

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทธุรกิจ บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิต จำนวนเครื่องรับบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน การใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต การทำการผ่านเครื่องรับบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต เหตุผลในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตและความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต (ตารางที่ 1-12)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและที่คาดว่าจะ เป็น ด้านองค์กร ด้านระหว่างบุคคล และ ด้านบุคคล (ตารางที่ 13 – 17)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ (ตารางที่ 18-25)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและอุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ (ตารางที่ 26-33)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทธุรกิจ (34-65)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทธุรกิจ บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิต จำนวนเครื่องรับบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน การใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต การทำรายการผ่านเครื่องรับบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต เหตุผลในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตและความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	122	37.7
หญิง	202	62.3
รวม	324	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	8	2.5
25-34 ปี	80	24.7
35-45 ปี	126	39.0
46-50 ปี	64	19.5
51 ปีขึ้นไป	46	14.3
รวม	324	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 35-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.7 อายุระหว่าง 46 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุ 51 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 14.3 และอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	15.43
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	202	62.35
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	72	22.22
รวม	324	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 62.35 รองลงมา การศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 22.22 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.43

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	8	2.5
100,000 – 500,000 บาท	173	53.4
500,001 – 900,000 บาท	67	20.7
สูงกว่า 900,000 บาท	76	23.4
รวม	324	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กิจการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,000 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาได้แก่ รายได้ต่อเดือน สูงกว่า 900,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.4 รายได้ต่อเดือน 500,001 – 900,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.7 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารธุรกิจบันเทิง	95	29.32
ธุรกิจ โรงพยาบาล คลินิก	27	8.33
ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	63	19.45
ธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	32	9.88
เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ	48	14.81
ประดับยนต์ कार์แคร์ เครื่องเสียง	59	18.21
รวม	324	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีธุรกิจประเภทร้านอาหารธุรกิจบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 29.32 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.45 ธุรกิจประดับยนต์ कार์แคร์ เครื่องเสียง คิดเป็นร้อยละ 18.21 ธุรกิจเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 14.81 ธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ ไอที คิดเป็นร้อยละ 9.88 และธุรกิจโรงพยาบาล คลินิก คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิตของแต่ละองค์กร

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้ เครื่องรับบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของธุรกิจ	227	70.0
ผู้บริหารระดับสูง	118	36.41
หัวหน้าฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	72	22.22
อื่นๆ	-	-

หมายเหตุ : บางองค์กรอาจมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิตได้มากกว่า 1 ตำแหน่ง

จากตารางที่ 6 พบว่า บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิต เป็นเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 36.41 และหัวหน้าฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเครื่องรับบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

จำนวนเครื่องรับบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
1 เครื่อง	21	6.48
2 เครื่อง	113	34.87
3 เครื่อง	160	49.37
มากกว่า 3 เครื่อง	30	9.26
รวม	324	100

จากตารางที่ 7 พบว่า จำนวนเครื่องรับบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของแต่ละสถานประกอบการมีจำนวน 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 49.37 รองลงมา มีจำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 34.87 มีจำนวนมากกว่า 3 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.26 และมีจำนวนมากกว่า 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการเครื่องรับบัตร
เครดิตของธนาคารพาณิชย์ ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

ธนาคาร	เคยใช้บริการ ปัจจุบันเลิกใช้แล้ว		ใช้บริการเครื่องรับ บัตรเครดิตอยู่ใน ปัจจุบัน		คิดจะใช้บริการ เครื่องรับบัตรเครดิต ในอนาคต	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	-	-	315	36.71	286	39.78
ธนาคารกรุงไทย	21	27.27	122	14.22	97	13.49
ธนาคารกสิกรไทย	9	11.69	130	15.15	105	14.60
ธนาคารกรุงเทพ	9	11.69	173	20.16	147	20.45
ธนาคารไทยพาณิชย์	13	16.88	114	13.29	84	11.68
ธนาคารทหารไทย	25	32.47	4	0.47	-	-
รวม	77	100	858	100	719	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของ
ธนาคารทหารไทยซึ่งปัจจุบันได้เลิกใช้แล้ว คิดเป็นร้อยละ 32.47 รองลงมา คือ เคยใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 27.27 ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ
16.88 และธนาคารกสิกรไทยและธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 11.69 ตามลำดับ

ปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา
คิดเป็นร้อยละ 36.71 รองลงมา ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 20.16 ธนาคารกสิกรไทย คิด
เป็นร้อยละ 15.15 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 14.22 ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 13.29
และ ธนาคารทหารไทย คิดเป็นร้อยละ 0.47 ตามลำดับ

ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามคิดจะใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต ของธนาคารกรุง
ศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 39.78 รองลงมา ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ 20.45 ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็น
ร้อยละ 14.60 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 13.49 และธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 11.68
ตามลำดับ

โดยที่ไม่มีผู้ใดคิดจะใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของธนาคารทหารไทยในอนาคต
เนื่องจากการบริการที่ไม่เอาใจใส่ลูกค้าและค่าอัตราส่วนลดที่แพงกว่าธนาคารอื่น ซึ่งเป็นเหตุผล
เดียวกับการยกเลิกการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารอื่นด้วยเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทำรายการผ่านเครื่องรับบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ครั้ง	21	6.5
10 – 20 ครั้ง	38	11.72
21 – 30 ครั้ง	105	32.40
มากกว่า 30 ครั้ง	160	49.38
รวม	324	100

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทำรายการผ่านเครื่องรับบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์จำนวนมากกว่า 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.38 รองลงมา ได้แก่ ทำรายการจำนวน 21 – 30 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.40 ทำรายการจำนวน 10 – 20 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 11.72 และทำรายการจำนวน น้อยกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 เดือน	-	-
3 – 6 เดือน	4	1.23
มากกว่า 6 เดือน	320	98.77
รวม	324	100

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตมากกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 98.77 รองลงมา ได้แก่ ช่วง 3 - 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงินของลูกค้ำ	282	87
เพื่อเพิ่มช่องทางในการชำระเงินของลูกค้ำและลูกค้ำสามารถตัดสินใจในการซื้อง่ายขึ้น	303	93.5
เพื่อความปลอดภัยในการพกพาและเก็บรักษาเงินสดเป็นจำนวนมากๆ	286	88.3
เพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้ำสามารถที่จะผ่อนชำระหรือทยอยชำระค่าสินค้าหรือบริการ	59	18.2

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตเพื่อเพิ่มช่องทางในการชำระเงินของลูกค้ำและลูกค้ำสามารถตัดสินใจในการซื้อง่ายขึ้น คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาได้แก่ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงินของลูกค้ำ คิดเป็นร้อยละ 87 เพื่อความปลอดภัยในการพกพาและเก็บรักษาเงินสดเป็นจำนวนมากๆ คิดเป็นร้อยละ 88.3 และเพื่อความสะดวกในการที่ลูกค้ำสามารถที่จะผ่อนชำระหรือทยอยชำระค่าสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

ระดับความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่พอใจมาก	-	-
ไม่พอใจ	-	-
เฉยๆ	4	1.23
พอใจ	307	94.75
พอใจมาก	13	4.02
รวม	324	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ เครื่องรับบัตรเครดิต อยู่ในระดับพอใจ คิดเป็นร้อยละ 94.75 รองลงมา ได้แก่ ระดับพอใจมาก คิด เป็นร้อยละ 4.02 และระดับเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 1.23 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตในองค์กร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้าน
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเป็น

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม ทางเศรษฐกิจทั้ง ในปัจจุบันและที่ คาดว่าจะเป็น	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. สภาพเศรษฐกิจ ที่ผันผวนมีผลต่อ การใช้บริการ เครื่องรับบัตร เครดิต	-	38 (11.7)	105 (32.5)	181 (55.8)	-	3.31 ปานกลาง	3
2. การเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยี สมัยใหม่ส่งผลต่อ รูปแบบการใช้จ่าย ของผู้บริโภคผ่าน บัตรเครดิต	-	21 (6.48)	126 (38.88)	177 (54.63)	-	3.48 มาก	2
3. พัฒนาการในการ แข่งขันทางธุรกิจที่ ต้องรองรับความ ต้องการของลูกค้าใน การชำระค่าเงินใน รูปแบบต่างๆ	-	34 (10.49)	97 (29.93)	143 (44.13)	-	3.65 มาก	1
รวม						3.52 มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและที่คาด
ว่าจะเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของ

แต่ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับ คือ พัฒนาการในการแข่งขันทางธุรกิจที่ต้องรองรับความต้องการของลูกค้าในการชำระค่าเงินในรูปแบบต่างๆ และ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสมัยใหม่ส่งผลต่อรูปแบบในการใช้จ่ายของผู้บริโภคผ่านบัตรเครดิต ส่วนสภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนมีผลต่อการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. วัตถุประสงค์ขององค์กรในการรับชำระค่าเงินจากลูกค้า/คู่ค้า	-	42 (12.96)	239 (73.76)	38 (11.73)	4 (1.23)	3.01 ปานกลาง	2
2. นโยบายขององค์กรที่คำนึงถึงความง่ายและสะดวกในวิธีรับชำระค่าเงินของลูกค้า/คู่ค้า	-	42 (12.90)	210 (64.81)	63 (19.44)	9 (2.78)	3.12 ปานกลาง	1
3. ระบบการจัดซื้อขององค์กรที่ให้อำนาจแก่บุคคล/ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	55 (16.97)	223 (68.83)	42 (12.96)	4 (1.23)	2.99 ปานกลาง	3
รวม						3.04 ปานกลาง	

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยด้านองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง คือ นโยบายขององค์กรที่คำนึงถึงความง่ายและสะดวกในวิธีรับชำระค่าเงินของลูกค้า/คู่ค้า วัตถุประสงค์ขององค์กรในการรับชำระค่าเงินจากลูกค้า/คู่ค้า และ ระบบการจัดซื้อขององค์กรที่ให้อำนาจแก่บุคคล/ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านระหว่างบุคคล

ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายที่ดูแลเรื่องการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยตรง	4 (1.23)	101 (31.17)	214 (66.04)	-	4 (1.23)	2.69 ปานกลาง	4
2.อำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	92 (28.39)	214 (66.04)	17 (5.24)	-	2.77 ปานกลาง	1
3.สถานภาพในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	101 (31.17)	214 (66.04)	8 (2.47)	-	2.71 ปานกลาง	3
4. ความเค็ดขาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	97 (29.94)	210 (64.81)	17 (5.25)	-	2.75 ปานกลาง	2
รวม						2.73 ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่าปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายที่ดูแลเรื่องการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยตรง อำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต สถานภาพในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต ความเค็ดขาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตำแหน่งหน้าที่ในองค์กรมีส่วนสำคัญในการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	88 (27.16)	210 (64.81)	25 (7.72)	-	2.81 ปานกลาง	4
2. แรงจูงใจของแต่ละธนาคารในการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต	-	63 (19.44)	168 (51.85)	88 (27.16)	4 (27.16)	3.10 ปานกลาง	3
3. การยอมรับและความชอบที่มีต่อแต่ละธนาคาร	-	54 (16.67)	159 (49.07)	109 (33.64)	-	3.17 ปานกลาง	1
4. ทัศนคติที่มีต่อแต่ละธนาคาร	4 (1.23)	59 (18.21)	160 (49.38)	97 (29.94)	4 (1.23)	3.12 ปานกลาง	2
รวม						3.05 ปานกลาง	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง คือ . ตำแหน่งหน้าที่ในองค์กรมีส่วนสำคัญในการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต แรงจูงใจของแต่ละธนาคารในการเลือกใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต การยอมรับและความชอบที่มีต่อแต่ละธนาคาร ทัศนคติที่มีต่อแต่ละธนาคาร

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตร
เครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเป็	3.52	มาก	1
ปัจจัยด้านองค์กร	3.04	ปานกลาง	3
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	2.73	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านบุคคล	3.05	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กร มีค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและที่คาดว่าจะเป็อยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตร
เครดิตของลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อย ที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีรุ่น ขนาด และรูปทรงที่ หลากหลาย	-	17 (5.25)	155 (47.84)	135 (41.67)	-	3.31 ปาน กลาง	6
2. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีฟังก์ชันการใช้ งานที่หลากหลาย	-	17 (5.25)	130 (40.12)	176 (54.32)	-	3.49 มาก	5
3. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีความทันสมัย	-	21 (6.48)	113 (34.87)	189 (58.33)	-	3.52 มาก	4
4. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีระบบการ ทำงานที่รวดเร็วและมี ประสิทธิภาพสูงลูกค้า ไม่ต้องรอนาน	-	-	63 (19.44)	156 (48.15)	105 (32.41)	4.13 มาก	1
5. มีการรับประกัน ตัว เครื่องรับบัตรเครดิต	-	-	118 (36.42)	198 (61.11)	8 (2.47)	3.66 มาก	3
6. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตสามารถรับบัตร ได้หลายประเภท	4 (1.23)	-	101 (31.17)	185 (57.09)	34 (10.49)	3.75 มาก	2
รวม						3.64 มาก	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ	-	-	13 (4.01)	97 (29.94)	214 (66.05)	4.62 มากที่สุด	1
2. อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต	-	-	13 (4.01)	97 (29.94)	214 (66.05)	4.62 มากที่สุด	1
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตขัดข้อง	-	-	16 (4.93)	101 (31.17)	206 (63.58)	4.58 มากที่สุด	2
รวม						4.61 มากที่สุด	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และ ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตขัดข้อง

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต	-	-	147 (45.37)	156 (48.15)	21 (6.48)	3.61 มาก	2
2.สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก	-	4 (1.23)	147 (45.37)	156 (48.15)	17 (5.25)	3.57 มาก	3
3. มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่	-	-	139 (42.90)	160 (49.38)	25 (7.72)	3.65 มาก	1
4. มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด	-	-	135 (41.67)	168 (51.83)	21 (6.48)	3.65 มาก	1
รวม						3.62 มาก	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้าน ส่งเสริม การตลาด	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อย ที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. ความมีชื่อเสียง ของธนาคาร	-	4 (1.23)	227 (70.06)	80 (24.69)	13 (4.01)	3.31 ปานกลาง	4
2. ความสัมพันธ์ ระหว่างสถาน ประกอบการกับ ธนาคาร	-	-	210 (64.81)	101 (31.17)	13 (4.01)	3.39 ปานกลาง	3
3. รายการ โปร โมชั่น ของธนาคารน่าดึงดูด ใจ	-	-	206 (63.58)	97 (29.94)	21 (6.48)	3.43 มาก	1
4. การประชาสัมพันธ์ โดยป้ายโฆษณาตาม จุดต่างๆ	-	-	219 (67.59)	80 (24.69)	25 (7.72)	3.40 ปานกลาง	2
5. การโฆษณาผ่าน สื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต	-	-	248 (76.54)	72 (22.22)	4 (1.23)	3.25 ปานกลาง	6
6. การสนับสนุน กิจกรรมเพื่อสังคม ของธนาคาร	-	4 (1.23)	269 (83.02)	51 (15.74)	-	3.14 ปานกลาง	7
7. มีตัวเครื่องรับบัตร เครดิตให้ยืมใช้ ระหว่างซ่อม	-	-	231 (71.29)	88 (27.16)	4 (1.23)	3.30 ปานกลาง	5
รวม						3.32 ปานกลาง	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ ส่วนปัจจัยอื่นอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อย ที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานของธนาคาร มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญใน การให้บริการเป็นอย่างดี	-	-	42 (12.96)	269 (83.02)	12 (3.70)	3.91 มาก	2
2. พนักงานของธนาคาร มีการอธิบายอย่าง ถูกต้องแม่นยำและ เข้าใจง่าย	-	-	42 (12.96)	269 (83.02)	13 (4.01)	3.91 มาก	2
3. พนักงานของธนาคาร สามารถให้การติดต่อ เป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว	-	-	46 (14.19)	261 (80.56)	17 (5.25)	3.91 มาก	2
4. พนักงานของธนาคาร มีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี มารยาทดีมีบุคลิกที่ สามารถเข้าถึงได้ง่าย	-	-	46 (14.19)	261 (80.56)	17 (5.25)	3.91 มาก	2
5. พนักงานของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ	-	-	34 (10.49)	257 (79.32)	34 (10.49)	4.00 มาก	1
6. พนักงานของธนาคาร มีการตอบสนอง ในการ แก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	-	-	29 (8.95)	265 (81.79)	29 (8.95)	4.00 มาก	1
7.พนักงานของธนาคาร ให้บริการลูกค้าอย่าง เสมอภาค	-	4 (1.23)	54 (16.67)	252 (77.78)	13 (4.00)	3.84 มาก	3
รวม						3.92 มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านบุคคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อย ที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1.การติดต่อเป็นไป อย่างสะดวกรวดเร็วใน กระบวนการขอติดตั้ง	-	-	84 (25.93)	215 (66.35)	25 (7.72)	3.82 มาก	3
2.มีศูนย์ให้บริการดูแล หลังการติดตั้งเมื่อ เครื่องและระบบมี ปัญหาขัดข้อง	-	-	76 (23.46)	231 (71.29)	17 (5.25)	3.82 มาก	3
3. มีกระบวนการดูแล ให้ความช่วยเหลืออย่าง รวดเร็วแก่ลูกค้ากรณี ที่เครื่องเกิดปัญหาหรือ ต้องซ่อมบำรุง	-	-	67 (20.68)	227 (70.06)	29 (8.95)	3.88 มาก	1
4. ธนาคารมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน ในการ ดูแลระบบและตัวเครื่อง	-	-	72 (22.22)	227 (70.06)	25 (7.72)	3.86 มาก	2
5.การให้บริการมี กระบวนการที่ไม่ ก่อให้เกิดความ ผิดพลาดจนเป็นปัญหา ซ้ำซ้อนในการใช้ บริการ	-	-	76 (23.00)	231 (71.00)	17 (5.00)	3.82 มาก	3
รวม						3.83 มาก	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากคือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ						ลำดับ
	ไม่มีผล	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	เฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ	-	17 (5.25)	231 (71.29)	59 (18.21)	17 (5.25)	3.23 ปานกลาง	3
2. ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย	-	17 (5.25)	244 (75.31)	59 (18.21)	13 (4.01)	3.16 ปานกลาง	5
3. ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	-	17 (5.25)	240 (74.07)	63 (19.44)	21 (6.48)	3.17 ปานกลาง	4
4. ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย	-	17 (5.25)	223 (68.83)	72 (22.229)	25 (7.72)	3.25 ปานกลาง	2
5. มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ	-	17 (5.25)	223 (68.83)	63 (19.44)	4 (1.23)	3.27 ปานกลาง	1
รวม						3.21 ปานกลาง	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตร
เครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านราคา	4.61	มากที่สุด	1
ด้านบุคลากร	3.92	มาก	2
ด้านกระบวนการ	3.83	มาก	3
ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	มาก	4
ด้านการจัดจำหน่าย	3.62	มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.32	ปานกลาง	6
ด้านการสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	3.21	ปานกลาง	7

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร
ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนที่ให้ความสำคัญ
ในระดับปานกลางคือปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านด้านการสร้างพื้นฐานทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของ
ลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ในการใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มี ปัญหา	น้อย ที่สุด	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ไม่มีคุณภาพ	97 (29.94)	143 (44.13)	67 (20.68)	17 (5.25)	-	2.01 น้อยที่สุด	4
2. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ทำงานช้า	67 (20.68)	156 (48.15)	75 (23.15)	17 (5.25)	4 (1.23)	2.19 น้อยที่สุด	1
3. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ขาดความทันสมัย	88 (27.16)	143 (44.13)	71 (21.91)	17 (5.25)	-	2.08 น้อยที่สุด	3
4. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต มีฟังก์ชันการใช้งานน้อย	88 (27.16)	139 (42.90)	76 (23.46)	21 (6.48)	-	2.09 น้อยที่สุด	2
5. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ไม่สามารถรับบัตรได้ หลายประเภท	88 (27.16)	139 (42.90)	76 (23.46)	17 (5.25)	-	2.09 น้อยที่สุด	2
รวม						2.09 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับ
ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย
ที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญน้อย
ที่สุดคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตไม่มีคุณภาพ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตทำงานช้า ตัวเครื่องรับบัตร
เครดิตขาดความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตไม่สามารถรับบัตรได้หลายประเภท

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มีปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. อัตราค่าธรรมเนียมมีราคาแพงกว่าธนาคารอื่น	88 (27.16)	156 (48.15)	67 (20.68)	4 (1.23)	8 (2.47)	2.04 น้อยที่สุด	1
2. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรของธนาคารมีราคาแพง	105 (32.41)	164 (50.62)	42 (12.96)	4 (1.23)	8 (2.47)	1.91 น้อยที่สุด	2
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุดหรือมีราคาแพง	109 (33.64)	168 (51.85)	33 (10.18)	4 (1.23)	8 (2.47)	1.87 น้อยที่สุด	3
รวม						1.94 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมมีราคาแพงกว่าธนาคารอื่น ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรของธนาคารมีราคาแพง และ ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุดหรือมีราคาแพง

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านานาชาติกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มีปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ขั้นตอนในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิตเป็นไปอย่างยากลำบาก	59 (18.20)	185 (57.09)	63 (19.44)	8 (2.47)	8 (2.47)	2.14 น้อยที่สุด	1
2. ระยะเวลาการเปิดให้บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ	72 (22.22)	173 (53.39)	63 (19.44)	8 (2.47)	8 (2.47)	2.10 น้อยที่สุด	2
3. ที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ	72 (22.22)	168 (51.85)	67 (20.68)	13 (4.01)	4 (1.23)	2.10 น้อยที่สุด	2
4. ไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลโดยเฉพาะ	80 (24.69)	164 (50.62)	59 (18.21)	21 (6.48)	-	2.06 น้อยที่สุด	3
รวม						2.10 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิต โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ ขั้นตอนในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิตเป็นไปอย่างยากลำบาก ระยะเวลาการเปิดให้บริการไม่สะดวกต่อการใช้บริการ ที่ตั้งของธนาคารไม่สะดวกในการเดินทางมาติดต่อ ไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลโดยเฉพาะ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านักการกรงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มีปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. รายการโปรโมชั่นของธนาคารไม่น่าดึงดูดใจ	38 (11.73)	164 (50.62)	88 (27.16)	29 (8.95)	4 (1.23)	2.38 น้อยที่สุด	1
2. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆมีน้อย	42 (12.96)	168 (51.85)	80 (24.69)	29 (8.95)	4 (1.23)	2.34 น้อยที่สุด	4
3. สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีน้อย	42 (12.96)	164 (50.62)	80 (24.69)	38 (11.73)	-	2.35 น้อยที่สุด	3
4. เอกสารแนะนำสินค้าและบริการของธนาคาร เช่น แคตตาล็อก โบรชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ มีน้อยและไม่ทั่วถึง	42 (12.96)	160 (49.38)	88 (27.16)	29 (8.95)	4 (1.23)	2.36 น้อยที่สุด	2
รวม						2.36 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ รายการโปรโมชั่นของธนาคารไม่น่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ มีน้อย สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีน้อย และเอกสารแนะนำสินค้าและบริการของธนาคาร เช่น แคตตาล็อก โบรชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ มีน้อย และไม่ทั่วถึง

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบ
แบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มี ปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. จำนวนพนักงาน ธนาคารมีไม่เพียงพอ ต่อการให้บริการ	97 (29.94)	164 (50.62)	54 (16.67)	8 (2.47)	-	1.92 น้อย ที่สุด	1
2. พนักงานของ ธนาคารขาดความรู้ ในเรื่องตัวเครื่องรับ บัตรเครดิตและ ระบบงานที่เกี่ยวข้อง	118 (36.42)	147 (45.37)	42 (12.96)	17 (5.25)	-	1.87 น้อย ที่สุด	2
3. พนักงานของ ธนาคารขาดการดูแล เอาใจใส่ต่อลูกค้า	160 (49.38)	126 (38.89)	17 (5.25)	17 (5.25)	4 (1.23)	1.70 ไม่มี ปัญหา	5
4. พนักงานของ ธนาคารมีการ ให้บริการที่ล่าช้าขาด ความคล่องตัว	160 (49.38)	126 (38.89)	13 (4.01)	25 (7.72)	-	1.70 ไม่มี ปัญหา	5
5. พนักงานของ ธนาคารมีบุคลิกที่ ขาดความน่าเชื่อถือ	168 (51.85)	118 (36.42)	21 (6.48)	17 (5.25)	-	1.65 ไม่มี ปัญหา	6
6. พนักงานของ ธนาคารมีการ ตอบสนองที่ล่าช้าใน การให้บริการ	160 (49.38)	122 (37.65)	21 (6.48)	17 (5.25)	4 (1.23)	1.71 ไม่มี ปัญหา	4
7. พนักงานของ ธนาคารขาดความ เสมอภาคในการ ให้บริการต่อลูกค้า	160 (49.38)	122 (37.65)	17 (5.25)	21 (6.48)	4 (1.23)	1.73 ไม่มี ปัญหา	3
รวม						1.76 ไม่มี ปัญหา	

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับไม่มีปัญหา และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญน้อยที่สุดคือ จำนวนพนักงานธนาคารมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ พนักงานของธนาคารขาดความรู้ในเรื่องตัวเครื่องรับบัตรเครดิตและระบบงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยย่อยปัญหาด้าน พนักงานของธนาคารขาดการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า พนักงานของธนาคารมีการให้บริการที่ล่าช้าขาดความคล่องตัว พนักงานของธนาคารมีบุคลิกที่ขาดความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนองที่ล่าช้าในการให้บริการ พนักงานของธนาคารขาดความเสมอภาคในการให้บริการต่อลูกค้า ให้ความสำคัญอยู่ในระดับไม่มีปัญหา

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มีปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. กระบวนการติดต่อเป็นไปอย่างยากลำบากเมื่อเครื่องหรือระบบเกิดปัญหา	114 (35.19)	143 (44.13)	50 (15.43)	13 (4.01)	4 (1.23)	1.92 น้อยที่สุด	1
2. มีขั้นตอนในการขอติดตั้งเป็นไปอย่างล่าช้า	114 (35.18)	147 (45.37)	46 (14.19)	17 (5.25)	-	1.90 น้อยที่สุด	3
3. การบริการในส่วนของการติดตั้งไม่ได้มาตรฐาน เกิดปัญหาบ่อยครั้ง	118 (36.42)	143 (44.14)	38 (11.73)	25 (7.72)	-	1.91 น้อยที่สุด	2
4. ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่ได้มาตรฐาน ในการดูแลระบบและตัวเครื่อง	118 (36.42)	147 (45.37)	38 (11.73)	21 (6.48)	-	1.88 น้อยที่สุด	4
5. ขาดการดูแลเอาใจใส่ในการบริการหลังการติดตั้ง ตลอดจนการซ่อมบำรุงเมื่อเครื่องเกิดปัญหา	126 (38.89)	139 (42.90)	38 (11.73)	21 (6.48)	-	1.86 น้อยที่สุด	5
รวม						1.89 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ กระบวนการติดต่อเป็น ไปอย่างยากลำบากเมื่อเครื่องหรือระบบเกิดปัญหา มีขั้นตอนในการขอติดตั้งเป็น ไปอย่างล่าช้า การบริการในส่วนของการติดตั้งไม่ได้มาตรฐานเกิดปัญหามัวย่อยครั้ง ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่ได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง และขาดการดูแลเอาใจใส่ในการบริการหลังการติดตั้งตลอดจนการซ่อมบำรุงเมื่อเครื่องเกิดปัญหา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านาคกรกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ	ระดับของปัญหา						ลำดับ
	ไม่มีปัญหา	น้อยที่สุด	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	เฉลี่ย (แปลผล)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ที่ตั้งของธนาคารห่างไกลจากที่สถานประกอบการ	76 (23.46)	151 (46.60)	84 (25.92)	8 (2.47)	4 (1.23)	2.12 น้อยที่สุด	3
2. ที่ตั้งของธนาคารไกลจากที่พักอาศัย	72 (22.22)	156 (48.15)	80 (24.69)	17 (5.25)	-	2.13 น้อยที่สุด	2
3. ที่ตั้งของธนาคารห่างไกลจากย่านชุมชน	72 (22.22)	156 (48.15)	84 (25.92)	13 (4.01)	-	2.12 น้อยที่สุด	3
4. ที่ตั้งของธนาคารหาที่จอดรถยาก	72 (22.22)	164 (50.62)	67 (20.67)	13 (4.01)	8 (2.47)	2.14 น้อยที่สุด	1
5. ธนาคารมีสาขาน้อยทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อ	72 (22.22)	156 (48.15)	84 (25.93)	8 (2.47)	4 (1.23)	2.13 น้อยที่สุด	2
รวม						2.13 น้อยที่สุด	

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยด้านสร้างหลักฐานทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยปัญหาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญน้อยที่สุดคือ ที่ตั้งของธนาคารห่างไกลจากที่สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารไกลจากที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารห่างไกลจากย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารหาที่จอดรถยาก ธนาคารมีสาขาน้อย ทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของ ลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา	ลำดับ
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.36	น้อยที่สุด	1
ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ	2.13	น้อยที่สุด	2
ด้านการจัดจำหน่าย	2.10	น้อยที่สุด	3
ด้านผลิตภัณฑ์	2.09	น้อยที่สุด	4
ด้านราคา	1.94	น้อยที่สุด	5
ด้านกระบวนการ	1.89	น้อยที่สุด	6
ด้านบุคลากร	1.76	ไม่มีปัญหา	7

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ทั้ง 7 ด้าน มีค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยเรียงตามลำดับปัญหาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีปัญหาคือปัจจัยด้านบุคลากร

ส่วนที่ 5 : ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทธุรกิจ

5.1 : ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม อายุ

ตารางที่ 34 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย	3.50 มาก	3.21 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.73 มาก	3.31 ปานกลาง	6
2. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย	3.50 มาก	3.42 มาก	3.50 มาก	3.40 ปานกลาง	3.73 มาก	3.49 มาก	5
3. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย	3.50 มาก	3.53 มาก	3.47 มาก	3.47 มาก	3.73 มาก	3.52 มาก	4
4. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน	3.50 มาก	4.00 มาก	4.13 มาก	4.40 มาก	4.09 มาก	4.13 มาก	1
5. มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต	3.50 มาก	3.68 มาก	3.60 มาก	3.73 มาก	3.73 มาก	3.66 มาก	3

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
6. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต สามารถรับบัตรได้หลาย ประเภท	3.50 มาก	3.84 มาก	3.70 มาก	3.80 มาก	3.73 มาก	3.75 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.61 มาก	3.61 มาก	3.67 มาก	3.78 มาก	3.65 มาก	

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต และตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ต่ำกว่า25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต มีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25-34 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกันตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับ

บัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการประกันตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับ บัตรได้หลายประเภท ส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ตัวเครื่องรับ บัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบ การทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการประกันตัวเครื่องรับบัตร เครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย และ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการประกันตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ	4.0 มาก	4.68 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
2. อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต	4.0 มาก	4.68 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตขัดข้อง	4.0 มาก	4.58 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.47 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.0 มาก	4.65 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

และในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตขัดข้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตขัดข้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 34 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 - 45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ตารางที่ 36 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความสะดวกในการขอติดตั้ง เครื่องรับบัตรเครดิต	3.0 ปานกลาง	3.63 มาก	3.63 มาก	3.67 มาก	3.55 มาก	3.61 มาก	2
2.สถานที่ตั้งของธนาคาร สามารถเดินทางมาติดต่อได้ อย่างสะดวก	3.0 ปานกลาง	3.63 มาก	3.53 มาก	3.73 มาก	3.45 มาก	3.57 มาก	3
3. มีการออกไปให้บริการ ตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่	3.0 ปานกลาง	3.68 มาก	3.67 มาก	3.73 มาก	3.55 มาก	3.65 มาก	1
4. มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่าง ใกล้ชิด	3.0 ปานกลาง	3.63 มาก	3.73 มาก	3.67 มาก	3.55 มาก	3.65 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.0 ปานกลาง	3.64 มาก	3.64 มาก	3.70 มาก	3.52 มาก	3.62 มาก	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ
ตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
การจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต
สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็ค
และซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับด้านการจัดจำหน่าย โดยมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของ
ธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอก
สถานที่ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 34 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 - 45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	3.0 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.47 มาก	3.18 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	
2. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร	3.0 ปานกลาง	3.42 มาก	3.33 ปานกลาง	3.60 มาก	3.27 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	6
3.รายการโปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ	3.0 ปานกลาง	3.53 มาก	3.40 ปานกลาง	3.67 มาก	3.09 ปานกลาง	3.43 มาก	1
4. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	3.0 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.43 มาก	3.73 มาก	3.09 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	2
5.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.0 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	4
6. การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร	3.0 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	5
7. มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม	3.0 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.00 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.47 มาก	3.14 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุอื่น ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

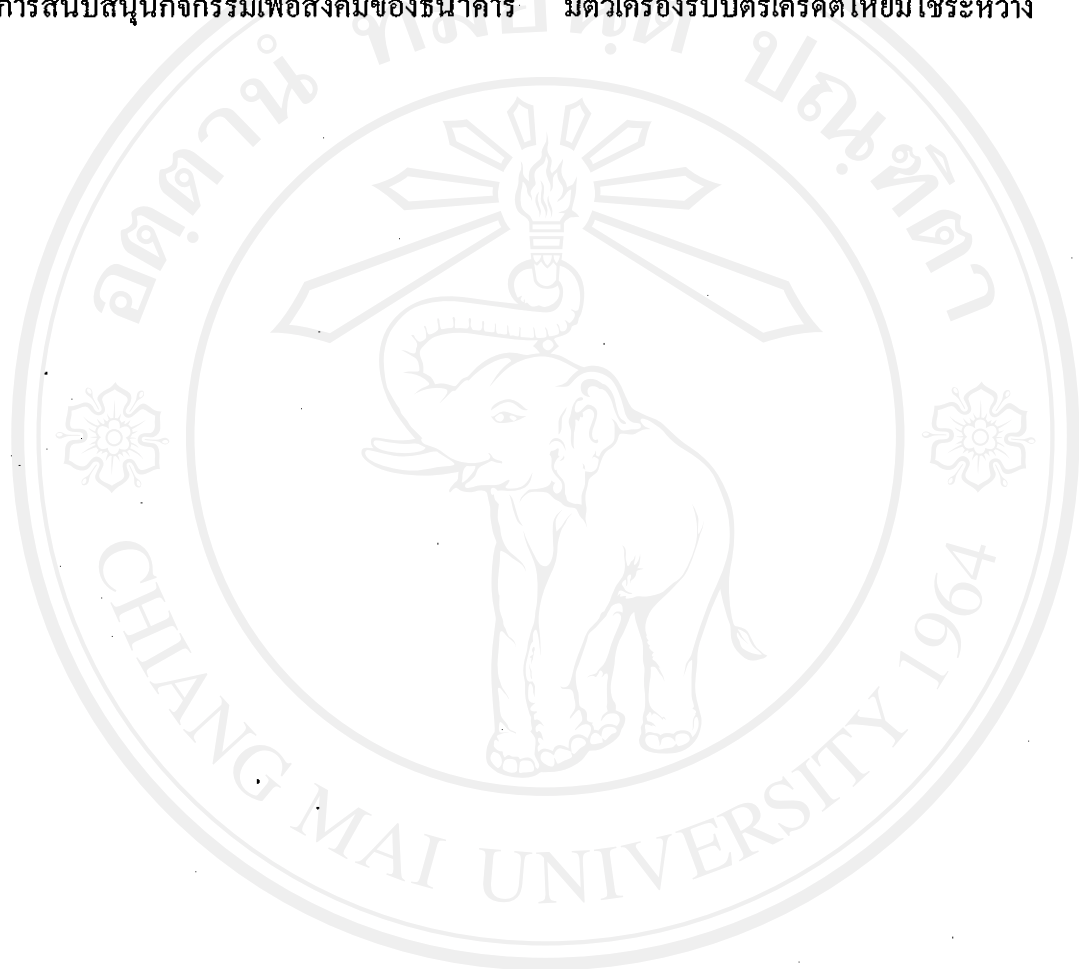
ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคารและมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 34 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 - 45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี	4.00 มาก	4.05 มาก	3.87 มาก	3.80 มาก	3.91 มาก	3.91 มาก	2
2. พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย	4.00 มาก	4.00 มาก	3.87 มาก	3.87 มาก	3.91 มาก	3.91 มาก	2
3. พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว	4.00 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.80 มาก	3.91 มาก	3.91 มาก	2
4. พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.50 มาก	4.05 มาก	3.90 มาก	3.87 มาก	3.82 มาก	3.91 มาก	2
5. พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	4.00 มาก	4.05 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	1
6. พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว	4.00 มาก	4.05 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	1
7. พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.00 ปานกลาง	3.95 มาก	3.80 มาก	3.87 มาก	3.91 มาก	3.84 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 มาก	4.02 มาก	3.90 มาก	3.87 มาก	3.92 มาก	3.93 มาก	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย . พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ . พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

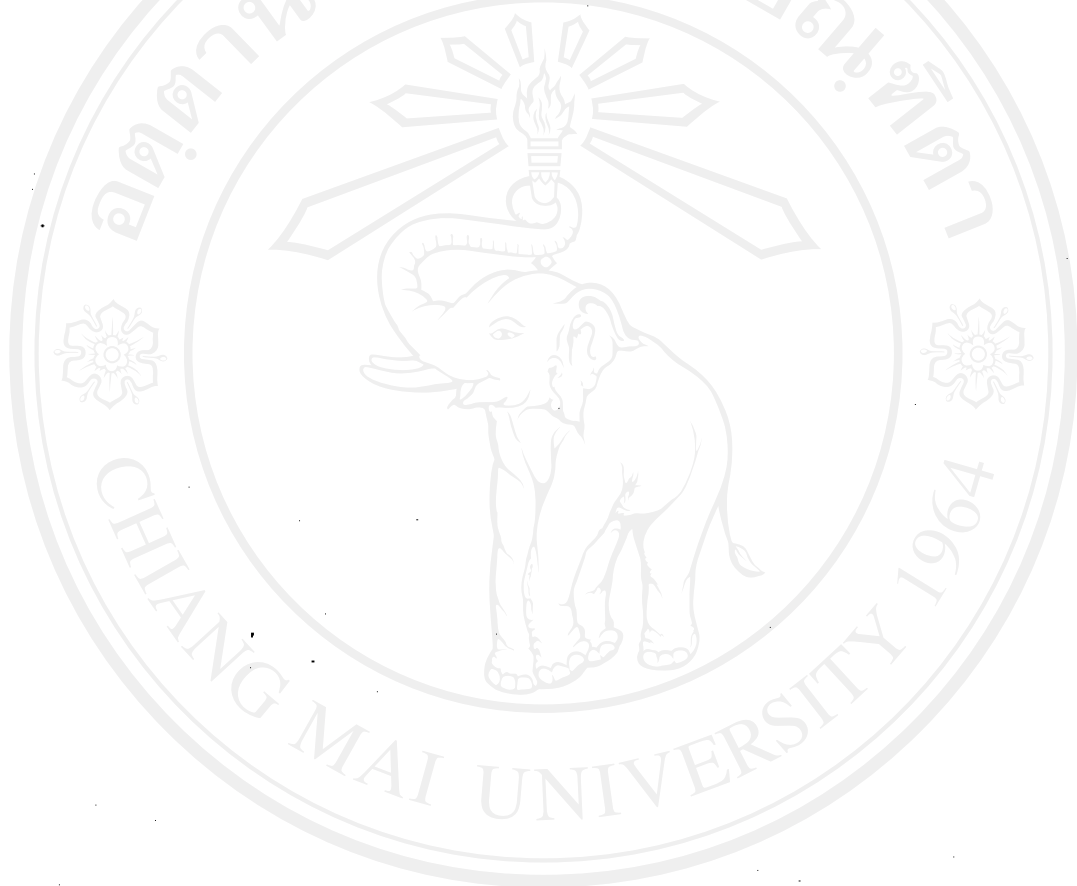
ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คือพนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย . พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ . พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และพนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ตารางที่ 39 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.การติดต่อเป็นไปอย่าง สะดวกรวดเร็วในกระบวนการ การขอติดตั้ง	4.00 มาก	3.79 มาก	3.83 มาก	3.73 มาก	3.91 มาก	3.82 มาก	3
2.มีศูนย์ให้บริการดูแลหลัง การติดตั้งเมื่อเครื่องและ ระบบมีปัญหาขัดข้อง	4.00 มาก	3.84 มาก	3.83 มาก	3.67 มาก	3.91 มาก	3.82 มาก	3
3. มีกระบวนการดูแลให้ ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว แก่ลูกค้ากรณีที่เกิด ปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง	4.50 มากที่สุด	3.89 มาก	3.87 มาก	3.80 มาก	3.91 มาก	3.88 มาก	1
4. ธนาคารมีเครื่องมือและ อุปกรณ์ที่ทันสมัยได้ มาตรฐาน ในการดูแล ระบบและตัวเครื่อง	4.50 มากที่สุด	3.89 มาก	3.83 มาก	3.73 มาก	3.91 มาก	3.86 มาก	2
5. การให้บริการมีกระบวนการ ที่ไม่ก่อให้เกิดความ ผิดพลาดจนเป็นปัญหา ซ้ำซ้อนในการใช้บริการ	4.50 มากที่สุด	3.84 มาก	3.77 มาก	3.73 มาก	3.91 มาก	3.82 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 มากที่สุด	3.85 มาก	3.83 มาก	3.73 มาก	3.91 มาก	3.84 มาก	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 25 ปี
ขึ้นไป โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาซับซ้อน มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ชนาคามีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ	3.50 มาก	3.21 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3
2. ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย	3.50 มาก	3.05 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	5
3. ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	3.50 มาก	3.05 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	4
4. ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย	3.50 มาก	3.21 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	2
5. มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ	3.50 มาก	3.26 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.47 มาก	3.09 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 มาก	3.16 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 25 - 34 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 35 - 45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ตารางที่ 41 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม อายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อายุ						ลำดับ
	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-45 ปี	46-50 ปี	51 ปีขึ้นไป	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.50 มาก	3.61 มาก	3.61 มาก	3.67 มาก	3.78 มาก	3.65 มาก	4
ด้านราคา	4.0 มาก	4.65 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	1
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.0 ปานกลาง	3.64 มาก	3.64 มาก	3.70 มาก	3.52 มาก	3.62 มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.0 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.47 มาก	3.14 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	6
ด้านบุคลากร	3.78 มาก	4.02 มาก	3.90 มาก	3.87 มาก	3.92 มาก	3.93 มาก	2
ด้านกระบวนการ	4.30 มากที่สุด	3.85 มาก	3.83 มาก	3.73 มาก	3.91 มาก	3.84 มาก	3
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.50 มาก	3.16 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	7

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยจำแนกตามประเภทอายุ มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

5.2 : ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 42 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรูปร่างและรูปทรงที่หลากหลาย	3.30 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.31 มาก	6
2. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย	3.50 มาก	3.48 มาก	3.53 มาก	3.49 มาก	5
3. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย	3.50 มาก	3.52 มาก	3.53 มาก	3.52 มาก	4
4. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน	4.12 มาก	4.12 มาก	4.18 มาก	4.13 มาก	1
5. มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต	3.67 มาก	3.63 มาก	3.76 มาก	3.66 มาก	3
6. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท	3.74 มาก	3.73 มาก	3.82 มาก	3.75 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63 มาก	3.63 มาก	3.69 มาก	3.64 มาก	

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรูปร่าง และรูปทรงที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมี

ความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ตัวบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ตัวบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี การศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ตัวบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย

ตารางที่ 43 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. อัตราค่าธรรมเนียมที่ทาง ธนาคารคิดจากสถาน ประกอบการ	4.52 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.76 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
2. อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องใน การติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต	4.52 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.76 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัว เครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด	4.52 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.65 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.52 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ และอัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากันคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ และอัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความสะดวกในการขอติดตั้ง เครื่องรับบัตรเครดิต	3.58 มาก	3.60 มาก	3.65 มาก	3.61 มาก	2
2.สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถ เดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก	3.55 มาก	3.57 มาก	3.59 มาก	3.57 มาก	3
3. มีการออกไปให้บริการ ตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่	3.65 มาก	3.65 มาก	3.65 มาก	3.65 มาก	1
4. มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่าง ใกล้ชิด	3.65 มาก	3.65 มาก	3.65 มาก	3.65 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.61 มาก	3.62 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

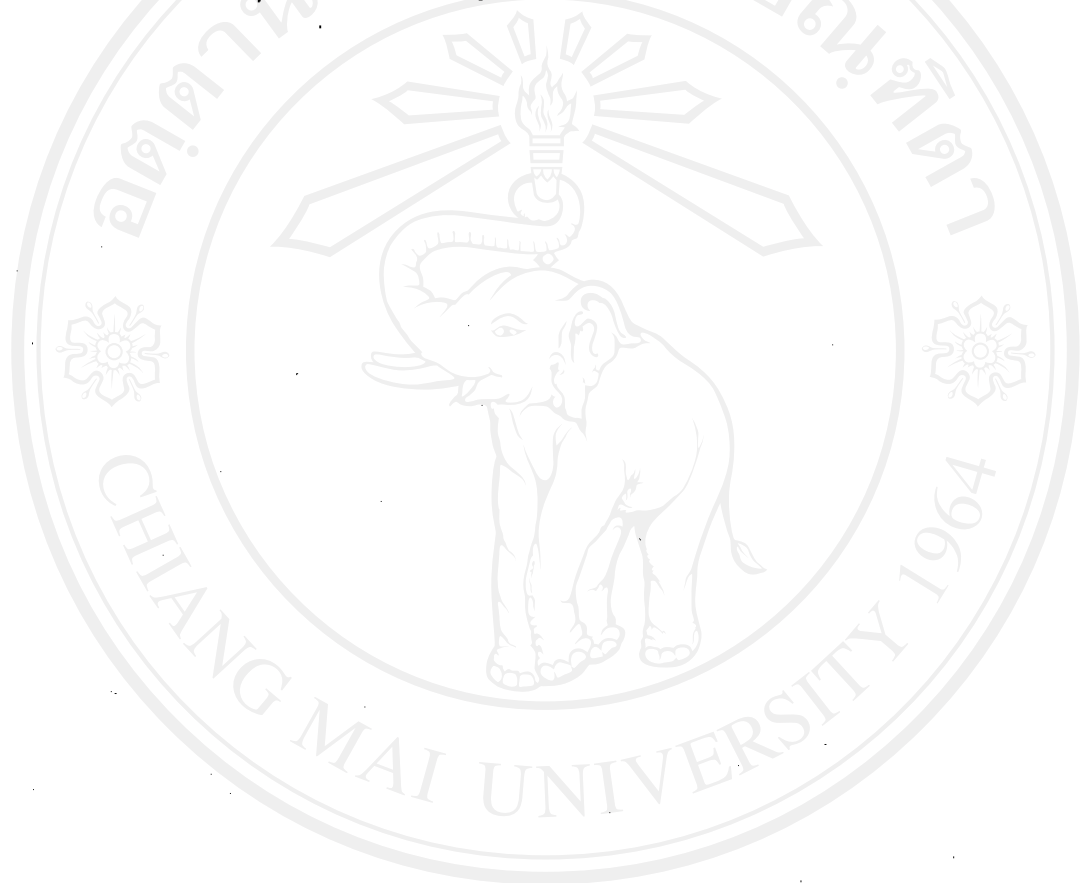
ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ .ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต
สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็ค
และซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัด
จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้ง
ของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อม
นอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับ

บัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริม
การตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	3.15 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.53 มาก	3.31 ปานกลาง	4
2. ความสัมพันธ์ระหว่างสถาน ประกอบการกับธนาคาร	3.25 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.59 มาก	3.39 ปานกลาง	3
3. รายการ โปร โมชั่นของธนาคารนำ ดึงดูดใจ	3.32 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.59 มาก	3.43 มาก	1
4. การประชาสัมพันธ์โดยป้าย โฆษณาตามจุดต่างๆ	3.39 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.41 มาก	3.40 ปานกลาง	2
5. การ โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.23 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	6
6. การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม ของธนาคาร	3.06 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	7
7. มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ ระหว่างซ่อม	3.22 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.41 มาก	3.30 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.44 มาก	3.32 ปานกลาง	

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า
ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากส่วนผู้ตอบ
แบบสอบถาม ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญ
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ รายการ โปร โมชั่นของธนาคารนำดึงดูดใจส่วน
ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของ

ธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร

ตารางที่ 46 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้าน
บุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานของธนาคารมีความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการ ให้บริการเป็นอย่างดี	3.89 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.91 มาก	2
2. พนักงานของธนาคารมีการอธิบาย อย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย	3.89 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.91 มาก	2
3. พนักงานของธนาคารสามารถให้การ ติดต่อเป็น ไปอย่างสะดวกรวดเร็ว	3.85 มาก	3.88 มาก	4.00 มาก	3.91 มาก	2
4. พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มี มนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี มารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ ง่าย	3.85 มาก	3.88 มาก	4.00 มาก	3.91 มาก	2
5. พนักงานของธนาคารมีความ น่าเชื่อถือ	3.91 มาก	3.97 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก	1
6. พนักงานของธนาคารมีการ ตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่ รวดเร็ว	3.91 มาก	3.97 มาก	4.12 มาก	4.00 มาก	1
7.พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้า อย่างเสมอภาค	3.81 มาก	3.83 มาก	3.88 มาก	3.84 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก	

ตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
บุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการ
ให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย

พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยปัจจัยด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทสูงกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ตารางที่ 47 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านกระบวนการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง	3.78 มาก	3.80 มาก	3.88 มาก	3.82 มาก	3
2.มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง	3.74 มาก	3.78 มาก	3.94 มาก	3.82 มาก	3
3. มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง	3.83 มาก	3.87 มาก	3.94 มาก	3.88 มาก	1
4. ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง	3.81 มาก	3.83 มาก	3.94 มาก	3.86 มาก	2
5.การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ	3.87 มาก	3.83 มาก	3.76 มาก	3.82 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81 มาก	3.82 มาก	3.89 มาก	3.84 มาก	

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง .มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยปัจจัยด้านกระบวนการโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานในการดูแลระบบและตัวเครื่อง การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ตารางที่ 48 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการ
สร้างหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทาง กายภาพ	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของธนาคาร ใกล้สถาน ประกอบการ	3.18 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3
2. ที่ตั้งของธนาคาร ใกล้ที่พักอาศัย	3.19 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	5
3. ที่ตั้งของธนาคาร อยู่ในย่าน ชุมชน	3.21 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	4
4. ที่ตั้งของธนาคาร มีที่จอดรถ สะดวกสบาย	3.18 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	2
5. มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวก ในการติดต่อ	3.17 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.41 มาก	3.27 ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีให้ความสำคัญกับ
ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ. ที่ตั้งของธนาคาร
ใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคาร ใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคาร อยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้ง
ของธนาคาร มีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
การสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้ง
ของธนาคาร ใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคาร ใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคาร อยู่ในย่าน
ชุมชน ที่ตั้งของธนาคาร มีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคาร ใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับการศึกษา				ลำดับ
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	รวม	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.63 มาก	3.63 มาก	3.69 มาก	3.64 มาก	4
ด้านราคา	4.52 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	1
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.61 มาก	3.62 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.23 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.44 มาก	3.32 ปานกลาง	6
ด้านบุคลากร	3.87 มาก	3.90 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก	2
ด้านกระบวนการ	3.81 มาก	3.82 มาก	3.89 มาก	3.84 มาก	3
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.20 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	7

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

5.3 : ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านักการกรงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 50 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาด และรูปทรงที่หลากหลาย	2.50 น้อยที่สุด	3.22 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.61 มาก	3.31 มาก	6
2. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย	3.00 ปานกลาง	3.46 มาก	3.50 มาก	3.61 มาก	3.49 มาก	5
3. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย	3.50 มาก	3.49 มาก	3.44 มาก	3.67 มาก	3.52 มาก	4
4. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง ถูกค้าไม่ต้องรอนาน	4.50 มากที่สุด	4.07 มาก	4.31 มากที่สุด	4.06 มาก	4.13 มาก	1
5. มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต	3.50 มากที่สุด	3.66 มาก	3.56 มาก	3.78 มาก	3.66 มาก	3
6. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท	3.50 มากที่สุด	3.71 มาก	3.81 มาก	3.83 มาก	3.75 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42 มาก	3.60 มาก	3.66 มาก	3.76 มาก	3.65 มาก	

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัว

แบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ เครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาด และรูปทรงที่หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่น ขนาดและรูปทรงที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัว เครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมี ประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนานมีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคาร คิดจากสถานประกอบการ	5.00 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
2. อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องใน การติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต	5.00 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	1
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัว เครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด	5.00 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	5.00 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน
ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถาน
ประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้น
เมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้
ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทาง
ธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต
ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000-500,000
บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่
ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต
ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,001-900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และ ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิตและ ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ตารางที่ 52 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความสะดวกในการขอติดตั้ง เครื่องรับบัตรเครดิต	4.50 มากที่สุด	3.66 มาก	3.63 มาก	3.39 ปานกลาง	3.61 มาก	2
2.สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถ เดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก	4.50 มากที่สุด	3.61 มาก	3.63 มาก	3.33 ปานกลาง	3.57 มาก	3
3. มีการออกไปให้บริการ ตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่	4.50 มากที่สุด	3.73 มาก	3.63 มาก	3.39 ปานกลาง	3.65 มาก	1
4. มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่าง ใกล้ชิด	4.50 มากที่สุด	3.68 มาก	3.69 มาก	3.44 มาก	3.65 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50 มากที่สุด	3.67 มาก	3.64 มาก	3.39 ปานกลาง	3.62 มาก	

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000 – 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000-500,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,001-900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่และมีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่และ ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.00 มาก	3.39 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	4
2. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร	4.00 มาก	3.41 มาก	3.44 มาก	3.22 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3
3. รายการโปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ	4.00 มาก	3.44 มาก	3.50 มาก	3.28 ปานกลาง	3.43 มาก	1
4. การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ	4.00 มาก	3.29 ปานกลาง	3.63 มาก	3.39 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	2
5. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.50 มาก	3.17 ปานกลาง	3.44 มาก	3.22 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	6
6. การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร	3.00 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	7
7. มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม	3.00 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.50 มาก	3.28 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 มาก	3.29 ปานกลาง	3.43 มาก	3.23 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาทและในช่วง 500,001 – 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000 – 500,000 บาทและ สูงกว่า 900,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000 - 500,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,001 - 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคารและการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น

โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร และมี
ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ตารางที่ 54 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานของธนาคารมีความรู้ ความสามารถและความชำนาญใน การให้บริการเป็นอย่างดี	3.50 มาก	3.95 มาก	3.87 มาก	3.89 มาก	3.91 มาก	2
2. พนักงานของธนาคารมีการอธิบาย อย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย	3.50 มาก	3.95 มาก	3.87 มาก	3.89 มาก	3.91 มาก	2
3. พนักงานของธนาคารสามารถให้ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว	3.50 มาก	4.02 มาก	3.81 มาก	3.78 มาก	3.91 มาก	2
4. พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มี มนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มี มารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ ง่าย	4.00 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก	3.83 มาก	3.91 มาก	2
5. พนักงานของธนาคารมีความ น่าเชื่อถือ	4.00 มาก	4.05 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	1
6. พนักงานของธนาคารมีการ ตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่ รวดเร็ว	4.50 มากที่สุด	4.05 มาก	3.94 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	1
7. พนักงานของธนาคารให้บริการ ลูกค้าอย่างเสมอภาค	4.00 มาก	3.95 มาก	3.56 มาก	3.83 มาก	3.84 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 มาก	3.99 มาก	3.82 มาก	3.86 มาก	3.93 มาก	

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ของกิจการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว ส่วนปัจจัยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ และ พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,000-500,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,001 - 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The lamp is flanked by two stylized, multi-pointed star-like symbols. The entire central design is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are also two decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ในกระบวนการขอติดตั้ง	4.50 มากที่สุด	3.90 มาก	3.81 มาก	3.56 มาก	3.82 มาก	3
2.มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้ง เมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง	4.00 มาก	3.95 มาก	3.75 มาก	3.56 มาก	3.82 มาก	3
3. มีกระบวนการดูแลให้ความ ช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่ เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง	4.50 มากที่สุด	3.98 มาก	3.88 มาก	3.61 มาก	3.88 มาก	1
4. ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ ทันสมัยได้มาตรฐาน ในการดูแลระบบ และตัวเครื่อง	4.50 มากที่สุด	3.98 มาก	3.81 มาก	3.56 มาก	3.86 มาก	2
5.การให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหา ซ้ำซ้อนในการใช้บริการ	4.50 มากที่สุด	3.90 มาก	3.81 มาก	3.56 มาก	3.82 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.40 มากที่สุด	3.94 มาก	3.81 มาก	3.57 มาก	3.84 มาก	

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง

และตัวเครื่องและการให้บริการมีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ตารางที่ 56 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000 บาท	100,000 – 500,000 บาท	500,001 – 900,000 บาท	สูงกว่า 900,000 บาท	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ	4.00 มาก	3.24 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3
2. ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย	3.50 มาก	3.12 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	5
3. ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน	3.50 มาก	3.12 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	4
4. ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.00 มาก	3.24 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	2
5. มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ	4.00 มาก	3.27 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 มาก	3.20 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามช่วงรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ, ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย, ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน, ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย, มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 100,000-500,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 500,00-900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 900,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือที่ตั้งของธนาคารใกล้สถานประกอบการ ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่พักอาศัย ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในย่านชุมชน ที่ตั้งของธนาคารมีที่จอดรถสะดวกสบาย มีสาขาหลายแห่งทำให้สะดวกในการติดต่อ

ตารางที่ 57 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้านักการกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน					ลำดับ
	ต่ำกว่า 100,000	100,000- 500,000	500,001- 900,000	สูงกว่า 900,000	รวม	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.42 มาก	3.60 มาก	3.66 มาก	3.76 มาก	3.65 มาก	4
ด้านราคา	5.0 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	1
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.50 มากที่สุด	3.67 มาก	3.64 มาก	3.39 ปานกลาง	3.62 มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.64 มาก	3.29 ปานกลาง	3.43 มาก	3.23 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	6
ด้านบุคลากร	3.86 มาก	3.99 มาก	3.82 มาก	3.86 มาก	3.93 มาก	2
ด้านกระบวนการ	4.40 มากที่สุด	3.94 มาก	3.81 มาก	3.57 มาก	3.84 มาก	3
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.80 มาก	3.20 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	7

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

5.4 : ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ
เครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 58 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ							ลำดับ
	ร้านอาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรงพยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต มีรุ่นขนาดรูปทรงที่ หลากหลาย	3.12 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.53 มาก	3.50 มาก	3.35 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	6
2. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีฟังก์ชันการใช้ งานที่หลากหลาย	3.41 มาก	3.53 มาก	3.59 มาก	3.50 มาก	3.55 มาก	3.36 มาก	3.49 มาก	5
3. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตมีความทันสมัย	3.41 มาก	3.42 มาก	3.59 มาก	3.72 มาก	3.48 มาก	3.5 มาก	3.52 มาก	4
4. ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต มีระบบการทำงานที่ รวดเร็วและมี ประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ ต้องรอนาน	3.88 มาก	4.05 มาก	4.18 มาก	4.39 มากที่สุด	4.02 มาก	4.23 มาก	4.13 มาก	1
5. มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต	3.53 มาก	3.68 มาก	3.65 มาก	3.83 มาก	3.66 ปานกลาง	3.58 มาก	3.66 มาก	3
6. ตัวเครื่องรับบัตร เครดิตสามารถรับบัตร ได้หลายประเภท	3.59 มาก	3.74 มาก	3.76 มาก	3.83 มาก	4.00 มาก	3.6 มาก	3.75 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.49 มาก	3.61 มาก	3.72 มาก	3.79 มาก	3.20 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.65 มาก	

หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย มีการรับประกันตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน และตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดรูปทรงที่หลากหลาย และมีการรับประกันตัวเครื่องรับบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีความทันสมัย ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีระบบการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงลูกค้าไม่ต้องรอนาน มีการรับประกัน ตัวเครื่องรับบัตรเครดิต ตัวเครื่องรับบัตรเครดิตสามารถรับบัตรได้หลายประเภท ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือตัวเครื่องรับบัตรเครดิตมีรุ่นขนาดรูปทรงที่หลากหลาย

ตารางที่ 59 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ							ลำ ดับ
	ร้าน อาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่ พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่องป ระดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ คาร์แคร์ เครื่อง เสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. อัตราค่าธรรมเนียมที่ ทางธนาคารคิดจากสถาน ประกอบการ	4.53 มาก ที่สุด	4.68 มาก ที่สุด	4.71 มาก ที่สุด	4.72 มาก ที่สุด	4.56 มาก ที่สุด	4.49 มาก ที่สุด	4.62 มาก ที่สุด	1
2. อัตราค่าใช้จ่ายที่ เกี่ยวข้องกับในการติดตั้ง เครื่องรับบัตรเครดิต	4.53 มาก ที่สุด	4.68 มาก ที่สุด	4.47 มาก ที่สุด	4.72 มาก ที่สุด	4.71 มาก ที่สุด	4.62 มาก ที่สุด	4.62 มาก ที่สุด	1
3. ค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้น เมื่อตัวเครื่องรับบัตร เครดิตขัดข้อง	4.53 มาก ที่สุด	4.68 มาก ที่สุด	4.41 มาก ที่สุด	4.67 มาก ที่สุด	4.58 มาก ที่สุด	4.58 มาก ที่สุด	4.58 มาก ที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.53 มาก ที่สุด	4.68 มาก ที่สุด	4.45 มาก ที่สุด	4.70 มาก ที่สุด	4.78 มาก ที่สุด	4.54 มาก ที่สุด	4.61 มาก ที่สุด	

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่าย
ที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิต
ขัดข้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
ราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถาน

ประกอบการ และอัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจโรงพยาบาล คลินิก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจประเภทติดต่อสื่อสารอุปกรณ์ไอที ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดคือ อัตราค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารคิดจากสถานประกอบการ อัตราค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต และค่าใช้จ่ายอันเกิดขึ้นเมื่อตัวเครื่องรับบัตรเครดิตชำรุด

ตารางที่ 60 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัย ด้านการจัด
จำหน่าย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ							ลำ ดับ
	ร้านอาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ คาร์แคร์ เครื่อง เสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความสะดวกในการ ขอติดตั้งเครื่องรับบัตร เครดิต	3.65 มาก	3.53 มาก	3.53 มาก	3.67 มาก	3.75 มาก	3.55 มาก	3.61 มาก	2
2.สถานที่ตั้งของ ธนาคารสามารถเดินทาง มาติดต่อได้อย่างสะดวก	3.65 มาก	3.47 มาก	3.53 มาก	3.56 มาก	3.65 มาก	3.58 มาก	3.57 มาก	3
3. มีการออกไป ให้บริการตรวจเช็คและ ซ่อมนอกสถานที่	3.65 มาก	3.58 มาก	3.59 มาก	3.67 มาก	3.82 มาก	3.60 มาก	3.65 มาก	1
4. มีเจ้าหน้าที่เฉพาะ ดูแลอย่างใกล้ชิด	3.71 มาก	3.63 มาก	3.53 มาก	3.67 มาก	3.69 มาก	3.66 มาก	3.65 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 มาก	3.55 มาก	3.54 มาก	3.64 มาก	3.81 มาก	3.52 มาก	3.62 มาก	

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของ
ธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอก
สถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจร้านอาหารธุรกิจบันเทิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจโรงพยาบาล คลินิก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ ไอที ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจประดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดระดับมาก คือ ความสะดวกในการขอติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิต สถานที่ตั้งของธนาคารสามารถเดินทางมาติดต่อได้อย่างสะดวก มีการออกไปให้บริการตรวจเช็คและซ่อมนอกสถานที่ มีเจ้าหน้าที่เฉพาะดูแลอย่างใกล้ชิด

ตารางที่ 61 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านส่งเสริม
การตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	ประเภทธุรกิจ							ลำ ดับ
	ร้าน อาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ คาร์แคร์ เครื่อง เสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.ความมีชื่อเสียงของ ธนาคาร	3.18 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.5 มาก	3.2 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	
2. ความสัมพันธ์ระหว่าง สถานประกอบการกับ ธนาคาร	3.29 ปาน กลาง	3.32 ปาน กลาง	3.35 ปาน กลาง	3.44 มาก	3.4 ปาน กลาง	3.55 มาก	3.39 ปาน กลาง	3
3. รายการโปรโมชัน ของธนาคารน่าดึงดูดใจ	3.35 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.56 มาก	3.89 มาก	3.19 ปานกลาง	3.43 มาก	1
4. การประชาสัมพันธ์ โดยป้ายโฆษณาตามจุด ต่างๆ	3.35 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.61 มาก	3.50 มาก	3.34 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	2
5. การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต ฯลฯ	3.18 ปาน กลาง	3.21 ปาน กลาง	3.29 ปาน กลาง	3.33 ปาน กลาง	3.20 ปาน กลาง	3.26 ปาน กลาง	3.25 ปาน กลาง	5
6. การสนับสนุน กิจกรรมเพื่อสังคมของ ธนาคาร	3.12 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	6
7. มีตัวเครื่องรับบัตร เครดิตให้ยืมใช้ระหว่าง ซ่อม	3.29 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.5 มาก	3.18 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.42 มาก	3.50 มาก	3.23 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ ไอที และธุรกิจเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว ธุรกิจโรงพยาบาล คลินิก ธุรกิจร้านอาหารธุรกิจบันเทิง และธุรกิจระดับบัณฑิต คาร์แคร์ เครื่องเสียง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ในปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ รายการ โปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจร้านอาหารธุรกิจบันเทิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการ โปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจโรงพยาบาลคลินิก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการ โปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการ โปรโมชันของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร มีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ ไอที ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกายเครื่องประดับให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร รายการโปรโมชั่นของธนาคารน่าดึงดูดใจ การประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาตามจุดต่างๆ และมีตัวเครื่องรับบัตรเครดิตให้ยืมใช้ระหว่างซ่อม ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสถานประกอบการกับธนาคาร การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต การสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมของธนาคาร

ตารางที่ 62 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ							ลำ ดับ
	ร้าน อาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่ พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ การ์แคร์ เครื่อง เสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี	3.82 มาก	3.89 มาก	3.82 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก	3.91 มาก	2
2. พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย	3.88 มาก	3.89 มาก	3.82 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.88 มาก	3.91 มาก	2
3. พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว	3.88 มาก	3.89 มาก	3.82 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.87 มาก	3.91 มาก	2
4. พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ชี้แนะเข้มแข็งใฝ่มีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้	3.76 มาก	3.89 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก	3.91 มาก	2
5. พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	4.00 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	1
6. พนักงานของธนาคารการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหที่รวดเร็ว	4.00 มาก	3.89 มาก	3.94 มาก	4.17 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	1
7. พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	3.59 มาก	3.84 มาก	3.82 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก	3.84 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85 มาก	3.89 มาก	3.88 มาก	4.05 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.93 มาก	

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจร้านอาหารธุรกิจบันเทิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจโรงพยาบาลคลินิก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจติดต่อสื่อสาร อุปกรณ์ไอทีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือพนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกายเครื่องประดับให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือพนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือพนักงานของธนาคารมีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการเป็นอย่างดี พนักงานของธนาคารมีการอธิบายอย่างถูกต้องแม่นยำและเข้าใจง่าย พนักงานของธนาคารสามารถให้การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว พนักงานของธนาคารมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสมีมารยาทดีมีบุคลิกที่สามารถเข้าถึงได้ พนักงานของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ พนักงานของธนาคารมีการตอบสนอง ในการแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว พนักงานของธนาคารให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค

ตารางที่ 63 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
กระบวนการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ประเภทธุรกิจ							ลำ ดับ
	ร้าน อาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ คาร์แคร์ เครื่อง เสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1.การติดต่อเป็นไปอย่าง สะดวกรวดเร็วใน กระบวนการขอติดตั้ง	3.82 มาก	3.68 มาก	3.76 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	3.72 มาก	3.82 มาก	3
2.มีศูนย์ให้บริการดูแลถึง การติดตั้งเมื่อเครื่องและ ระบบมีปัญหาขัดข้อง	3.94 มาก	3.68 มาก	3.76 มาก	3.83 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก	3.82 มาก	3
3. มีกระบวนการดูแลให้ ความช่วยเหลืออย่าง รวดเร็วแก่ลูกค้ากรณี เครื่องเกิดปัญหาหรือต้อง ซ่อมบำรุง	4.00 มาก	3.68 มาก	3.88 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	3.76 มาก	3.88 มาก	1
4. ชนาคามีเครื่องมือและ อุปกรณ์ที่ทันสมัยได้ มาตรฐาน ในการดูแล ระบบและตัวเครื่อง	4.00 มาก	3.68 มาก	3.82 มาก	3.89 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก	3.86 มาก	2
5.การให้บริการมี กระบวนการที่ไม่ ก่อให้เกิดความผิดพลาด จนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนใน การใช้บริการ	4.00 มาก	3.68 มาก	3.71 มาก	3.89 มาก	3.83 มาก	3.78 มาก	3.82 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 มาก	3.68 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก	3.95 มาก	3.78 มาก	3.84 มาก	

ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ในการดูแลระบบและตัวเครื่องการให้บริการ มีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจเครื่องแต่งกายเครื่องประดับให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ในการดูแลระบบและตัวเครื่องการให้บริการ มีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจระดับยนต์ คาร์แคร์ เครื่องเสียงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การติดต่อเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วในกระบวนการขอติดตั้ง มีศูนย์ให้บริการดูแลหลังการติดตั้งเมื่อเครื่องและระบบมีปัญหาขัดข้อง มีกระบวนการดูแลให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วแก่ลูกค้ากรณีที่เครื่องเกิดปัญหาหรือต้องซ่อมบำรุง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐาน ในการดูแลระบบและตัวเครื่องการให้บริการ มีกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดจนเป็นปัญหาซ้ำซ้อนในการใช้บริการ

ตารางที่ 64 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ
สร้างหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการสร้าง หลักฐานทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ							รวม	ลำ ดับ
	ร้าน อาหาร ธุรกิจ บันเทิง	โรง พยาบาล คลินิก	ทัวร์ ที่พัก ท่องเที่ยว	ติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ ไอที	ธุรกิจ เครื่อง แต่งกาย เครื่อง ประดับ	ธุรกิจ ประดับ ยนต์ คาร์แคร์ เครื่อง เสียง			
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
1. ที่ตั้งของธนาคารใกล้ สถานประกอบการ	3.18 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.18 ปาน กลาง	3.28 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.35 ปาน กลาง	3.23 ปาน กลาง	3	
2. ที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ พักอาศัย	3.12 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.12 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง	3.20 ปาน กลาง	3.20 ปาน กลาง	3.16 ปาน กลาง	5	
3. ที่ตั้งของธนาคารอยู่ใน ย่านชุมชน	3.18 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.12 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.17 ปาน กลาง	4	
4. ที่ตั้งของธนาคารมีที่ จอดรถสะดวกสบาย	3.18 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.24 ปาน กลาง	3.33 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.23 ปาน กลาง	3.25 ปาน กลาง	2	
5. มีสาขาหลายแห่งทำให้ สะดวกในการติดต่อ	3.18 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.29 ปาน กลาง	3.39 ปาน กลาง	3.32 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.27 ปาน กลาง	1	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.16 ปาน กลาง	3.11 ปาน กลาง	3.19 ปาน กลาง	3.29 ปาน กลาง	3.40 ปาน กลาง	3.30 ปาน กลาง	3.22 ปาน กลาง		

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้าง
หลักฐานทางกายภาพ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 65 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทธุรกิจ							ลำดับ
	ร้านอาหารธุรกิจบันเทิง	โรงพยาบาลคลินิก	ทัวร์ที่พักท่องเที่ยว	ติดต่อสื่อสารไอที	เครื่องแต่งกายเครื่องประดับ	ประดับยนต์เครื่องเสียง	รวม	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.49 มาก	3.61 มาก	3.72 มาก	3.79 มาก	3.26 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.65 มาก	4
ด้านราคา	4.53 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	1
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	3.66 มาก	3.55 มาก	3.54 มาก	3.64 มาก	3.81 มาก	3.52 มาก	3.62 มาก	5
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.25 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.42 มาก	3.50 มาก	3.23 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	6
ด้านบุคลากร	3.85 มาก	3.89 มาก	3.88 มาก	4.05 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.93 มาก	2
ด้านกระบวนการ	3.95 มาก	3.68 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก	3.95 มาก	3.78 มาก	3.84 มาก	3
ด้านหลักฐานทางกายภาพ	3.16 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	7

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และ ด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. อยากให้ธนาคารจัดโปรโมชั่นให้มากกว่านี้
2. อยากให้มีศูนย์ประสานงานเฉพาะกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับเครื่องรับบัตรเครดิต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved