

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ประชากรที่ทำการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีอายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็น ร้อยละ 61.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 29,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.75 และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 67.50

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตสถาบันการเงิน ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (KBANK) บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.50 มีเหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต คือ สิทธิพิเศษของบัตร คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีการใช้บัตรเครดิตเพื่อประโยชน์ คือ เพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 27.84 มีการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ ประเภท อาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 21.21 และมีผู้แนะนำให้ใช้บัตรเครดิต คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 71.75

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์

ส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

สำหรับปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด สามารถสรุปได้ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลง และการคัดลอกข้อมูลบัตร (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.03) และสิทธิประโยชน์พื้นฐานของบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม, การแลกของรางวัล เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.96)

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.99) และระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97)

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทาง Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.19) และสามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรได้ที่สาขาของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.00)

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา การคืนเงินสดเข้าบัญชีเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และการสะสมคะแนนแลกของรางวัลและสิทธิพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ตารางที่ 5.1 สรุปค่าเฉลี่ยของระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผล
1	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	ด้านการจัดจำหน่าย	4.28	มาก
2	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.21	มาก
3	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทาง Call Center	ด้านการจัดจำหน่าย	4.19	มาก
4	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร	ด้านผลิตภัณฑ์	4.05	มาก
5	การคืนเงินสดเข้าบัญชีเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้าและบริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.04	มาก
6	การสะสมคะแนนแลกของรางวัลและสิทธิพิเศษ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.03	มาก
7	ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต	ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	มาก
8	ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ	ด้านราคา	4.02	มาก
9	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรได้ที่สาขาของธนาคาร	ด้านการจัดจำหน่าย	4.00	มาก
10	ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร	ด้านราคา	3.99	มาก
11	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของบัตร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	มาก
12	ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า	ด้านราคา	3.97	มาก
13	สิทธิประโยชน์พื้นฐานของบัตรเครดิต เช่นการสะสมแต้ม, การแลกของรางวัล เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	มาก
14	ค่าธรรมเนียมแรกเข้าของบัตร	ด้านราคา	3.94	มาก
15	ค่าธรรมเนียมการใช้บริการร้านค้ารับบัตรเครดิต	ด้านราคา	3.93	มาก
16	วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.93	มาก
17	ของสมนาคุณจากการสมัครบัตรเครดิต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	มาก
18	การอนุมัติง่าย รวดเร็ว	ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	มาก
19	มีช่องทางการติดต่อเฉพาะสำหรับลูกค้า VIP	ด้านการจัดจำหน่าย	3.82	มาก
20	ใช้เอกสารประกอบการสมัครไม่ยุ่งยาก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	มาก
21	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรได้ที่สำนักงานอื่นๆ ที่ธนาคารจัดตั้งขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า	ด้านการจัดจำหน่าย	3.81	มาก

ตารางที่ 5.1 สรุปค่าเฉลี่ยของระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์เรียงลำดับจากมากไปน้อย (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผล
22	สิทธิประโยชน์พิเศษเฉพาะบัตรแต่ละประเภท เช่น บริการห้องรับรองพิเศษ, บริการ ที่จอดรถ เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	3.81	มาก
23	จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรเครดิต	ด้านผลิตภัณฑ์	3.81	มาก
24	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรเครดิต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.80	มาก
25	อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆ	ด้านราคา	3.80	มาก
26	ค่าธรรมเนียมการออกบัตรใหม่แทนบัตรเดิมกรณี สูญหายหรือหาย เป็นต้น	ด้านราคา	3.79	มาก
27	หลักเกณฑ์คุณสมบัติของผู้สมัครไม่ยุ่งยาก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.79	มาก
28	บัตรเครดิตร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจจำนวนมาก เช่น ห้างร้าน,สถานบริการต่างๆ ที่ร่วมออกบัตรเครดิต เป็นต้น	ด้านผลิตภัณฑ์	3.77	มาก
29	มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์บัตรเครดิตผ่านสื่อต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	มาก
30	อัตราดอกเบี้ยในการผัดผ่อนชำระหนี้	ด้านราคา	3.70	มาก
31	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทางพนักงานขายของธนาคาร	ด้านการจัดจำหน่าย	3.68	มาก
32	บัตรสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผู้ใช้บัตร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	มาก
33	ค่าติดตามทางถามหนี้ ต้องงวด	ด้านราคา	3.60	มาก
34	ค่าธรรมเนียมเบิกถอนเงินสด	ด้านราคา	3.59	มาก
35	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านช่องทางออนไลน์	ด้านการจัดจำหน่าย	3.53	มาก
36	ความรู้และการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก
37	บัตรสามารถแสดงสถานะทางสังคมของผู้ใช้บัตร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	มาก

**ตารางที่ 5.1 สรุปค่าเฉลี่ยของระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์เรียงลำดับจากมากไปน้อย (ต่อ)**

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	ระดับการมีผล
38	การนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง
39	การสร้างสังคมออนไลน์ให้กับผู้ถือบัตร	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.34	ปานกลาง
40	สามารถติดต่อธนาคารได้ของบัตรผ่านทางพนักงานขายอิสระ	ด้านการจัดจำหน่าย	3.25	ปานกลาง
41	ความสวยงามสีสันทันและลวดลายบนบัตร	ด้านผลิตภัณฑ์	3.14	ปานกลาง
42	ค่าธรรมเนียมความเสี่ยงจากการแปลงสกุลเงินในการใช้บัตรเครดิตในต่างประเทศ	ด้านราคา	3.13	ปานกลาง

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ 3 ลำดับแรก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยหลักด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ปัจจัยหลักด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อย ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และปัจจัยหลัก ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทาง Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.19)

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 8.75 โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การติดต่อ Call Center ใช้เวลานาน รองลงมา การติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรยุ่งยากใช้เวลานาน การจัดโปรโมชั่นให้ส่วนลดมีเงินคืนควรมีจำนวนมาก การยกเว้นค่าธรรมเนียมต่างๆ ประเภทค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร เท่ากัน และความปลอดภัยของข้อมูลในการถือบัตร

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก จำแนกตามเพศ

ส่วนประสมการตลาด	เพศ	
	ชาย N=150	หญิง N=250
ด้านผลิตภัณฑ์	สิทธิประโยชน์พื้นฐานของบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม, การแลกของรางวัล เป็นต้น และมี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและ การคัดลอกข้อมูลบัตร เท่ากัน (4.01: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและ การคัดลอกข้อมูลบัตร (4.08: มาก)
ด้านราคา	ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ (4.13: มาก)	ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร (4.04: มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.33: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.25: มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.24: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.20: มาก)

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุดมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สิทธิประโยชน์พื้นฐานของบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม, การแลกของรางวัล เป็นต้น และมี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร เท่ากัน ด้านราคา ได้แก่

ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคาร  
ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

ส่วนพิเศษอื่น ๆ ให้ระดับการมีผลสูงสุด มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มี CHIP CARD  
ป้องกัน การถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร  
ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด  
ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครใน  
การเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ  
ตารางที่ 5.3 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ  
ผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด  
ลำดับแรก จำแนกตามอายุ

ส่วน ประสม การตลาด	อายุ			
	20-29 ปี N=119	30-39 ปี N=184	40-49 ปี N=71	50 ปี ขึ้นไป N=26
ด้าน ผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือของ ธนาคารผู้ออก บัตรเครดิต (3.98: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอม แปลงและการคัดลอก ข้อมูลบัตร (4.19: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอม แปลงและการคัดลอก ข้อมูลบัตร (4.15: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูก ปลอมแปลงและการคัดลอก ข้อมูลบัตร (3.92: มาก)
ด้านราคา	ค่าธรรมเนียมในการ ชำระค่าบริการผ่าน ช่องทางต่างๆ (3.94: มาก)	ค่าธรรมเนียมรายปี ของบัตร (4.21: มาก)	ค่าธรรมเนียมในการ ชำระค่าบริการผ่าน ช่องทางต่างๆ (4.10: มาก)	ค่าธรรมเนียมในการชำระ ค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ และ อัตราดอกเบี้ยใน การผิมนัดชำระหนี้ เท่ากัน (3.54: มาก)
ด้านการจัด จำหน่าย	สามารถติดต่อ ธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.08: มาก)	สามารถติดต่อ ธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.39: มาก)	สามารถติดต่อ ธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.44: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของ บัตรผ่านทาง Call Center และ สามารถติดต่อธนาคารได้ ตลอด 24 ชั่วโมง เท่ากัน (4.04: มาก)
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ส่วนลดพิเศษในการ ซื้อสินค้าและบริการ (4.21: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการ ซื้อสินค้าและบริการ (4.30: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการ ซื้อสินค้าและบริการ (4.17: มาก)	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สิทธิ ประโยชน์ของบัตร (3.77: มาก)

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-29 ปี ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

อายุ 30-39 ปี ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

อายุ 40-49 ปี ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

อายุ 50 ปีขึ้นไป ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ และอัตราดอกเบี้ยในการผิदनัดชำระหนี้ เท่ากัน ด้านการจัดจำหน่ายได้แก่สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทาง Call Center และสามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมงเท่ากัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของบัตร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 5.4 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรก จำแนกตามระดับการศึกษา

ส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา		
	มัธยมศึกษา ปวช./ปวส. N=42	ปริญญาตรี N=279	สูงกว่าปริญญาตรี N=79
ด้านผลิตภัณฑ์	วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ (4.14: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร (4.04: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร (4.25: มาก)
ด้านราคา	ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ (4.19: มาก)	ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร และค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ เท่ากัน (3.98: มาก)	ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร (4.27: มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.22: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.22: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.42: มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.07: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.20: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.34: มาก)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา และปวช./ปวส. ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

ระดับการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร และค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ เท่ากัน ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตรด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยระดับการมีผลของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุกลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	15,000-29,999 บาท N=183	30,000-49,999 บาท N=121	50,000 บาทขึ้นไป N=78
ด้านผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต (4.07: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร (4.13: มาก)	มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร (4.29: มาก)
ด้านราคา	ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า (4.03: มาก)	ค่าธรรมเนียมแรกเข้าของบัตร และค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร เท่ากัน (4.17: มาก)	ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ (3.99: มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.16: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.45: มาก)	สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง (4.40: มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.23: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.37: มาก)	ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ (4.06: มาก)

หมายเหตุ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 18 ราย ซึ่งเป็นผู้ทำบัตรเครดิตในช่วงที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีการปรับยกเลิกเพดานรายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาท (25 เม.ย.พ.ศ.2545) หรือเป็นผู้ถือบัตรเสริม จึงไม่ได้มีการนำเสนอข้อมูลในตารางนี้ เนื่องจากขนาดตัวอย่างของกลุ่มย่อยไม่มีนัยสำคัญต่อการอ้างอิงทางสถิติ

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-29,999 บาท ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต ด้านราคา ได้แก่ ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย

ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000-49,999 บาท ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าของบัตรและ ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร เท่ากัน ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลสูงสุด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิปัติย์ พลอยพรายแก้ว (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือครองบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านทำเลที่ตั้ง (สาขา/จุดบริการ) แต่ไม่สอดคล้องกับ ปนัดดา นวลนาค (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านราคา และไม่สอดคล้องกับ สายนที ยาชัย (2553) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกสมัครบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านราคา

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลง และการคัดลอกข้อมูลบัตร รองลงมา

ความน่าเชื่อถือของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต และสิทธิประโยชน์พื้นฐานของบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม, การแลกของรางวัล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปนัดดา นวลนาค (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในเรื่อง ชื่อเสียงของธนาคาร และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สายนที ยาชัย (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความมั่นคงของธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตร แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิปัติย์ พลอยพวยแก้ว (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การจัดแบ่งประเภทของบัตรตามรายได้ของลูกค้า

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ รองลงมา ค่าธรรมเนียมรายปีของบัตร และระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปนัดดา นวลนาค (2551) และ อธิปัติย์ พลอยพวยแก้ว (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และในระดับมาก ในเรื่อง ค่าธรรมเนียมรายปี และ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี (ฟรี) ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สายนที ยาชัย (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่อง ค่าธรรมเนียมรายปี และ ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมา สามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรผ่านทาง Call Center และสามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตรได้ที่สาขาของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปนัดดา นวลนาค (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง ติดต่อ สะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สายนที ยาชัย (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่อง มีสาขาอยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิปัติย์ พลอยพวยแก้ว (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งของสาขา/จุดบริการ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีผลมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ รองลงมาการคืนเงินสดเข้าบัญชีเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้าและบริการ และการสะสมคะแนนแลกของรางวัลและ สิทธิพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สายนที ยาชัย (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ได้รับส่วนลดจากร้านค้าต่างๆ และการสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปนัดดา นวลนาค (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิต พนักงานให้บริการรวดเร็ว รองลงมา มีพนักงานให้คำปรึกษาด้านบัตรเครดิต และพนักงานมีไว้คอยบริการเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิปัตย์ พลอยพรายแก้ว (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ลำดับแรกคือ ด้านการโฆษณา เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น รองลงมา ความต่อเนื่องของการส่งเสริมการตลาดและผู้นำเสนอในการส่งเสริมการตลาด

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ มีข้อค้นพบดังนี้

1. แม้ว่าการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ แต่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกใช้บริการ non-bank บ่อยที่สุดถึงร้อยละ 16.25
2. บัตรเครดิตมีประโยชน์หลักสามารถใช้แทนเงินสดและเพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ แต่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพื่อประโยชน์เสริม คือสิทธิพิเศษของบัตร มากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งไม่ใช่ผลประโยชน์โดยตรงของการใช้บริการเพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้ประโยชน์บัตรเครดิตในประโยชน์หลัก คือเพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ
4. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยข้อมูลทางการเงินและการใช้จ่ายของบัตรในระดับมาก แต่ในเรื่องความสวยงามสีสันทัน และลดรายบนบัตรให้ระดับปานกลาง
5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นคนในอำเภอเมืองสมุทรสาครไม่ได้คำนึงถึงการนำบัตรเครดิตไปใช้ในต่างประเทศ
6. ผู้ถือบัตรเครดิตไม่ค่อยเชื่อถือพนักงานอิสระ ซึ่งจะเห็นว่าการติดต่อผ่านทางสาขาธนาคาร หรือติดต่อผ่านทาง Call Center ผู้ถือบัตรมีความเชื่อถือมากกว่า
7. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในเรื่อง ประโยชน์ตัวเงิน คือ โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษเมื่อใช้บัตร ได้แก่ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ การคืนเงินสดเข้าบัญชีเมื่อใช้บัตรซื้อสินค้าและบริการ และการสะสมคะแนนแลกของรางวัลและสิทธิพิเศษ โดยให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของบัตร มากกว่า ประโยชน์ทางออนไลน์ และการโฆษณารับรู้ข่าวสารของบัตร

8. จากการศึกษา พบว่า ส่วนประสมการตลาดทุกด้านให้ระดับการมีผลไม่แตกต่างกัน คือระดับมาก เนื่องจาก ผู้ถือบัตรเห็นว่าประโยชน์ของส่วนประสมการตลาดแต่ละด้านสามารถนำมาซึ่งประโยชน์ในรูปตัวเงินได้

9. ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในเรื่องการติดต่อ Call Center ใช้เวลานาน ซึ่งเป็นเรื่อง ที่ผู้บริโภคให้ระดับการมีผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องสามารถติดต่อธนาคารเจ้าของบัตร ผ่านทาง Call Center ในระดับมาก

10. เพศชายให้ความสำคัญในเรื่องบัตรสามารถแสดงสถานะทางสังคมของผู้ใช้บัตร แต่ เพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องของค่าธรรมเนียมบัตร ทั้งนี้ เพศชายให้ความสำคัญสิทธิประโยชน์ ของบัตรเหมือนกับเพศหญิง แต่เพศชายต้องการให้บอกถึงสิทธิประโยชน์ของบัตรว่ามีอะไรบ้าง

11. ผู้มีอายุ 20-39 ปีให้ความสำคัญในเรื่อง บัตรสามารถแสดงสถานะทางสังคมผู้ใช้บัตร ในระดับปานกลาง แต่ให้ความสำคัญในการติดต่อกับธนาคารผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมล ใน ระดับมาก ทั้งนี้ ผู้มีอายุ 20-29 ปี ให้ความสำคัญในเรื่อง การนำเสนอบัตรเครดิตของพนักงานขายและ การสร้างสังคมออนไลน์ให้ผู้ถือบัตร มากกว่าผู้มีอายุมากกว่า 29 ปีที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

12. ผู้มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับจำนวนร้านค้าที่ร่วมรับ ชำระผ่านบัตร การมีบัตรเครดิตที่ร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ห้างร้าน สถานบริการต่างๆ ค่าธรรมเนียม ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และเบิกถอนเงินสด ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับ ปริญญาตรี จะให้ความสำคัญกับการนำเสนอบัตร รวมถึงความรู้และการให้ข้อมูลของพนักงานขาย

13. ผู้มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่องบัตรสามารถแสดงสถานะทาง สังคม ระดับมาก แต่ให้ความสำคัญในเรื่องค่าธรรมเนียมเบิกถอนเงินสด และอัตราดอกเบี้ย ค่าติดตาม ทวงหนี้ การนำเสนอบัตร รวมถึงความรู้และการให้ข้อมูลของพนักงานขาย ในระดับปานกลาง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการ เลือkBัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ โดยแบ่งแยก 2 ด้าน ดังนี้

##### 1. ข้อเสนอแนะต่อฝ่ายการตลาดของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์

ด้านผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการตลาดควรให้ความสำคัญในการออกแบบบัตรเครดิตโดย พิจารณาถึงความปลอดภัยของบัตร โดยมี Chip Card ในตัวบัตรรวมถึงควรมีมาตรการควบคุมความ ปลอดภัยใน การใช้บัตร เพื่อให้ลูกค้าได้เกิดความรู้สึกถึงความปลอดภัยทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตร ทั้งนี้ฝ่ายการตลาดไม่มีความจำเป็นในการเน้นในด้านรูปลักษณ์หรือความสวยงามของบัตร

**ด้านราคา** ฝ่ายการตลาดควรมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมไม่สูงจนเกินไปควรมีการยกเว้นค่าธรรมเนียม และให้บริการค่าธรรมเนียมฟรีในบางกรณี เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการใช้จ่ายในแต่ละครั้ง และควรเพิ่มช่องทางการให้บริการชำระค่าธรรมเนียมผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ โดยสามารถทำธุรกรรมเองโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในการชำระค่าบริการ

**ด้านการจัดจำหน่าย** ฝ่ายการตลาดควรมีทางเลือกหลากหลายสะดวกในการเลือกใช้บริการและควรเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ทันที โดยจัดเตรียมพนักงานบริการให้เพียงพอ ทั้งพนักงานรับโทรศัพท์ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ รอสายนาน รวมถึงพนักงานสาขา และพนักงานให้บริการด้านออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมล เพื่อลูกค้าสามารถเข้าถึงการใช้บริการได้ทันที

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ฝ่ายการตลาดควรเพิ่มสิ่งกระตุ้นทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ของบัตร โดยตรงกับผู้ถือบัตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่างๆ การสะสมคะแนนแลกของรางวัลและสิทธิพิเศษเมื่อใช้บัตร การให้ส่วนลดพิเศษเมื่อมีการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการเพิ่มคุณค่าและประโยชน์ต่อผู้ใช้บัตร โดยให้มีการสื่อสารกับผู้ถือบัตรเครดิตโดยตรงอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ถือบัตรมีการเลือกใช้บริการ

## 2. ข้อเสนอแนะต่อพนักงานในสาขาของธนาคารในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตให้ลูกค้า

นอกเหนือจากการสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ตามการอธิบายข้างต้นแล้ว ในกรณีที่ธนาคารจะหาลูกค้าบัตรเครดิตเพิ่ม โดยเฉพาะขยายฐานลูกค้าใหม่ พนักงานธนาคารควรมีการพัฒนาทักษะความรู้ในการขายและการนำเสนอบัตรเครดิต โดยสามารถใช้แนวทางต่อไปนี้

ถ้าต้องการจูงใจลูกค้าเพศชาย ควรมุ่งเน้นนำเสนอบัตรที่สามารถแสดงสถานะทางสังคมในด้านรายได้ อาชีพ เป็นต้น รวมถึงแนะนำสิทธิประโยชน์ของบัตรว่าเป็นอย่างไร และควรแนะนำช่องทางการชำระค่าธรรมเนียมที่ไม่ต้องเสียค่าบริการ ซึ่งสามารถแนะนำให้ชำระผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น

ถ้าต้องการจูงใจลูกค้าเพศหญิง ควรมุ่งเน้นนำเสนอบัตรในเรื่องความปลอดภัยของบัตรว่าบัตรมี Chip Card ในตัวสามารถป้องกันข้อมูลของบัตรทุกครั้งที่มีการใช้จ่าย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเกิดความปลอดภัยในการใช้บัตร

ถ้าต้องการจูงใจกลุ่มลูกค้าอายุ 20-39 ปี ควรนำเสนอบัตรในเรื่อง ธนาคารมีช่องทางการติดต่อที่สะดวกมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เว็บไซต์ อีเมลล์ ที่สามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ถ้าต้องการจูงใจผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ควรนำเสนอบัตร พร้อมกับแนะนำร้านค้าที่รับบัตรเครดิตว่า มีร้านค้าประเภทไหนที่ร่วมรับบัตร และปัจจุบันมีโปรโมชั่นในการใช้บัตรอย่างไร เพื่อเป็นการกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการใช้บัตร

ถ้าต้องการจูงใจผู้มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ควรนำเสนอบัตรที่สามารถแสดงสถานะทางสังคม ประเภทให้สถานะผู้ถือบัตรว่ามีรายได้สูง เพื่อแสดงฐานะของผู้ใช้บัตร เป็นต้น

ทั้งนี้หากธนาคารพาณิชย์สามารถนำส่วนประสมการตลาดทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด เสนอได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ธนาคารพาณิชย์จะสามารถขยายจำนวนลูกค้าบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นรวมถึงการใช้ผ่านบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved