

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ	5
แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องบัตรเครดิต	7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
ขอบเขตการศึกษา	16
การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	17
การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	17
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	18
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต	23
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	29
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	65
ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	92
ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	121
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	124
สรุปผลการศึกษา	124
อภิปรายผลการศึกษา	144
ข้อค้นพบ	148
ข้อเสนอแนะ	150
บรรณานุกรม	153
ภาคผนวก	155
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	156
ประวัติผู้เขียน	166

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	20
3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	21
4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	21
5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	22
6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบัตรเครดิต ที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์	23
7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการถือบัตรเครดิต ที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์	24
8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการถือบัตรเครดิต ที่ออกโดยกลุ่มสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์	24
9 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของบัตรเครดิต	25
10 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่การใช้บัตรเครดิต	26
11 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้าที่ผ่อนชำระ	27
12 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บัตรเครดิต	28
13 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำของบุคคล	28
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	29
15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	31
16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	32
17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดโดยการใช้พนักงานขาย	33
18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดโดยการโฆษณา	34
19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดโดยการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย	36
21 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต	37
22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล	38
23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ	40
24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ	42
25 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต	43
26 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	44
27 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	46
28 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	48
29 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามเพศ	50
30 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยโฆษณา จำแนกตามเพศ	52
31 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้ข่าวและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามเพศ	54
32 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามเพศ	55
33 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามเพศ	57
34 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามเพศ	58
35 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ	60
36 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
37 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามเพศ	63
38 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	65
39 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	68
40 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	70
41 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามอายุ	72
42 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการโฆษณา จำแนกตามอายุ	75
43 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้ข่าวและประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ	77
44 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาด โดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ	79
45 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามอายุ	81
46 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามอายุ	83
47 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ	86
48 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	88
49 ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามอายุ	90
50 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้	92
51 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้	95
52 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้	97
53 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการใช้พนักงานขาย จำแนกตามรายได้	100
54 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณา จำแนกตามรายได้	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ข่าวการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้	105
56 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขาย จำแนกตามรายได้	107
57 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้	109
58 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคล จำแนกตามรายได้	111
59 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้	114
60 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้	117
61 ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้	119
62 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหา	121
63 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ	122
64 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก และลำดับรองของผู้ตอบแบบสอบถาม	126
65 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	127
66 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	128
67 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ยสูงสุด) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	131