระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ความจงรักภักดี ในตราสินค้า	ธนาคารพาณิชย์ไทย			ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
1.ถ้าท่านจะทำบัตรเครดิตเพิ่ม ท่านจะยังคงเลือกทำกับ ธนาคารเดิมหรือไม่	3.66	1.077	มาก	3.27	1.091	ปานกลาง
2.ถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่น มีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือน กับธนาคารเดิมท่านจะยังคงเลือก ทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่	3.68	1.102	มาก	3.92	0.996	มาก
3.หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตรา ดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นท่านจะยังคงเลือก ทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่	3.19	1.145	ปานกลาง	2.59	1.183	น้อย
4.ถ้ามีข่าวของธนาคารออกมา ในด้านลบท่านจะยังคงเลือกทำบัตร กับธนาคารเดิมหรือไม่	3.16	1.228	ปานกลาง	3.17	1.261	ปานกลาง
รวม	3.42	0.593	มาก	3.24	0.542	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของความจงรักภักดีในตราสินค้าระหว่างผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศได้ดังนี้

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่นมีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือนกับธนาคารเดิมก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร และ ถ้ามีข่าวของธนาคารออกมาในด้านลบก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับปานกลางทั้งสองธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ เลือกทำบัตรเครดิตเพิ่มกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และหากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้นก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ปัจจัย	ธนาคารพาณิชย์ไทย						ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ							
	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3		ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1.อัตราค่าธรรมเนียม	42	21.00	31	16.58	34	20.36	(3)	23	11.50	27	14.21	34	20.2	(5)
2.อัตราดอกเบี้ย	25	12.50	21	11.23	25	14.97	(4)	28	14.00	23	12.11	31	20.24	(4)
3.การใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน	24	12.00	20	10.69	21	12.57	(5)	29	14.50	30	15.79	25	14.88	(3)
4.ส่วนลดและสิทธิพิเศษ	46	23.00	60	32.09	47	28.14	(2)	63	31.50	54	28.42	39	23.21	(1)
5.มีสถานที่ชำระเงินมาก	63	31.50	55	29.41	40	23.95	(1)	57	28.50	56	31.05	39	23.21	(2)
รวม	200	100	187	100	167	100		200	100	190	100	168	100	

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายเลือกไม่ครบทุกลำดับ

จากตารางที่ 4.5 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีสถานที่ชำระเงินมาก ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า และอัตราค่าธรรมเนียมตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า มีสถานที่ชำระเงินมาก และการใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ตามลำดับ



ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample t-test และ One Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	T-test								
	เพศ	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ			
		$\bar{X}$	S.D.	t	sig.	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.76	0.519	0.174	0.862	3.40	0.554	0.129	0.898
	หญิง	3.74	0.473			3.39	0.434		
2.ด้านราคา	ชาย	3.30	0.606	-1.563	0.120	2.61	0.576	0.256	0.798
	หญิง	3.43	0.582			2.58	0.620		
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	3.93	0.500	-0.056	0.956	3.59	0.588	-0.081	0.935
	หญิง	3.94	0.566			3.60	0.566		
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.60	0.492	0.199	0.842	3.63	0.560	-0.911	0.363
	หญิง	3.58	0.435			3.70	0.515		
5.ด้านพนักงาน	ชาย	3.39	0.564	0.817	0.415	3.75	0.568	0.587	0.558
	หญิง	3.33	0.541			3.70	0.523		
6.ด้านกระบวนการ	ชาย	3.32	0.595	-0.554	0.580	3.98	0.515	-1.961	0.051
	หญิง	3.37	0.622			4.13	0.523		
รวม	ชาย	3.55	0.247	-0.446	0.656	3.50	0.305	-0.619	0.537
		3.57	0.250			3.52	0.250		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.643	4	0.661	2.837	<b>0.026*</b>
	ภายในกลุ่ม	45.417	195	0.233		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.764	4	0.441	1.256	0.289
	ภายในกลุ่ม	68.485	195	0.351		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.395	4	0.349	1.212	0.307
	ภายในกลุ่ม	56.135	195	0.288		
	รวม	57.530	199			
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.255	4	0.064	0.299	0.878
	ภายในกลุ่ม	41.645	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.287	4	0.322	1.064	0.376
	ภายในกลุ่ม	58.986	195	0.302		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.735	4	0.184	0.490	0.743
	ภายในกลุ่ม	73.164	195	0.375		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.588	4	0.147	2.455	<b>0.047*</b>
	ภายในกลุ่ม	11.683	195	0.060		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		3.67	3.82	3.88	3.48	3.43
20-29 ปี	3.67		-0.15	-0.21	0.19	0.24
30-39 ปี	3.82			-0.06	0.34	<b>0.39*</b>
40-49 ปี	3.88				<b>0.40*</b>	<b>0.45*</b>
50-59 ปี	3.48					0.05
60 ปีขึ้นไป	3.43					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ โดยอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 60 ปีขึ้นไป และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 50-59 ปี

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.630	4	0.408	1.817	0.127
	ภายในกลุ่ม	43.723	195	0.224		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.312	4	0.328	0.898	0.466
	ภายในกลุ่ม	71.193	195	0.365		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.083	4	0.521	1.611	0.173
	ภายในกลุ่ม	63.029	195	0.323		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.147	4	0.037	0.129	0.972
	ภายในกลุ่ม	55.844	195	0.286		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.143	4	0.036	0.110	0.979
	ภายในกลุ่ม	63.504	195	0.326		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.696	4	0.174	0.629	0.642
	ภายในกลุ่ม	53.921	195	0.277		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.278	4	0.70	0.957	0.432
	ภายในกลุ่ม	14.163	195	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.335	3	0.112	0.458	0.712
	ภายในกลุ่ม	47.725	196	0.243		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.973	3	0.324	0.918	0.433
	ภายในกลุ่ม	69.275	196	0.353		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.885	3	0.295	1.021	0.384
	ภายในกลุ่ม	56.645	196	0.289		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.463	3	0.488	2.363	0.072
	ภายในกลุ่ม	40.437	196	0.206		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.698	3	0.233	0.766	0.515
	ภายในกลุ่ม	59.575	196	0.304		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.134	3	0.045	0.119	0.949
	ภายในกลุ่ม	73.764	196	0.376		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.255	3	0.085	1.384	0.249
	ภายในกลุ่ม	12.017	196	0.061		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.427	3	0.142	0.621	0.602
	ภายในกลุ่ม	44.926	196	0.229		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.280	3	0.427	1.174	0.321
	ภายในกลุ่ม	71.225	196	0.363		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.370	3	0.790	2.468	0.063
	ภายในกลุ่ม	62.742	196	0.320		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.802	3	0.267	0.950	0.418
	ภายในกลุ่ม	55.189	196	0.282		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.426	3	0.142	0.441	0.724
	ภายในกลุ่ม	63.221	196	0.323		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.104	3	0.062	0.848	0.260
	ภายในกลุ่ม	53.513	196	0.73		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.185	3	0.062	0.848	0.469
	ภายในกลุ่ม	14.256	196	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	0.461	4	0.865	3.783	<b>0.005*</b>
	ภายในกลุ่ม	44.599	195	0.229		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.888	4	0.222	0.624	0.646
	ภายในกลุ่ม	69.360	195	0.356		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.131	4	0.783	2.806	<b>0.027*</b>
	ภายในกลุ่ม	54.399	195	0.279		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.171	4	0.043	0.200	0.938
	ภายในกลุ่ม	41.729	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.081	4	0.520	1.743	0.142
	ภายในกลุ่ม	58.193	195	0.298		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.473	4	0.118	0.314	0.868
	ภายในกลุ่ม	73.426	195	0.377		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.283	4	0.071	1.153	0.333
	ภายในกลุ่ม	11.988	195	0.061		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตริ์เครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.13 และ 4.14

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา/ แม่บ้าน	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ
		3.78	3.79	3.64	4.07	3.24
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.78		-0.01	0.14	-0.29	<b>0.54*</b>
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.79			0.15	-0.28	<b>0.55*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.64				<b>-0.43*</b>	<b>0.40*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	4.07					<b>0.83*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.24					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 5 คู่ โดยอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และอาชีพนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา/ แม่บ้าน	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ
		3.88	4.02	4.03	4.38	3.61
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.88		-0.14	-0.15	<b>-0.50*</b>	0.27
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.02			-0.01	-0.36	<b>0.41*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.03				-0.35	<b>0.42*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	4.38					<b>0.77*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.61					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ โดยอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และอาชีพนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน



ตารางที่ 4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อ  
คุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.182	4	0.296	1.305	0.270
	ภายในกลุ่ม	44.171	195	0.227		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.875	4	0.219	0.596	0.666
	ภายในกลุ่ม	71.630	195	0.367		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.811	4	0.453	1.395	0.237
	ภายในกลุ่ม	63.301	195	0.325		
	รวม	65.112	199			
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.114	4	0.278	0.989	0.415
	ภายในกลุ่ม	54.878	195	0.281		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.234	4	0.809	2.610	<b>0.037*</b>
	ภายในกลุ่ม	60.413	195	0.310		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.295	4	0.324	1.184	0.319
	ภายในกลุ่ม	53.322	195	0.273		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.412	4	0.103	1.433	0.225
	ภายในกลุ่ม	14.029	195	0.072		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน ในด้านพนักงานจึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านพนักงานของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่

อาชีพ	$\bar{X}$	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน 3.69	รับราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ 3.87	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว 3.77	นักศึกษา/ แม่บ้าน 3.94	อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ 3.18
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	3.69		-0.18	-0.08	-0.25	<b>0.51*</b>
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.87			0.10	-0.07	<b>0.69*</b>
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.77				-0.17	<b>0.59*</b>
นักศึกษา/แม่บ้าน	3.94					<b>0.76*</b>
อื่น ๆ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ	3.18					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่าง ด้านพนักงานของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 4 คู่ โดยอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.100	4	0.225	0.102	0.982
	ภายในกลุ่ม	47.960	195	0.246		
	รวม	48.060	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.340	4	0.085	0.237	0.917
	ภายในกลุ่ม	69.909	195	0.359		
	รวม	70.249	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.990	4	0.248	0.854	0.493
	ภายในกลุ่ม	56.540	195	0.290		
	รวม	57.530	199			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.235	4	0.059	0.274	0.894
	ภายในกลุ่ม	41.665	195	0.214		
	รวม	41.900	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.609	4	0.152	0.498	0.738
	ภายในกลุ่ม	59.665	195	0.306		
	รวม	60.274	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.395	4	0.599	1.633	0.167
	ภายในกลุ่ม	71.504	195	0.367		
	รวม	73.899	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.059	4	0.015	0.236	0.918
	ภายในกลุ่ม	12.212	195	0.063		
	รวม	12.272	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.709	4	0.427	1.908	0.111
	ภายในกลุ่ม	43.644	195	0.224		
	รวม	45.353	199			
2.ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	0.928	4	0.232	0.632	0.640
	ภายในกลุ่ม	71.577	195	0.367		
	รวม	72.505	199			
3.ด้านช่องทางการ การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	0.888	4	0.222	0.674	0.611
	ภายในกลุ่ม	64.225	195	0.329		
	รวม	65.112	199			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4.ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.225	4	0.806	2.979	<b>0.020*</b>
	ภายในกลุ่ม	52.767	195	0.271		
	รวม	55.992	199			
5.ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.887	4	0.222	0.689	0.600
	ภายในกลุ่ม	62.760	195	0.322		
	รวม	63.647	199			
6.ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.636	4	0.159	0.574	0.682
	ภายในกลุ่ม	53.982	195	0.277		
	รวม	54.617	199			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.300	4	0.075	1.034	0.391
	ภายในกลุ่ม	14.141	195	0.073		
	รวม	14.441	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาดจึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		3.79	3.49	3.78	3.74	3.70
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	3.79		<b>0.30*</b>	0.01	0.05	0.09
20,001-30,000 บาท	3.49			<b>-0.29*</b>	-0.25	-0.21
30,001-40,000 บาท	3.78				0.04	0.08
40,001-50,000 บาท	3.74					0.04
50,001 บาทขึ้นไป	3.70					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่าง ด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ โดยรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์

คุณภาพบริการ	ธนาคารพาณิชย์ไทย					ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ				
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
	P-Value					P-Value				
1.ด้านผลิตภัณฑ์	0.862	<b>0.026*</b>	0.712	<b>0.005*</b>	0.982	0.898	0.127	0.602	0.270	0.111
2.ด้านราคา	0.120	0.289	0.433	0.646	0.917	0.798	0.466	0.321	0.666	0.640
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.956	0.307	0.384	<b>0.027*</b>	0.493	0.935	0.173	0.063	0.237	0.611
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.842	0.878	0.072	0.938	0.894	0.363	0.972	0.418	0.415	<b>0.020*</b>
5.ด้านพนักงาน	0.415	0.376	0.515	0.142	0.738	0.558	0.979	0.724	<b>0.037*</b>	0.600
6.ด้านกระบวนการ	0.580	0.743	0.949	0.868	0.167	0.051	0.642	0.260	0.319	0.682
รวม	0.656	<b>0.047*</b>	0.247	0.333	0.918	0.537	0.432	0.469	0.225	0.391

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของทั้ง 2 ธนาคารไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของทั้ง 2 ธนาคารไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศด้านพนักงานแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลำดับ	ธนาคารพาณิชย์ไทย	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.เพศ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
2.อายุ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
3.ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
4.อาชีพ	ยอมรับ	ยอมรับ
5.รายได้ต่อเดือน	ปฏิเสธ	ยอมรับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent Sample t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 สามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.22** แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	T-test								
	ธนาคารพาณิชย์ไทย				ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ				
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.	$\bar{X}$	S.D.	t	sig.
ชาย	3.35	0.607	-1.505	0.134	3.20	0.517	-0.676	0.500	
หญิง	3.47	0.591			3.25	0.556			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	3.937	4	0.984	2.837	<b>0.026*</b>
	ภายในกลุ่ม	67.658	195	0.347		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างของธนาคารพาณิชย์ไทย เป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		3.33	3.52	3.51	2.94	3.18
20-29 ปี	3.33		<b>-0.19*</b>	-0.18	0.39	0.15
30-39 ปี	3.52			0.01	<b>0.58*</b>	0.34
40-49 ปี	3.51				<b>0.57*</b>	0.33
50-59 ปี	2.94					-0.24
60 ปีขึ้นไป	3.18					

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างของธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ โดยอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปีและอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 50-59 ปี

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.736	4	0.184	0.622	0.648
	ภายในกลุ่ม	57.719	195	0.296		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน



**ตารางที่ 4.26** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	1.382	3	0.461	1.286	0.280
	ภายในกลุ่ม	70.213	196	0.358		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.27** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.543	3	0.181	0.613	0.607
	ภายในกลุ่ม	57.912	196	0.295		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.28** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตรา  
สินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.987	3	0.247	0.681	0.606
	ภายในกลุ่ม	70.608	196	0.362		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.29** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.543	4	0.136	0.457	0.767
	ภายในกลุ่ม	57.912	195	0.297		
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.30** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

ความจงรักภักดีในตรา สินค้าโดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	1.719	4	0.430	1.200	0.312
	ภายในกลุ่ม	69.876	195	0.358		
	รวม	71.595	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความ  
จงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกัน

ความ จงรักภักดีในตราสินค้า โดยรวม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	0.340	4	0.285	0.887	
	ภายในกลุ่ม	58.115	195			
	รวม	58.455	199			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวม  
ของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ลำดับ	ธนาคารพาณิชย์ไทย	ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ
	ผลการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.เพศ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
2.อายุ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
3.ระดับการศึกษา	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
4.อาชีพ	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ
5.รายได้ต่อเดือน	ปฏิเสธ	ปฏิเสธ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการในธุรกิจบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่นมีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือนกับธนาคารเดิมก็

ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร เรื่องถ้ามีข่าวของธนาคารออกมาในด้านลบก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทั้งสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องการเลือกทำบัตรเครดิตเพิ่มกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องหากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยมากที่สุดคือ มีสถานที่ชำระเงินมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศคือ ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

**ด้านเพศ** พบว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านอายุ** พบว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนอายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านระดับการศึกษา** พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านอาชีพ** พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกันในด้านพนักงาน

**ด้านรายได้ต่อเดือน** พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกันในการส่งเสริมการตลาด

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ส่วนผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันเพศหญิงมีการศึกษาและรายได้ที่ดีขึ้น จึงทำให้อัตราการใช้บัตรเครดิตของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย ผู้ถือบัตรเครดิตมีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานเป็นผู้ที่มีรายได้ประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 33.40 ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ที่ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบบัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องจำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก เรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต และความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ถือบัตรมีความมั่นใจในการใช้บัตรธนาคารพาณิชย์ไทยมากกว่าธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งผู้ถือบัตรให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความปลอดภัยของธนาคาร เพื่อต้องการได้รับความคุ้มครองจากผู้ถือบัตรและเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการบัตรเครดิตซึ่งสอดคล้องกับ สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้านักธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าสมาชิกบัตรเครดิตให้ความสำคัญในชื่อเสียงของธนาคารอยู่ในระดับมาก

**ด้านราคา** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ที่ถือบัตรให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปีของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้าและอัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ถือบัตรเห็นว่าธนาคารพาณิชย์ไทยมีค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิกน้อยกว่าธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งผู้ถือบัตรมองว่าต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่แพงเกินไป ซึ่งเป็นการถูกธนาคารเอาเปรียบ ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ รอดพระ (2549) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจักร กรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการส่งเสริมการขายที่ประสบความสำเร็จได้แก่การยกเว้นค่าธรรมเนียม

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ

พบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก เรื่องจำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต และมีช่องทางในการเลือกชำระเงินจำนวนมากของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันธุรกิจบัตรเครดิตมีการแข่งขันอย่างรุนแรงทำให้ผู้ออกบัตรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สร้างความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สურางค์รัตน์ ไพบิวาศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ได้อธิบายว่าส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าจะใช้บริการของธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องการได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตรธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก เรื่องวงเงินขั้นต่ำในการชำระคืนและการบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่าง ๆ ผ่านบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ออกบัตรมีการส่งเสริมการตลาดหลายวิธีเพื่อต้องการรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ซึ่งแต่ละแบบก็จะเจาะลูกค้าแต่ละระดับแตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ รอดพระ (2549) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจักร กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก

ด้านพนักงาน พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องการให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการของ



พนักงาน และเรื่องการเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย เพราะธุรกิจบัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่ให้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นจึงต้องมีการคัดเลือกพนักงาน มีการฝึกอบรม การพัฒนาความสามารถของพนักงานให้ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ สอดคล้องกับ รัตนาภรณ์ แแบ่งใจ (2551) การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเช่นเดียวกับสินค้าอื่นนอกจากนี้ยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นเพิ่มเติมประกอบด้วยบุคคล

**ด้านกระบวนการ** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต เรื่องขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก เรื่องความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ และเรื่องความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้องธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมีกระบวนการให้บริการบัตรเครดิตที่สมบูรณ์แบบกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย เพราะลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับกระบวนการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง ถึงแม้ว่ากระบวนการนั้นจะมีความซับซ้อนเพียงใด ลูกค้าไม่ได้มีส่วนในการรับรู้ สอดคล้องกับ รัตนาภรณ์ แแบ่งใจ (2551) การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้อธิบายส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้าในด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการที่ครบถ้วน

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ควรพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยเฉพาะปัจจัยด้านสถานที่ชำระเงิน เนื่องจากผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่ชำระเงิน ดังนั้นผู้ออกบัตรเครดิตควรเพิ่มสถานที่รับชำระเงินที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หรือเพิ่มบริการพิเศษด้วยการตัดบัญชีชำระบัตรเครดิตผ่านธนาคารอื่น โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ควรพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยเฉพาะด้านส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าสมาชิก เนื่องจากผู้ออกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ออกบัตรต้องเพิ่มร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก พร้อมทั้งมีสิทธิพิเศษหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกได้ตามความต้องการ

#### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ผลจากการศึกษาพบว่า ธุรกิจบัตรเครดิตยังเป็นธุรกิจที่ลูกค้าสนใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรอยู่ถึงแม้ว่าจะไม่สูงนัก เพราะสภาพเศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควร แต่ก็ยังทำให้ผู้บริโภคสะดวกที่ไม่ต้องพกพาเงินสด ดังนั้นธนาคารจึงมุ่งเน้นในการรักษาลูกค้าเดิมให้มีความจงรักภักดีและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ออกบัตรเครดิต ยังเป็นที่น่าสนใจจึงต้องมีการพัฒนาในการให้บริการลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถอยู่ในธุรกิจและสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งงานวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่มีผลกระทบต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิต หรือศึกษาการซื้อสินค้าหรือบริการ ตลอดจนชำระค่าบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าผู้บริโภคเกิดความรู้สึกรับประกันและปลอดภัยในการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ก็จะทำให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตมากขึ้น ผู้วิจัยคิดว่าจะมีประโยชน์สำหรับผู้สนใจธุรกิจบัตรเครดิต หรือผู้ออกบัตร จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการในธุรกิจบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง และผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์เปรียบเทียบความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่นมีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือนกับธนาคารเดิมก็

ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้งสองธนาคาร เรื่องถ้ามีข่าวของธนาคารออกมาในด้านลบก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทั้งสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องการเลือกทำบัตรเครดิตเพิ่มกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องหากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นก็ยังคงทำบัตรกับธนาคารเดิมของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยมากที่สุดคือ มีสถานที่ชำระเงินมาก ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศคือ ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า

**ส่วนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

**ด้านเพศ** พบว่า เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านอายุ** พบว่า อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนอายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านระดับการศึกษา** พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

**ด้านอาชีพ** พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกันในด้านพนักงาน

**ด้านรายได้ต่อเดือน** พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศแตกต่างกันในการส่งเสริมการตลาด

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมแตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความจงรักภักดีในตราสินค้าโดยรวมของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศไม่แตกต่างกัน

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ส่วนผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันเพศหญิงมีการศึกษาและรายได้ที่ดีขึ้น จึงทำให้อัตราการใช้บัตรเครดิตของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย ผู้ถือบัตรเครดิตมีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงานเป็นผู้ที่มีรายได้ประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 33.40 ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

**ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ที่ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบบัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องจำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก เรื่องความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ถือบัตรเครดิต ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต และความปลอดภัยและความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ถือบัตรมีความมั่นใจในการใช้บัตรธนาคารพาณิชย์ไทยมากกว่าธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งผู้ถือบัตรให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและความปลอดภัยของธนาคาร เพื่อต้องการได้รับความคุ้มครองจากผู้ถือบัตรและเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการบัตรเครดิตซึ่งสอดคล้องกับ สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้านักธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ที่พบว่าสมาชิกบัตรเครดิตให้ความสำคัญในชื่อเสียงของธนาคารอยู่ในระดับมาก

**ด้านราคา** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ที่ถือบัตรให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปีของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมาก ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้าและอัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ถือบัตรเห็นว่าธนาคารพาณิชย์ไทยมีค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิกน้อยกว่าธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ซึ่งผู้ถือบัตรมองว่าต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่แพงเกินไป ซึ่งเป็นการถูกธนาคารเอาเปรียบ ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ รอดพระ (2549) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจักร กรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการส่งเสริมการขายที่ประสบความสำเร็จได้แก่การยกเว้นค่าธรรมเนียม

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ

พบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด เรื่องจำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต และมีช่องทางในการเลือกชำระเงินจำนวนมากของธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมากที่สุด ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันธุรกิจบัตรเครดิตมีการแข่งขันอย่างรุนแรงทำให้ผู้ออกบัตรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สร้างความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สურางค์รัตน์ ไพบิวาศิริธรรม (2552) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ แขวงสีลม กรุงเทพมหานคร ได้อธิบายว่าส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าจะใช้บริการของธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องการได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันเรื่องการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล และได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตรธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด เรื่องวงเงินขั้นต่ำในการชำระคืนและการบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่าง ๆ ผ่านบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ออกบัตรมีการส่งเสริมการตลาดหลายวิธีเพื่อต้องการรักษฐานลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ซึ่งแต่ละแบบก็จะเจาะลูกค้าแต่ละระดับแตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับ สมศักดิ์ รอดพระ (2549) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจักร กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านพนักงาน พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในเรื่องการให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพอยู่ในระดับมากที่สุดสองธนาคาร ส่วนความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการของ

พนักงาน และเรื่องการเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมีการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย เพราะธุรกิจบัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่ให้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นจึงต้องมีการคัดเลือกพนักงาน มีการฝึกอบรม การพัฒนาความสามารถของพนักงานให้ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ สอดคล้องกับ รัตนาภรณ์ แแบ่งใจ (2551) การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาดเช่นเดียวกับสินค้าอื่นนอกจากนี้ยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นเพิ่มเติมประกอบด้วยบุคคล

**ด้านกระบวนการ** พบว่าผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ถือบัตรให้ความคิดเห็นในระดับที่แตกต่างกันในเรื่องความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต เรื่องขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก เรื่องความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ออกบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ และเรื่องความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้องธนาคารพาณิชย์ไทยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศอยู่ในระดับมาก

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมีกระบวนการให้บริการบัตรเครดิตที่สมบูรณ์แบบกว่าธนาคารพาณิชย์ไทย เพราะลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับกระบวนการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง ถึงแม้ว่ากระบวนการนั้นจะมีความซับซ้อนเพียงใด ลูกค้าไม่ได้มีส่วนในการรับรู้ สอดคล้องกับ รัตนาภรณ์ แแบ่งใจ (2551) การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้อธิบายส่วนประสมการตลาดในมุมมองลูกค้าในด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการที่ครบถ้วน

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ควรพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยเฉพาะปัจจัยด้านสถานที่ชำระเงิน เนื่องจากผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ในเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่ชำระเงิน ดังนั้นผู้ออกบัตรเครดิตควรเพิ่มสถานที่รับชำระเงินที่เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง หรือเพิ่มบริการพิเศษด้วยการตัดบัญชีชำระบัตรเครดิตผ่านธนาคารอื่น โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



2. สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ควรพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยเฉพาะด้านส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้าสมาชิก เนื่องจากผู้ออกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ออกบัตรต้องเพิ่มร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก พร้อมทั้งมีสิทธิพิเศษหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกได้ตามความต้องการ

#### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ผลจากการวิจัยพบว่า ธุรกิจบัตรเครดิตยังเป็นธุรกิจที่ลูกค้าสนใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรอยู่ถึงแม้ว่าจะไม่สูงนัก เพราะสภาพเศรษฐกิจไม่ดีเท่าที่ควร แต่ก็ยังทำให้ผู้บริโภคสะดวกที่ไม่ต้องพกพาเงินสด ดังนั้นธนาคารจึงมุ่งเน้นในการรักษาลูกค้าเดิมให้มีความจงรักภักดีและขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

การศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการของผู้ออกบัตรเครดิต ยังเป็นที่น่าสนใจจึงต้องมีการพัฒนาในการให้บริการลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถอยู่ในธุรกิจและสร้างกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งงานวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่มีผลกระทบต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิต หรือศึกษาการซื้อสินค้าหรือบริการ ตลอดจนชำระค่าบัตรเครดิตผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าผู้บริโภคเกิดความรู้สึกรับประกันและปลอดภัยในการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ก็จะทำให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตมากขึ้น ผู้วิจัยคิดว่าจะมีประโยชน์สำหรับผู้สนใจธุรกิจบัตรเครดิต หรือผู้ออกบัตร จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

## บรรณานุกรม

- คณาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี. 2545.  
    **หลักการจัดการ.** กรุงเทพฯ : บริษัท เซ็นทรัล เอ็กซ์เพรส จำกัด.
- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนบุรี. 2547.  
    **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ : ทริปเพิล เอ็ดดูเคชั่น.
- เชิดชัย ชูปาน. 2551. **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเงินผ่อนของประชาชนในเขต  
    กรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
    รัตนบุรี.
- ดวงใจ เนตรระควาสนะ. 2551. **เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
    ราชมงคลรัตนบุรี(ภาคปกติ) ต่อการใช้บริการหอพักมหาวิทยาลัย และหอพักเอกชน.**  
    การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนบุรี.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพฯ : บิสิเนสอาร์  
    แอนด์ดี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ของไทย ณ สิ้นปี 2554 และ ข้อมูลธนาคาร  
    พาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : [www.bot.ot.th](http://www.bot.ot.th),  
    [สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555]
- นิตยสารผู้จัดการ. หัวข้อตราสินค้ามีผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
    [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th), [สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2555]
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2555. **ธุรกิจบัตรเครดิตปี 2554.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :  
    [www.kasikornresearch.com](http://www.kasikornresearch.com), [สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2555]
- ปวีณา คำมา. 2553. **เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าทางด้านส่วนประสมทางการตลาดระหว่าง  
    เอสแอนด์พีและพีแอนด์พาย.** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
    ราชมงคลรัตนบุรี.
- รัตนภรณ์ แปงใจ. 2551. **การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต  
    บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน).** การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต  
    มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

สมศักดิ์ รอดพระ. 2549. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตและความ

พึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร.

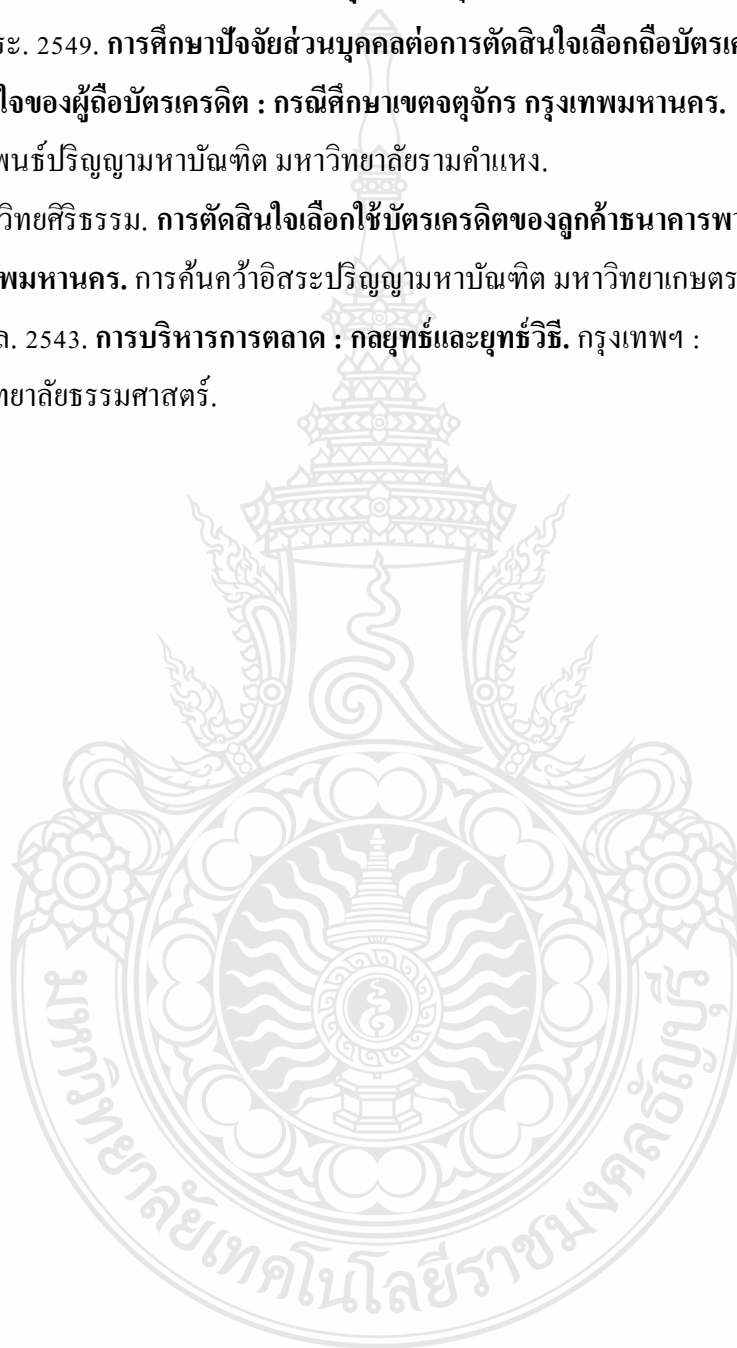
สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุรางค์รัตน์ ไพวิทยศิริธรรม. การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้านักวิชาการพาณิชย์ แขวงสีลม

กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุล จาตุรงค์กุล. 2543. การบริหารการตลาด : กลยุทธ์และยุทธวิธี. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหัวข้อ “การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาท่านในการตอบแบบสอบถามให้สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 ความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ส่วนที่ 4 จัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวกิตติญา ชุศิริโรจน์

ผู้วิจัย

## แบบสอบถาม

เรื่อง การเปรียบเทียบคุณภาพบริการบัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทย  
และธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ท่านถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ใด (โปรดระบุเพียง 1 ธนาคาร)

- ธนาคารพาณิชย์ไทย  
 ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. 20 -29 ปี  2. 30-39 ปี  
 3. 40 -49 ปี  4. 50-59 ปี  
 5. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. ปริญญาตรี  
 3. ปริญญาโท  4. ปริญญาเอก

4. อาชีพ

1. รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน  2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว  4. นักศึกษา/แม่บ้าน  
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท  2. 20,001 – 30,000 บาท  
 3. 30,001 - 40,000 บาท  4. 40,001 - 50,000 บาท  
 5. 50,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการบัตรเครดิต

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- 5 หมายถึง มีคุณภาพบริการมากที่สุด      4 หมายถึง มีคุณภาพบริการมาก  
 3 หมายถึง มีคุณภาพบริการปานกลาง      2 หมายถึง มีคุณภาพบริการน้อย  
 1 หมายถึง มีคุณภาพบริการน้อยที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. รูปแบบบัตรเครดิต เช่น บัตรไอ, ลีสันสวายงาม					
2. จำนวนวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ					
3. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของผู้ออกบัตรเครดิต					
4. ความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของบัตรเครดิต					
5. ความปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บัตรเครดิต					
<b>ด้านราคา</b>					
6. ค่าธรรมเนียมสมาชิกแรกเข้า/รายปี					
7. ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า					
8. ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินล่าช้า					
9. อัตราดอกเบี้ยของยอดค้างชำระ					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
10. ความสะดวกในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิต เช่น สมัครผ่านตัวแทน, จดรับสมัครตามห้างสรรพสินค้า					
11. จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต					
12. ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต					
13. มีช่องทางในการเลือกชำระเงินจำนวนมาก					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
14. การได้รับส่วนลดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต					
15. การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล					
16. ได้รับแผนประกันชีวิตคุ้มครองสำหรับผู้ถือบัตร					
17. วงเงินขั้นต่ำในการชำระคืน เช่น 10% ของยอดที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต					
18. การบริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่างๆผ่านบัตรเครดิต					
<b>ด้านพนักงาน</b>					
19. ความรู้ความเข้าใจของพนักงานในการตอบคำถามและให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง					
20. การให้บริการของพนักงานในการตอบคำถามมีมารยาทและใช้คำพูดที่สุภาพ					
21. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน					
22. การเอาใจใส่ดูแลและคอยให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าของพนักงาน					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
23. ความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต					
24. ขั้นตอนในการสมัครสมาชิกไม่ยุ่งยาก					
25. ความสะดวกในการรับมอบบัตรจากผู้ถือบัตรเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติ เช่น ทางไปรษณีย์หรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ					
26. ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ทันสมัยและถูกต้อง					



### ส่วนที่ 3 ความจงรักภักดีในตราสินค้า

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มีความจงรักภักดีมากที่สุด 4 หมายถึง มีความจงรักภักดีมาก

3 หมายถึง มีความจงรักภักดีปานกลาง 2 หมายถึง มีความจงรักภักดีน้อย

1 หมายถึง มีความจงรักภักดีน้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ทำ แน่นอน	ทำ	ไม่ แน่ใจ	ไม่ทำ	ไม่ทำ แน่นอน
1. ถ้าท่านจะทำบัตรเครดิตเพิ่มท่านจะยังคงเลือกทำกับธนาคารเดิมหรือไม่					
2. ถ้าบัตรเครดิตธนาคารอื่นมีการจัดการส่งเสริมการขายที่เหมือนกับธนาคารเดิม ท่านจะยังคงเลือกทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่					
3. ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น (เช่น 0.5%, 1%) ท่านจะยังคงเลือกทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่					
4. ถ้ามีข่าวของธนาคารออกมาในด้านลบ ท่านจะยังคงเลือกทำบัตรกับธนาคารเดิมหรือไม่					

### ส่วนที่ 4 กรุณาจัดอันดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยเรียงลำดับ

จากมากไปหาน้อย (โปรดระบุตัวเลข 1,2,3 ลงใน \_\_\_\_\_)

- \_\_\_\_\_ อัตราค่าธรรมเนียม
- \_\_\_\_\_ อัตราดอกเบี้ย
- \_\_\_\_\_ การใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน
- \_\_\_\_\_ ส่วนลดและสิทธิพิเศษจากร้านค้า
- \_\_\_\_\_ มีสถานที่ชำระเงินมาก

## ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นางสาวกิตติญา ชุศิริโรจน์
- วัน เดือน ปีเกิด : 12 สิงหาคม 2526
- ที่อยู่ : 11/204 ซอยช่างอากาศอุทิศ12 แขวงดอนเมือง เขตดอนเมือง  
กรุงเทพมหานคร 10210
- ประวัติการศึกษา : ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนดอนเมืองจาตุรจินดา  
ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลธัญบุรี
- ประวัติการทำงาน : ปี 2550 - ปัจจุบัน ธนาคารออมสิน  
ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการ
- โทรศัพท์ : 0846397230
- อีเมล : tik\_gsb@hotmail.co.th

