

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้า
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

สารนิพนธ์
ของ
นางสุนิสา ทองวิจิตร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๘. ๘๓๔๒

๙๘๑๘๓

๙.๓

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้า
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

บทคัดย่อ

ของ

นางสุนิสา ทองวิจิตร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

พฤษภาคม ๒๕๔๖

๒๒๖๙๔๕ ๙.๓

สุนิสา ทองวิจิตร. (2546). *ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ่มไทย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใน 4 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป และเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่ ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้าที่มีต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี จำนวน 286 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที(t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD(Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ามีความเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ส่วนด้านอื่น ๆ มีความเหมาะสมมาก
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านความสะดวกในการชำระเงิน ลูกค้ามีความเห็นต่อบัตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01
3. ลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์และด้านความสะดวกในการชำระเงิน ลูกค้ามีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความเห็นต่อบัตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านบริการทั่วไปลูกค้ามีความเห็นต่อบัตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ลูกค้ำที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีความเห็นต่อบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป มีความเห็นต่อบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ลูกค้ำที่มีเพศ, อาชีพ, ประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่, ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกต่างกัน มีความเห็นต่อบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**Opinions Towards Kasikornbank Cards of Customers of
Kasikornbank Public Company Limited, Petchaburi Branch**

AN ABSTRACT

BY

MRS.SUNISA THONGWIJIT

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University**

May 2003

Sunisa Thongwijit. (2003). *Opinions Towards Kasikornbank Cards of Customers of Kasikornbank Public Company Limited, Petchaburi Branch*. Master Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Assist. Prof. Supee Limthai.

The purposes of this study were to survey and compare opinions towards Kasikornbank cards of customers of Kasikornbank public company limited, Petchaburi branch in four aspect: card characteristic and benefit, convenient payment, promotion and general service under the classification of sex, age, occupation, credit card type, expenditure per month and period of time to be member. It also included the recommendations from customers. The samples were 286 Kasikornbank card holders in Petchaburi Province. The instrument was used to collect data was rating scale questionnaire with 35 items. Statistic applied in the study were percentage, mean standard deviation, t-test and One-Way Analysis of Variance.

The research revealed as follows:

1. The opinion of customer in overall and the aspect of card characteristic and benefit and promotion were at moderate level while the others were at high level.
2. There was statistical significant difference level at 0.1 in overall aspect. For the aspect of card characteristic and benefit and convenient payment, there were statistical significant difference level at 0.5 for the opinion of customers with different age.
3. There were statistical significant difference level at .01 in overall and the aspect of card characteristic, convenient payment and promotion. For the aspect of general service, there was statistical significant difference level at 0.5 for the opinion of customers with different income per month.
4. There were statistical significant difference level at .01 in overall and each aspect for the opinion of the customers with different expenditure per month.
5. There was no statistical significant difference in overall and each aspect for the opinion of customers with different sex, occupation, credit card type and period of time to be member.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชำรงค์ อุดมไพจิตรกุล)

.....กรรมการ

(อาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการ
ศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรรณวิน)

วันที่ ๑ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ้มไทย อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละอันมีค่า นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี นายอุดมศักดิ์ รุ่งราตรี ผู้จัดการสาขา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี และนายเสกสรร เกษตรสวัสดิ์ ผู้นำทีมขาย ศูนย์สินเชื่อบริษัทธุรกิจเพชรบุรี ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปากเปล่าคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ อุดมไพจิตรกุล และอาจารย์ผจงศักดิ์ หมวดสง ที่ได้ให้คำแนะนำและพิจารณาการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ได้รับการอบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามได้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เป็นคนดี ขยัน อดทน ซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมอบโอกาสการศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวจนปัจจุบัน

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ญาติ ๆ บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดี และมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

สุนิสา ทองวิจิตร

สารบัญ

บทที่

หน้า

1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	3
	ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
	สมมติฐานในการวิจัย.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
	ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต.....	8
	ประเภทบัตรเครดิต.....	9
	สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต.....	12
	การตัดสินใจและแบบของการตัดสินใจ.....	18
	ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด.....	20
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	29
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
	วิธีการสร้างเครื่องมือ.....	29
	วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
	วิธีจัดกระทำกับข้อมูล.....	30
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	34

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	71
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	71
	ขอบเขตในการศึกษาค้นคว้า.....	71
	สมมติฐานการศึกษาค้นคว้า.....	72
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	72
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
	อภิปรายผล.....	77
	ข้อเสนอแนะ.....	83
	บรรณานุกรม.....	86
	ภาคผนวก.....	88
	ภาคผนวก ก.....	89
	ภาคผนวก ข.....	96
	ภาคผนวก ค.....	97
	ภาคผนวก ง.....	102
	ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	103

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยสาขาเพชรบุรี จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ที่ใช้อยู่ ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต.....	37
2 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี.....	39
3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านคุณ ลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์.....	40
4 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านความ สะดวกในการชำระเงิน.....	41
5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านการ ส่งเสริมการตลาด.....	42
6 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้ำธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านการ บริการทั่วไป.....	43
7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำที่ เพศต่างกัน.....	44
8 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ จำแนกตามอายุ.....	45
9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ ที่มีอายุต่างกัน.....	46
10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์โดยจำแนกตามอายุ.....	47
11 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยจำแนกตามอายุ.....	47

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า โดยรวมโดยจำแนกตามอายุ.....	48
13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทยของลูกค้าจำแนกตามอาชีพ.....	49
14	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ที่มีอาชีพต่างกัน.....	50
15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิ กรไทยของลูกค้าจำแนกตามระดับรายได้.....	51
16	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ที่มีรายได้ต่างกัน.....	52
17	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์โดยจำแนกตามรายได้.....	53
18	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยจำแนกตามรายได้.....	54
19	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามรายได้.....	55
20	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านการบริการทั่วไป โดยจำแนกตามรายได้.....	56
21	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า โดยรวม โดยจำแนกตามรายได้.....	57
22	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าจำแนกตามประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่....	58
23	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ที่มีประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกัน.....	59
24	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า จำแนกตามยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	60
25	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	61

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่าย บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	62
27	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	63
28	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	64
29	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ด้านการบริการทั่วไป โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิ กรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	65
30	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า โดยรวม โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดย เฉลี่ยต่อเดือน.....	66
31	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิ กรไทยของลูกค้าจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	67
32	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกัน.....	68
33	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี จากแบบสอบถามปลาย เปิดด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป.....	69

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์.....	22
2 ผลิตภัณฑ์ครบ.....	22
3 ความเกี่ยวข้องระหว่างอัตราประโยชน์ มูลค่า และราคา.....	23
4 ถึงบทบาทการส่งเสริมการตลาดในส่วนประสมการตลาด.....	25

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสังคมปัจจุบัน บัตรเครดิตกำลังเป็นที่ยอมรับและนิยมใช้กันอย่างกว้างขวางโดยพิจารณาทั้งด้านจำนวนผู้ถือบัตรและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยระบุว่าในปี 2532 มีจำนวนบัตรเครดิตที่ออกให้แก่ผู้ถือรวมกันประมาณ 487,000 บัตร (ร้อยละ 0.87 ของประชากรทั้งหมด) มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตประมาณ 18,696 ล้านบาท (ร้อยละ 1.01 ของ GDP) ธุรกิจบัตรเครดิตเติบโตอย่างรวดเร็วจนถึงสูงสุดในปี 2540 ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นของวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่ามีจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้นประมาณ 2,010,000 บัตร (ร้อยละ 3.30 ของประชากรทั้งประเทศ) มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตประมาณ 149,392 ล้านบาท (ร้อยละ 3.15 ของ GDP) แต่หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ส่งผลให้การถือบัตรเครดิตมีจำนวนลดลงค่อนข้างมาก ภาวะหดตัวปรากฏต่อเนื่องอยู่ประมาณ 2 ปี โดยหดตัวถึงจุดต่ำสุดในปี 2542 มีจำนวนบัตรเครดิตประมาณ 1,574,000 บัตร (ร้อยละ 2.55 ของประชากรทั้งประเทศ) และค่อย ๆ กระเตื้องขึ้นอย่างช้า ๆ ในปี 2543 โดยข้อมูลเมื่อสิ้นไตรมาสที่ 3 เดือนกันยายน 2543 มีจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้น 1,690,952 บัตร (ร้อยละ 2.73 ของประชากรทั้งหมด)

ธุรกิจบัตรเครดิตนอกจากจะมีบทบาทมากขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมมากในปัจจุบันแล้ว ยังถือได้ว่ามีส่วนช่วยเสริมพัฒนาการด้านต่าง ๆ ในสังคมตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทั้งนี้การใช้บัตรเครดิตจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยแก่ผู้ถือโดยทำให้ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางในประเทศหรือต่างประเทศ โดยจะได้รับความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อหาสิ่งของและรับบริการล่วงหน้าได้ระยะหนึ่งก่อนที่บริษัทผู้ออกบัตรจะเรียกเก็บเงินตามที่ใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลให้ธุรกิจการค้ามีการหมุนเวียนและผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากกว่าปกติ นอกจากนั้นการถือบัตรเครดิตและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตก่อให้เกิดความสะดวกในการบริหารการเงินส่วนบุคคล เนื่องจากจะมีหลักฐานการใช้จ่ายอย่างครบถ้วนและชัดเจน ส่วนบทบาทของธุรกิจบัตรเครดิตในแง่มุมมองของเศรษฐกิจนับได้ว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยในระบบเศรษฐกิจ โดยสอดคล้องกับนโยบายของทางการในขณะนี้เพื่อให้มีส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจโดยรวมฟื้นตัวอย่างถาวร

ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ตลอดจนบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตแต่ละแห่ง จึงพยายามที่จะวางกลยุทธ์ที่หลากหลายทั้งในเรื่องรูปแบบ เงื่อนไข และสิทธิพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งแข่งขันกัน

ด้านให้บริการเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุด เป็นผลให้ตลาดบัตรเครดิตมีความคึกคักมากขึ้น จะเห็นได้ว่าในปี 2539 มีบัตรเครดิตในประเทศทั้งหมดถึง 223 บัตรทีเดียว สำหรับกลยุทธ์การตลาดนั้น ได้มีการส่งจดหมายเชิญชวนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เสนอเงื่อนไขที่จูงใจลูกค้าเป็นพิเศษ รวมทั้งโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับบัตรเครดิต เพิ่มสิทธิประโยชน์ของบัตรให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งการใช้การสื่อสารการตลาดเข้ามาเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบัตรเครดิตให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางในระยะเวลาอันรวดเร็วเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ธนาคารพาณิชย์และบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตแต่ละแห่งจะต้องมีการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและมีการทุ่มงบประมาณเป็นจำนวนมาก เนื่องจากปัจจุบันได้มีการออกบัตรเครดิตใหม่ ๆ จำนวนมากที่มีคุณสมบัติและสิทธิพิเศษที่น่าสนใจ เพื่อช่วงชิงตลาดกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ประกอบกับสื่อมวลชนมีเวลาและเนื้อที่จำกัด การแข่งขันเพื่อช่วงชิงเวลาและพื้นที่ของสื่อเหล่านั้นจึงมีสูง เพื่อบรรจุข้อมูลข่าวสารข้อมูลของบัตรเครดิตของตน เผยแพร่และกระตุ้นความต้องการใช้บัตรเครดิตของตลาดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นใครอยู่ในระดับใดนั้น จะขึ้นอยู่กับการวางแผนทางและภาพลักษณ์ของบัตรเครดิตว่า ควรจะมีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายใด จึงจะได้รับการตอบสนองมากที่สุด

เหตุที่เลือกศึกษาบัตรเครดิต เนื่องจากมีการออกบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการใช้บัตรเครดิตโดยเฉพาะคนเกิดขึ้นเพราะเหตุใด และองค์ประกอบอื่น ๆ คือ องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต ประเภทของบัตรเครดิต จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต และผลประโยชน์ของบัตรเครดิต ซึ่งเป็นองค์ประกอบของสินค้า (Product) อัตราค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต อันเป็นองค์ประกอบของราคา (Price) เครือข่ายสาขาในการออกบัตร ถือเป็นองค์ประกอบด้านสถานที่จำหน่าย (Place) รวมทั้งการส่งเสริมการตลาด (Promotion) อาจมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้วยเช่นกัน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดพอสรุปได้ว่า บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต ได้แก่ ผู้ออกบัตรเครดิต ผู้ใช้บัตรและร้านค้าที่รับบัตรเครดิต ซึ่งทั้ง 3 ฝ่าย ต่างก็ได้รับประโยชน์จากบัตรเครดิตกันคนละทาง สถานออกบัตรมีรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปีและดอกเบี้ย ฝ่ายร้านค้าได้ประโยชน์ในด้านการขยายกลุ่มลูกค้าทำให้เพิ่มยอดขายสินค้าหรือบริการของตนได้มากขึ้น ส่วนผู้บริโภคเป็นผู้ที่ได้รับความสะดวกและความปลอดภัยจากการใช้บัตร ซึ่งผู้บริโภคจะต้องใคร่ครวญอย่างรอบคอบก่อนทำบัตรด้วย ดังนั้น ถ้าได้ทำการศึกษาความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตอย่างสมเหตุสมผล อันจะเป็นประโยชน์โดยตรงทั้งต่อผู้บริโภคและผู้ให้บริการบัตรเครดิตโดยทั่วไปด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยใน 4 ด้านคือ

- 1.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์

- 1.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน

- 1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1.4 ด้านการบริการทั่วไป

- 2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิกบัตรธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่ ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

3. เพื่อรวบรวมปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่มีต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ประกอบการพิจารณาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น
2. เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาสถานสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการทั่วไป

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี จำนวน 1,229 ราย (30 มิถุนายน 2545. สัมภาษณ์)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 286 คน ตามตารางของ Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์. 2521: 24) หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จนครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3. ตัวแปรที่จะศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น

3.1.1 เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

3.1.2 อายุ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- 1) 20 – 30 ปี
- 2) 31 – 40 ปี
- 3) 41 ปีขึ้นไป

3.1.3 อาชีพ

- 1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 2) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 3) พนักงานบริษัท, เอกชน
- 4) อื่น ๆ เช่น ข้าราชการบำนาญฯ

3.1.4 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) 10,000 – 20,000 บาท
- 2) 20,001 – 30,000 บาท
- 3) 30,001 บาทขึ้นไป

3.1.5 ประเภทบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งแบ่งเป็น

- 1) บัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย
- 2) บัตรวีซ่า
- 3) บัตรมาสเตอร์การ์ด

3.1.6 ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
- 2) 5,001 – 10,000 บาท
- 3) 10,001 บาทขึ้นไป

3.1.7 ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

- 1) ต่ำกว่า 1 ปี
- 2) 1 – 2 ปี
- 3) 3 ปีขึ้นไป

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในด้านต่อไปนี้

- 3.2.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์
- 3.2.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน
- 3.2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 3.2.4 ด้านการให้บริการทั่วไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **บัตรเครดิต** หมายถึง บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่ใช้เพื่อแสดงหลักฐานว่า เป็นผู้มีสิทธิในการใช้บัตรเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เป็นเงินเชื่อหรือบัตรพลาสติกที่มีคุณสมบัติ คือใช้เป็นสื่อกลางแทนเงินสดในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ใช้เบิกเงินสดฉุกเฉิน จากตู้ ATM. และมีระยะเวลาเครดิต

2. **บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย** หมายถึง บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารกสิกรไทย ซึ่งแบ่งออกเป็นบัตรทองและบัตรเงิน โดยบัตรทองมีวงเงินใช้จ่ายตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไป และบัตรเงินมีวงเงินใช้จ่ายตั้งแต่ 20,000 – 100,000 บาท

3. **ผู้บริโภค** หมายถึง ประชากรในจังหวัดเพชรบุรีที่มีและใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

4. **ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ของลูกค้าที่มีต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในด้านต่อไปนี้

4.1 **ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์** หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยเกี่ยวกับการออกแบบบัตรตัวอักษรต่าง ๆ ที่ปรากฏบนบัตรเครดิต จำนวนสถานธุรกิจและร้านค้าที่รับบัตร สัญลักษณ์ของธนาคาร การชำระค่าใช้จ่ายประจำเดือนตัดอัตโนมัติ ความสามารถส่งซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ได้ การสมัครบัตรเสริม และการออกวงเงินชั่วคราวเพื่อการเดินทางไปต่างประเทศ สิทธิในการรับบริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉิน สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ สิทธิในการได้รับนิตยสารสำหรับสมาชิก สิทธิในการคุ้มครองความเสียหายของสินค้าเมื่อซื้อด้วยบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ตลอดจนการบริการ Applause สิทธิพิเศษเพื่อความบันเทิง

4.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ใช้บริการสถานที่ในการชำระเงิน วิธีในการชำระเงินสามารถเลือกชำระเงินได้หลายวิธี ตลอดจนการชำระค่าบัตรเครดิตที่มีการกำหนดชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท

4.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยซึ่งประกอบด้วย

4.4.1 การโฆษณา หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา วิทยุและโทรทัศน์ ในการเสนอบัตรเครดิต ข้อความและความชัดเจนของสื่อโฆษณา

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค รวมถึงสิทธิประโยชน์ที่พึงจะได้รับจากการใช้บัตรเครดิต เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูล

4.4.3 การขายโดยใช้พนักงานขาย หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความรู้ความสามารถพนักงานในการอธิบายแนะนำชี้แจงข้อสงสัยผู้บริโภค บุคลิกภาพ และมนุษยสัมพันธ์

4.4.4 การส่งเสริมการขาย หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการลดราคา การจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับการโฆษณา การสะสมคะแนน การแจกของขวัญ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า การให้ผู้ถือบัตรมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการกุศล

4.4 ด้านการบริการทั่วไป หมายถึง ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในรูปแบบของการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ของธนาคาร การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดการแจ้งจำนวนคะแนนสะสมใบเรียกเก็บเงิน ความรวดเร็วในการแจ้งค่าใช้จ่ายใบเรียกเก็บเงิน ความถูกต้องในการแจ้งค่าใช้จ่ายใบเรียกเก็บเงิน ความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์ การจัดส่งเอกสารต่าง ๆ ความรวดเร็วในการส่งเอกสาร

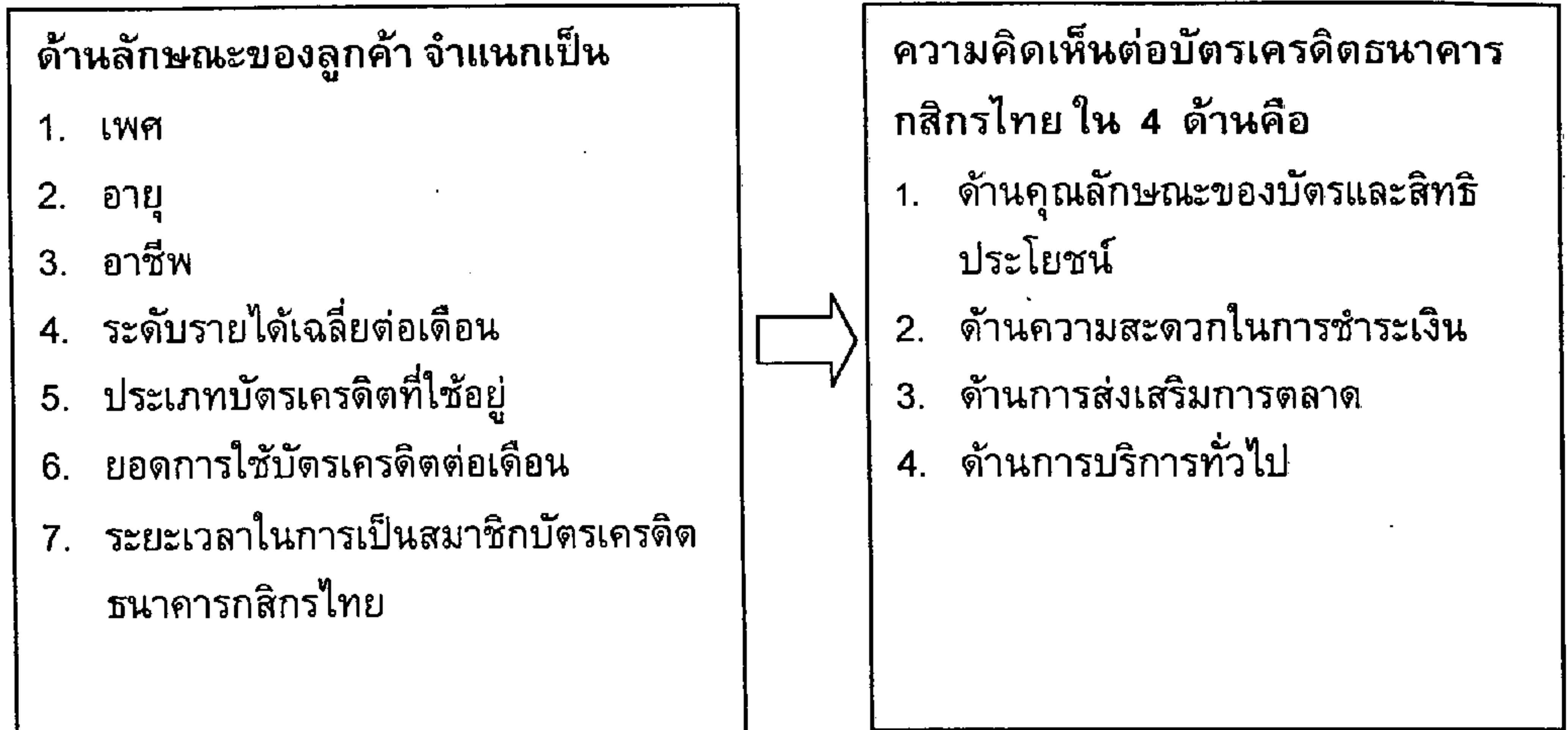
5. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต หมายถึง ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ของสมาชิกบัตรเครดิต

6. สาขาเพชรบุรี หมายถึง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ตั้งอยู่ที่ 18/15 ถนนสุนทรวิจิตร ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีประเภทบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ลูกค้าที่มียอดการใช้บัตรเครดิตต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการถือบัตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย และหาข้อสรุปแนวความคิด ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น

1. ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต
2. ประเภทบัตรเครดิต
3. สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต
4. บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
5. การตัดสินใจและแบบของการตัดสินใจ
6. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
7. งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตชนิดแรก ได้เริ่มมีขึ้นในประเทศอเมริกา เมื่อปี พ.ศ. 2493 โดยนายแฟรงค์ แมคนามารา (Frank Mc.Namara) ร่วมกับเพื่อน ๆ ตั้งสโมสรไดเนอร์ส (Diners Club) และออกบัตร “ไดเนอร์สคลับ” ขึ้นใช้ต่อมาในปี พ.ศ. 2501 ได้มีบัตรอเมริกันเอ็กเพรส (American Express) หรือ AMEX ออกมาเป็นคู่แข่ง

พ.ศ. 2502 ธนาคารแห่งอเมริกาได้ออกบัตรเครดิต Bank America Card ซึ่งถือเป็นบัตรเครดิตใบแรกที่ยกโดยธนาคาร และต่อมาได้มีการพัฒนาจนเป็น Visa Card ในปัจจุบัน จนกระทั่งต่อมาในปี พ.ศ. 2509 กลุ่มธนาคารแถบตะวันออกของสหรัฐอเมริกา ได้ออกบัตรเครดิต ชื่อว่า Master Card มาแข่งขันด้วย

ส่วนในประเทศไทยนั้น บัตรเครดิตของบริษัท ไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด ถือได้ว่าเป็นผู้ที่ออกบัตรเครดิตขึ้นใช้ในประเทศไทย เป็นรายแรก ซึ่งออกครั้งแรกในปี พ.ศ. 2512

พ.ศ. 2515 ธนาคารกสิกรไทยร่วมกับธนาคารศรีนคร ออกบัตรเครดิตที่ใช้ภายในประเทศขึ้นเรียกว่า “บัตรเครดิตอเนกประสงค์ศรีนคร” และต่อมาทั้ง 2 ธนาคารได้แยกกันทำธุรกิจบัตรเครดิต ในปี พ.ศ. 2521 โดยธนาคารกสิกรไทย หันมาออกบัตรเครดิต “กสิกรไทย” ธนาคารศรีนคร ออกบัตร “อเนกประสงค์ศรีนคร”

พ.ศ. 2530 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ออกบัตรเครดิตที่ชื่อว่า “บัตรเครดิตโพธิ์เงิน” และ “บัตรเครดิตโพธิ์ทอง” ตามมาด้วย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ที่ออกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ

พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ออกบัตรเครดิต “ธนาคารกรุงศรีอยุธยา”

พ.ศ. 2533 ธนาคารศรีนคร ได้ร่วมกับธนาคารอื่น ๆ อีก 5 ธนาคาร คือ ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ,ธนาคารทหารไทย,ธนาคารนครหลวงไทย,ธนาคารมหานคร และธนาคารสหธนาคาร ออกบัตรเครดิตภายในประเทศที่ชื่อว่า “บัตรเครดิตขวัญนคร” นอกจากนี้ธนาคารกรุงไทยยังได้ออกบัตรเครดิตที่ชื่อว่า “บัตรเครดิตกรุงไทย” มาเป็นส่วนแบ่งการตลาดกับบัตรต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีบัตร “วีซ่าพระอาทิตย์” ที่ออกโดยธนาคารกรุงไทย และเป็นบัตรเครดิตที่มีสิทธิประโยชน์มากกว่าโดยใช้เป็นบัตรเครดิตที่ใช้ได้ทั่วโลก บัตรนี้มีสโลแกนว่า “บัตรใบเดียวก็เกินพอ” และทั้งหมดนี้เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินในประเทศไทย และเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศใกล้เคียง เช่น มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย (รวมทั้งประเทศลาว ซึ่งกำลังเป็นเป้าหมายของการขยายเครือข่าย) และประเทศที่ธนาคารนั้นมีสาขที่ตั้งอยู่

ประเภทบัตรเครดิต

การแบ่งประเภทของบัตรเครดิตสามารถทำได้หลายวิธี แล้วแต่จะพิจารณาว่าใช้ปัจจัยอะไรเป็นเกณฑ์การแบ่ง แต่โดยทั่วไปนิยมแบ่งตามลักษณะของผู้ออกบัตรเป็นเกณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการแบ่งตามลักษณะการใช้บัตรเครดิต และการแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตรตามหน้าที่ บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2538: 13) ได้จัดประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การแบ่งตามลักษณะผู้ออกบัตร แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.1บัตรเครดิตของธนาคาร (Bank Card) ธนาคารหรือกลุ่มของธนาคารเป็นผู้ออกบัตร เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตอเนกประสงค์ศรีนคร เป็นต้น สำหรับบัตรเครดิตบางบัตรมีสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการบัตรเครดิตกระจายอยู่ทั่วโลก เช่น บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์ เป็นต้น

1.2บัตรเครดิตของบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต (Company Card) ได้แก่ บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กเพรส, บัตรไดเนอร์สคลับ และซีทีแบงก์วีซ่า ซึ่งแต่ละบัตรมีตัวแทนและสถานที่รับบัตรอยู่ในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกผู้ถือบัตร

1.3บัตรเครดิตของธุรกิจอื่น ๆ (Private House Credit) เช่นบัตรเครดิตของโรงแรม, โรงพยาบาลเอกชน, ภัตตาคาร และห้างสรรพสินค้า บัตรเครดิตประเภทนี้มีขอบเขตค่อนข้างจำกัด เนื่องจากสมาชิกสามารถใช้บริการได้เฉพาะที่เท่านั้น เช่นบัตรเครดิตดุสิต ซึ่งเป็นการร่วมระหว่าง โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตธานีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จะสามารถใช้บริการจากโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตธานี และโรงแรมรอยัลปริ้นเซส และสถานบริการแจ่งข้าวสารรายการสินค้าราคาพิเศษที่มีให้เฉพาะสมาชิกได้เลือกสรร และบัตรเครดิตเซ็นทรัล บัตรเครดิตโรบินสัน ซึ่งจะใช้บริการในสถานบริการของตนเท่านั้น นอกจากนั้นยังมีบัตรประเภทเดียวกันนี้ที่กำลัง

เป็นที่นิยม คือ บัตรเครดิตของกลุ่มชินวัตร และสยามกลการ เป็นต้น

2. การแบ่งตามลักษณะการให้เครดิต แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 เครดิตการ์ด (Credit Card) จะจำกัดวงเงินเครดิตในแต่ละเดือน หรือวงวดการชำระเงิน ได้แก่บัตรของธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตอเนกประสงค์ศรีนครบัตรมาสเตอร์การ์ด และบัตรวีซ่าการ์ด เป็นต้น

2.2 ชาร์จการ์ด (Charge Card) ไม่จำกัดวงเงินใช้จ่าย ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ บัตรซิตีแบงก์วีซ่า เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า บัตรเครดิตของธนาคารจัดอยู่ในประเภทบัตรเครดิตส่วนบัตรเครดิตของบัตรเครดิต จัดอยู่ในประเภทชาร์จการ์ด

3. การแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตร (Area of usage) แบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

3.1 ประเภทที่ใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย (Domestic Card) ได้แก่บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย, บัตรอเนกประสงค์ศรีนคร, บัตรไดเนอร์สคลับ(ประเทศไทย) บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และอื่น ๆ

3.2 ประเภทที่ใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (International Card) ได้แก่ บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์ บัตรวีซ่าพระอาทิตย์ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ(สากล) บัตรซิตีแบงก์วีซ่า เป็นต้น

การที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บัตรประเภทใดนั้น อาจจะพิจารณาจากความจำเป็นเรื่องการใช้จ่ายหรือความจำเป็นในการเดินทาง สถานที่ที่ประกอบอาชีพ เช่น นักธุรกิจที่ต้องเดินทางไปทำธุรกิจต่างประเทศเป็นประจำ ก็อาจเลือกใช้บัตรที่สามารถใช้ในต่างประเทศได้สะดวก หรือคนเดียวอาจมีหลาย ๆ ใบ เพื่อความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยของตนเองมากขึ้น

ปัจจุบันมีธนาคารบริษัท สถาบันการเงินหรือกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ได้ออกบัตรเครดิตเพื่อเสนอให้ผู้บริโภคได้เลือกมากมาย ซึ่งได้รวบรวมจากบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงชื่อบัตรเครดิตและผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย

	ชื่อบัตร	ประเภท		เจ้าของ,ผู้ออกบัตร
		การใช้บัตร	พื้นที่ใช้บัตร	
1.	บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	ธนาคารกสิกรไทย
2.	บัตรคู่สิทธิเครดิตการ์ด (โพธิ์เงิน, โพธิ์ทอง)	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	ธนาคารไทยพาณิชย์
3.	บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ	เครดิตการ์ด (ปัจจุบันกำลังเชื่อมระบบ เครือข่ายให้ใช้ได้ทั่วโลก)	ประเทศไทย	ธนาคารกรุงเทพ จำกัด
4.	บัตรเครดิตขวัญนคร	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	บริษัททุนรวมการ จำกัด ประกอบด้วย 6 ธนาคาร คือ ธนาคารทหารไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารศรีนคร ธนาคารไทยธนาคาร ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ
5.	บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	ธนาคารกรุงไทย จำกัด
6.	บัตรวีซ่าพระอาทิตย์	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	ธนาคารกรุงไทย จำกัด
7.	บัตรวีซ่า	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	เจ้าของ : สมาคมวีซ่าอินเตอร์ ผู้ได้ สิทธิออกบัตร คือ ธนาคารกสิกรไทย , ธนาคารทหารไทย , ธนาคารไทยพาณิชย์ , ธนาคารกรุงเทพ , ธนาคารกรุงไทย , ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
8.	บัตรมาสเตอร์	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	เจ้าของ : สมาคมอินเตอร์แบงก์การ์ด ผู้มีสิทธิออกบัตร : คือ ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารทหารไทย,

ตาราง 1 (ต่อ)

	ชื่อบัตร	ประเภท		เจ้าของ,ผู้ออกบัตร
		การใช้บัตร	พื้นที่ใช้บัตร	
9.	บัตรซิตี้แบงก์วีซ่า	เครดิตการ์ด	ประเทศไทย	เจ้าของ : ซิตี้คอร์ป
10.	บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	ชาร์จ์การ์ด	ทั่วโลก	เจ้าของ : บริษัทอเมริกันเอ็กซ์เพรส
11.	บัตรไดเนอร์สคลับ	ชาร์จ์การ์ด	ทั่วโลก	เจ้าของ : ซิตี้คอร์ป

สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต

ปัจจุบันระบบการใช้บัตรเครดิต ซึ่งจัดถูกให้อยู่ในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ และกำลังเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น ขึ้นไปอีก ธุรกิจบัตรเครดิตให้สิทธิประโยชน์กับบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้ออกบัตรเครดิต ร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรเครดิตและผู้ถือบัตร ซึ่งทั้ง 3 กลุ่ม ต่างก็ได้รับสิทธิประโยชน์แตกต่างกันคือ ผู้ออกบัตรเป็นผู้ได้รับรายได้จากค่าธรรมเนียมที่เก็บจากผู้ใช้บัตร ค่าดอกเบี้ยจากการใช้เงินเกินบัญชีและค่าส่วนลดที่หักจากร้านค้าสมาชิก นอกจากนี้ยังเป็นการลดปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้เช็คอีกด้วย ร้านค้าที่รับบัตรเครดิตเป็นผู้ใช้เครดิต โดยมีผู้ออกบัตรรับภาระความเสี่ยงในเรื่องหนี้สูญและในเรื่องชนบัตรปลอม นอกจากนี้ยอดขายของทางร้านค้ายังมีแนวโน้มสูงขึ้นและสะดวกในการที่ไม่ต้องเตรียมเงินไว้ทอนและร้านค้ายังอาจมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารอาจทำให้ธนาคารพิจารณาเพิ่มเครดิตให้มากขึ้น ส่วนผู้ถือบัตรจะได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น ความสะดวกและความปลอดภัยจากการที่ไม่ต้องพกเงินสดติดตัว และไม่ต้องเตรียมเบิกเงินสดไว้สำหรับวันหยุดธนาคาร อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในเวลาที่ต้องจ่ายเงินยามฉุกเฉินสามารถซื้อสินค้าได้ก่อนโดยไม่ต้องชำระเงินสด ผู้ถือบัตรจะได้เครดิตในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (คือวันที่ซื้อสินค้าจนถึงวันที่ถูกตัดบัญชี) โดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยหรือสามารถซื้อของที่จำเป็นได้ถึงแม้จะไม่มีเงินตอนนั้น จากการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตทำให้ผู้ออกบัตรใช้วิธีส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เพื่อดึงดูดลูกค้าโดยเฉพาะการเสนอสิทธิประโยชน์ที่พิเศษหลาย ๆ ประการให้กับผู้ถือบัตรของตนและยังได้ประโยชน์อื่น ๆ อีก เช่น สามารถใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดได้ การได้รับวงเงินสินเชื่อจากผู้ถือบัตร เป็นต้น

จากสิทธิประโยชน์ของธุรกิจบัตรเครดิตที่มีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นทำให้บัตรเครดิตเข้ามามีบทบาทในการใช้จ่ายแทนเงินสด จนกลายเป็นบริการหลักของธนาคารที่มีส่วนแบ่งทางตลาดสินเชื่อสูงมาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตจึงประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินธุรกิจและยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกยี่ห้อบัตรด้วย ตามที่กองบรรณาธิการ

นิตยสารการเงินธนาคาร กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการหาสมาชิกบัตรโดยทั่วไป นิยมวิธีการส่งเสริมการขายโดยธนาคารมีวัตถุประสงค์ในการออกบัตรเครดิต เพื่อให้บริการลูกค้าของธนาคาร ดังนั้นการหาสมาชิกบัตรและการส่งเสริมการขาย จึงไม่ใช้ความพยายามทางการตลาดมากนักแต่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายร่วมกับสายบริการหลักของธนาคารไปพร้อม ๆ กัน ดังนี้คือ

1. การใช้พนักงานขายโดยการส่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจ ของธนาคารออกชักชวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้หันมาใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร ซึ่งรวมทั้งบัตรเครดิตด้วย
2. การประชาสัมพันธ์ ใช้เพื่อแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบัตรเครดิตให้ผู้สมัครหรือผู้สนใจทั่วไปทราบ
3. การโฆษณา ส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณาสถาบันออกบัตรมากกว่า เพื่อเป็นการเตือนความจำ นอกจากนี้ก็มีการวางแผนพัชชีชวนการใช้บริการพร้อมแบบฟอร์มการขอใช้บัตรตามสาขาของธนาคารและห้างสรรพสินค้าด้วย

ส่วนสถาบันการเงิน เน้นการใช้ความพยายามทางการตลาดในการหาสมาชิกเป็นอย่างมาก โดยทั่วไปนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการขาย คือ

- การโฆษณา ใช้เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักบัตรเครดิตและเป็นสมาชิกเน้นการขายทางจดหมายให้ประสบความสำเร็จ สื่อในการโฆษณาจะยึดโทรทัศน์เป็นหลักและสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจทั่วไป
- การส่งเสริมการขาย ที่นิยมใช้กันมีการแถมของขวัญเมื่อสมัครเป็นสมาชิกและอีกวิธีคือการจัดรายการสมาชิกแนะนำสมาชิก โดยผู้ถือบัตรจะแนะนำให้คนรู้จักสมัครเป็นสมาชิกแล้วจะได้รับคูปองเพื่อสะสมไว้แลกของรางวัล

บัตรเครดิตนั้นแต่ละสถาบันที่ออกบัตรต่างก็แข่งขันกันให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตรของตนมากมาย เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรของตน แต่ละบัตรส่วนมากก็ให้สิทธิประโยชน์ที่เหมือนกันหลายประการทั้งบัตรภายในประเทศและบัตรสากลที่ใช้ได้ทั่วโลก ซึ่งพอจะสรุปสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต ได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการ

- มีร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
- ใช้ชำระค่าสาธารณูปโภค(ค่าน้ำประปา,ไฟฟ้า,โทรศัพท์ผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม.ได้)
- ใช้ถอนเงินสดจากเครื่อง เอ.ที.เอ็ม.ในเครือข่ายเดียวกันทั่วประเทศได้
- สามารถใช้สั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ในราคาพิเศษได้

- ใช้ชำระค่าตัวพาหนะและค่าบริการในการเดินทางได้
- ใช้ได้กับสถานบริการหลายประเภท เช่น โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร ห้องอาหาร
- โรงพยาบาลเอกชน คลินิก ร้านตัดเสื้อผ้า ปั้มน้ำมัน อุ้ซ่อมรถ ร้านอะไหล่ ฯลฯ

2. ด้านการบริการรับจ่ายเงินค้ำสินค้าและบริการของสถานออกบัตร

- ให้เครดิต 45 วัน โดยไม่คิดดอกเบี้ย
- ได้รับการยกเว้นค่าแปลงเงินสกุลอื่น เมื่อใช้จ่ายในต่างประเทศ
- ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทาง
- สามารถกำหนดวงเงินชำระค้ำเองได้ตามต้องการ
- สามารถชำระเงิน ได้จากหลายบัญชีทั้งกระแสรายวันหรือออมทรัพย์ก็ได้

3. ด้านการบริการคุ้มครองสมาชิกผู้ถือบัตรและคุ้มครองบัตร

- ประกันภัยอุบัติเหตุในการเดินทาง ทั้งผู้ถือบัตรและรวมถึงสมาชิกในครอบครัว ด้วยเมื่อใช้บริการบัตรเครดิตในการเดินทาง
- หากบัตรเครดิตเกิดการสูญหายเมื่อแจ้งให้สถาบันออกบัตรทราบแล้ว ไม่ต้องรับผิดชอบอีกต่อไป
- มีรูปผู้ถือบัตรพร้อมลายเซ็นเพื่อป้องกันการแอบอ้างใช้บัตร
- มีบริการประกันชีวิตคุ้มครองเครดิต (กรณีผู้ถือบัตรถึงแก่กรรม สมาชิกในครอบครัวไม่ต้องรับผิดชอบหนี้สินค้ำชำระกับสถานออกบัตร)
- ชดใช้ค่าเสียหายจากการเดินทาง เช่น กระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย เป็นต้น

4. ด้านการแข่งขันเพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจ

- ไม่เก็บค่าบริการพิเศษอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมรายปี
- วงเงินอนุมัติให้ใช้จ่ายสูง
- ออกบัตรเสริมได้ไม่จำกัดจำนวน และยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า รวมทั้งเสียค่าธรรมเนียมรายปีเพียงครั้งเดียว
- ไม่ต้องมีเงินฝากประจำหรือเป็นลูกค้าของธนาคารมาก่อน
- อนุมัติการจ่ายเงินตลอด 24 ชั่วโมง
- สามารถใช้จ่ายได้โดยไม่จำกัดวงเงิน
- แจกของกำนัลเมื่อแรกสมัครเข้าเป็นสมาชิก
- ให้ความคุ้มครองสินค้าที่ซื้อโดยบัตรเครดิต หากเกิดการสูญหายหรือจากการโจรกรรมหรืออุบัติเหตุเป็นเวลา 90 วัน

- บริการจัดส่งของขวัญหรือใช้สำรองที่นั่งในการชมการแสดงต่าง ๆ ได้
- มีรายการคินก้าไร เช่น การสะสมเซลล์สลิป เพื่อแลกของกำนันหรือใช้ซื้อสินค้าราคาพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ ได้
- ใช้สื่อโฆษณาเป็นบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในวงสังคม

บริการส่งใบสมัครและสามารถสมัครเป็นสมาชิกบัตรโดยทางไปรษณีย์ได้

5. ด้านบริการหลังการขาย

การบริการหลังการขายที่สถาน ออกบัตรดำเนินการให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตร โดยทั่วไปแทบทุกบัตรจะให้บริการหลังการขายที่เหมือน ๆ กัน คือเสนอสิทธิประโยชน์พร้อมทั้งบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่กลุ่มผู้บริโภคจะสามารถนำมาพิจารณา เพื่อเลือกใช้บัตรของสถาบันใดได้อย่างถูกต้องและมีประโยชน์มากที่สุด การบริการหลังการขายมีเหมือนกันแทบทุกแห่งคือ

- มีสารแจ้งข่าวและรายชื่อร้านค้าที่ให้ส่วนลดจากการใช้บัตรอย่างสม่ำเสมอ
- สามารถสอบถามข้อมูลบัญชีเงินฝากด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวได้ (Electronic Banking Information E.B.I.)
- มีสำนักงานบริการให้ความช่วยเหลือระหว่างการเดินทางต่างประเทศได้
- มีบริการใช้ห้องรับรอง ณ ท่าอากาศยานเฉพาะสมาชิกบัตร

บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

หนึ่งในความภูมิใจที่บ่งบอกความเป็นไทย อำนาจการใช้จ่ายที่กว้างไกลและความสะดวกสบายในการใช้จ่ายสำหรับชีวิตประจำวัน พกพาติดตัวเป็นคู่ใจปลอดภัยใช้แทนเงินสด ทุกครั้งที่ใช้พบความพึงพอใจสูงสุด ด้วยร้านค้าที่รับบัตรกว่า 45,000 แห่งทั่วประเทศ พร้อมการต้อนรับอย่างสมศักดิ์ศรี และส่วนลดพิเศษมากมายจากร้านค้าและบริการที่เข้าร่วมรายการ

ผู้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Card Issuer)

- | | |
|--|--|
| 1. บัตรTFB-VISA และบัตร TFB-MasterCard | บัตรแห่งสิทธิประโยชน์ ความภาคภูมิใจและอำนาจของการจับจ่าย สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วโลกตามแต่ใจปรารถนา สะดวกคล่องตัวกับสิทธิประโยชน์เหนือคาดคิด บัตรทอง, บัตรเงิน, บัตรแพลททินัม |
| 2. บัตรเครดิตกสิกรไทย | บัตรเครดิตกสิกรไทยบัตรทอง, บัตรเงิน |
| 3. บัตรวีซ่า/มาสเตอร์การ์ด | บัตรทอง, บัตรเงิน |
| 4. บัตรร่วมกสิกรไทย | บัตรทอง, บัตรเงิน |
| 5. บัตรร่วม-วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด | บัตรทอง, บัตรเงิน |

ผู้สมัครบัตรเครดิตมีคุณสมบัติดังนี้

1. บัตรเครดิตกสิกรไทย ผู้สมัครต้องมีรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 120,000 บาท/ปี หรือ 10,000 บาท/เดือนขึ้นไป (ขณะนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดเกณฑ์รายได้ขั้นต่ำเดือนละ 15,000 บาท/เดือนขึ้นไป)
2. บัตรเครดิตวีซ่า ผู้สมัครต้องมีรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 300,000 บาท/ปี หรือ 25,000 บาท/เดือน ขึ้นไป
3. บัตรแพลททินัม ผู้สมัครต้องมีรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท/ปี หรือ 100,000 บาท/เดือนขึ้นไป
4. บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด ผู้สมัครต้องมีรายได้รวมไม่ต่ำกว่า 250,000 บาท/ปี หรือ 20,000 บาท/เดือนขึ้นไป

คุณลักษณะของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

1. เบิกเงินสดฉุกเฉินล่วงหน้าจากบัญชีเครดิต บัญชีออมทรัพย์ และบัญชีกระแสรายวัน ผ่านเครื่องเอ.ที.เอ็ม.
2. เบิกเงินสดจากเครือข่าย เอ.ที.เอ็ม. ทั่วประเทศกว่า 20,000 แห่ง
3. โอนเงินระหว่างธนาคารผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม จากบัญชีธนาคารกสิกรไทยไปยังต่างธนาคารได้ครั้งละ 20,000 บาท (ค่าธรรมเนียมการโอน 35 บาท ต่อรายการทุกพื้นที่)
4. ซื้อประกันอุบัติเหตุ เมืองไทยประกันชีวิตผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม.ของธนาคารได้
5. ใช้ชำระค่าบริการต่าง ๆ อาทิ ค่าโทรศัพท์ ค่าเพจเจอร์ ค่าสินค้าและบริการอื่น ๆ
6. ชำระค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรแต่ละเดือนได้สะดวกสบายโดยตัดบัญชีอัตโนมัติ(อย่างต่ำ 1,000 บาท)
7. ให้เครดิตนานระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงถึง 45 วัน
8. กด(02) 888-8888 บริการข้อมูล 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด

สิทธิประโยชน์และการบริการเพิ่มเติมสำหรับสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

1. สิทธิประโยชน์จากสถานบริการ เช่น ส่วนลดพิเศษ
2. การสะสมคะแนน TFB Value Choice โดยทุก ๆ 25 บาท ที่จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยท่านจะได้รับคะแนนสะสม 1 คะแนน

อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ภาระ/ค่าใช้จ่าย	ประเภทบัตร/ กลุ่มต่าง ๆ											
	กลุ่ม First Card หรือบัตรเครดิตนิติบุคคล											กลุ่ม New Entry
	บัตรเครดิต กสิกรไทย		บัตร TFB-VISA และ บัตร TFB-MasterCard			บัตรวิซ่า/ มาสเตอร์การ์ด		บัตรร่วม กสิกรไทย		บัตรร่วม-วิซ่า/ มาสเตอร์การ์ด		บัตร TFB-VISA และ บัตร TFB- MasterCard
	บัตร ทอง	บัตร เงิน	บัตร ทอง	บัตร เงิน	บัตร แพลต ทินัม	บัตร ทอง	บัตร เงิน	บัตร ทอง	บัตร เงิน	บัตร ทอง	บัตร เงิน	บัตรเงิน
1.ค่าธรรมเนียม												
1.1 แรกเข้าบัตรหลัก	300	200	1,100	600	2,000	1,000	500	400	300	600	600	200
บัตรเสริม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2 รายปี บัตรหลัก	900	550	1,600	1,050	8,000	1,200	650	1,000	650	1,600	1,050	550
บัตรเสริม	900	550	1,600	1,050	8,000	1,200	650	1,000	650	1,600	1,050	550
2. ค่าใช้บริการ	ทุก ๆ 3,000 บาท คิด 150 บาท และเศษของ 3,000 บาทคิด 150 บาท											ทุก ๆ 1,000 บาท คิด 75 บาท เศษ ของ 1,000 บาท คิด 75 บาท
2.1 ค่าธรรมเนียมใน การเบิกถอนเงินสด	อัตราที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำอัตราต่ำสุด (MRR)+10% ต่อปี											MRR+13% ต่อปี
2.2 อัตราดอกเบี้ยปกติ กรณีชำระภายในเวลาที่ กำหนดร้อยละ	อัตราที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำอัตราต่ำสุด (MRR) +10% ต่อปี											MRR+13% ต่อปี
2.3 อัตราดอกเบี้ยกรณี ปฏิบัติผิดเงื่อนไขร้อยละ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของยอดเงินตามใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต และไม่น้อยกว่า 1,000 บาท/เดือน											
2.4 อัตราการผ่อนชำระ ขั้นต่ำต่อเดือนร้อยละ	100 % ของวงเงิน											50% ของวงเงิน
2.5 อัตราการเบิกถอน เงินสดล่วงหน้าต่อวงเงิน	กรณีชำระล่าช้ากว่าวันกำหนดชำระ/หักบัญชี/ชำระต่ำกว่ายอดขั้นต่ำที่ต้องชำระ 200 บาท/ครั้ง หรือกรณีชำระด้วยเช็คแล้วเช็คคืน 200 บาท/ฉบับ/ครั้ง											
3. ค่าปรับ												

หมายเหตุ

- 1.กลุ่ม First Card หมายถึง ผู้สมัครที่มีรายได้ต่อเดือนตามหลักเกณฑ์ของธนาคารตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป
- 2.กลุ่ม New Entry หมายถึง ผู้สมัครที่มีรายได้ต่อเดือนตามหลักเกณฑ์ของธนาคารตั้งแต่ 10,000-14,999 บาท
- 3.คำจำกัดความของ MRR และอัตราดอกเบี้ย MRR ที่กล่าวข้างต้น ให้เป็นไปตามประกาศอัตราดอกเบี้ยและส่วนลดเงินให้กู้ยืมของธนาคารในขณะนั้น

วิธีการชำระเงิน

1. บริการชำระค่าใช้จ่ายผ่านหน้าเคาน์เตอร์ธนาคารด้วยตนเอง
2. ชำระโดยการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร
3. ชำระด้วยเช็ค

การตัดสินใจและแบบของการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องการทำอยู่เสมอ ไม่ว่าเรื่องที่ต้องตัดสินใจนั้นจะเป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตประจำวันหรือเรื่องเกี่ยวกับอนาคต ได้มีนักวิชาการให้ความหมายและความสำคัญของการตัดสินใจดังต่อไปนี้

Dalton กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การกระทำเกี่ยวกับการเลือกผู้ตัดสินใจจะเลือกทางที่ดีที่สุดเป็นทางปฏิบัติ ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับอนันต์ เกตุวงศ์ ที่กล่าวว่า การตัดสินใจคือการไตร่ตรองมีเหตุผลแล้วเลือกดำเนินการ หรือวิธีปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุด จากหลายวิธีเปรียบเทียบกันซึ่ง เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ (2521) ให้ทัศนะเกี่ยวกับวิธีหรือทางออกที่ดีที่สุดคือ วิธีหรือทางออกที่สามารถทำให้เป็นไปตามเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งผลจากการตัดสินใจยังเป็นการเลือกจากตัวเลือกหรือทางออกหลาย ๆ ทางและพยายามเลือกหรือหาทางออกที่ดีที่สุด

เรื่องอุไร ศรีนิลทา (2539) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มีขั้นตอนสำคัญหรือพื้นฐานในการพิจารณาประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. พิจารณาปัญหาโดยคำนึงถึงประโยชน์ข้อดี ข้อเสีย ความยากง่าย และความเป็นไปได้ในการกระทำ ควรพิจารณาด้วยความรอบคอบและมีใจเป็นธรรม

2. แสวงหาข้อมูล การแสวงหาข้อมูลข่าวสารควรหาทั้งข้อมูลที่เป็นสาเหตุแห่งปัญหาและข้อมูลในการแก้ปัญหาในหลายแนวทาง ทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในรวมทั้งสิ่งแวดล้อมภายนอกครอบคลุมนอกกรอบ ซึ่งข้อมูลภายในตัวผู้ตัดสินใจพิจารณาได้จากประสบการณ์ นิสัย ความรู้ความสามารถของผู้ตัดสินใจ ส่วนข้อมูลภายนอกตัวผู้ตัดสินใจ ได้แก่ การปรึกษาหารือ ญาติมิตร เพื่อนบ้าน การอ่านหรือหาความรู้จากหนังสือพิมพ์ ข่าวสาร ตำรา และเอกสารต่าง ๆ การพูดคุยกับผู้รู้ สัมภาษณ์คนทั่วด้วยตนเอง

3. กำหนดและจัดลำดับความสำคัญของข้อเลือกเปรียบเทียบเพื่อตัดตัวเลือกที่ไม่ต้องการออกไป โดยเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเป็นสำคัญ ซึ่งต้องคำนึงถึงผลเสียอันจะเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจรวมทั้งผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจนั้นด้วย

4. ตัดสินใจเลือก การเลือกควรเลือกข้อดีที่สุด ซึ่งจัดเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นการเลือกหลังจากการที่ได้ไตร่ตรองอย่างรอบคอบแล้ว ผู้เลือกจะเล็งเห็นผลเลิศของการเลือกนั้น จึงเป็นการเข้าสู่ขั้นของการตัดสินใจที่แท้จริง

การตัดสินใจเลือกซื้อของบุคคลนั้นมีได้ขึ้นอยู่กับกระบวนการตัดสินใจเลือกเพียงอย่างเดียวแต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นสิ่งแวดล้อมของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังที่ดวงกมล เวชบรรยงรัตน์ ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

1. วัฒนธรรม เป็นสิ่งสำคัญที่เป็นตัวการกำหนดลักษณะการดำรงชีวิตของบุคคล เช่น ความเชื่อ ค่านิยมและทัศนคติ ที่แตกต่างกันออกไป

2. สังคม กลุ่มสังคมจะได้รับการถ่ายทอดค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติและความสนใจจากกลุ่มด้วยกลุ่มสังคมที่สำคัญและมีอิทธิพลมากต่อบุคคล ได้แก่

2.1กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มถ่ายทอดทัศนคติ ความคิดเพื่อให้สมาชิกกลุ่มปฏิบัติตามกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน กลุ่มอาชีพเดียวกัน หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของสังคม

2.2ครอบครัว เป็นสถาบันแรกของสมาชิกทางสังคม ซึ่งจะเป็นผู้สั่งสอนค่านิยม ทัศนคติ ในการตัดสินใจและถ่ายทอดไปยังลูก

2.3สถานภาพและบทบาท การเลือกซื้อของบุคคลมักจะถูกกำหนดด้วยสถานภาพและบทบาทของบุคคล เช่น ผู้มีบทบาทแม่บ้านเป็นผู้จัดการดูแลกิจการต่าง ๆ ทำให้การตัดสินใจแตกต่างจากผู้มีบทบาทเป็นพ่อบ้าน

3. บุคคล ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ ภาวะเศรษฐกิจ วิถีชีวิต และบุคลิกภาพ สิ่งเหล่านี้ทำให้บุคคลมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป

4. จิตวิทยา ประกอบไปด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ตลอดจนความเชื่อและทัศนคติ ซึ่งมีส่วนกระตุ้นจูงใจให้บุคคลมีการตัดสินใจ

ลักษณะของร้านค้าที่จะเป็นสถานรับบัตรเครดิต

1. กิจการน่าเชื่อถือ
2. ทำเลที่ตั้งและสภาพของร้านค้าดี
3. ไม่เคยถูกยกเลิกมาก่อน ไม่มีประวัติการทุจริต
4. มีทะเบียนการค้าถูกต้อง

ประเภทกิจการที่เป็นสถานรับบัตรเครดิต

1. ห้างสรรพสินค้า
2. ซูเปอร์มาร์เก็ต/ สหกรณ์
3. ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร/ อาบอบนวด

4. โรงแรม/ ที่พัก
5. ร้านตัดเสื้อผ้า/ บุติก/ ร้านขายผ้า
6. เพชรพลอย/ ของที่ระลึก/ ไหมไทย/ สินค้าพื้นเมือง/ ห้องภาพ
7. จำหน่ายตั๋วเดินทาง/ สายการบิน
8. เครื่องไฟฟ้า / เครื่องเสียง
9. โรงพยาบาล/สถานพยาบาลเอกชน
10. ตู้ซ่อมรถยนต์/อะไหล่รถยนต์/ศูนย์รถยนต์
11. สถานบริการน้ำมัน
12. ส่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์
13. เบ็ดเตล็ด

จากเกณฑ์กำหนดลักษณะและประเภทของกิจการธุรกิจบางประเภท ไม่เหมาะที่จะเป็นสถานที่รับบัตรเครดิต เนื่องจากลักษณะของการบริการที่รวดเร็วไม่มีเวลาตรวจเช็คเครดิต จากความเห็นของสุรางค์ กัณฑ์ไพบุลย์ ว่ากิจการประเภทฟาสต์ฟู้ด มีลักษณะที่ต้องการบริการอย่างรวดเร็วทำให้ไม่มีเวลาตรวจเช็คเครดิต นอกจากนั้นปริมาณในการขายแต่ละครั้งไม่มากนัก จึงไม่เหมาะสมที่จะเป็นสถานที่รับบัตรเครดิตเพราะจุดประสงค์ของผู้ถือบัตรส่วนใหญ่เพื่อการเดินทางและการบันเทิงมากกว่า

จะเห็นได้ว่าสถานรับบัตรเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างผู้ออกบัตรและผู้ถือบัตร สถานรับบัตรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ออกบัตรเครดิตประสบความสำเร็จ ซึ่งนอกจากสถานรับบัตรจะต้องมีคุณภาพสอดคล้องกับกลุ่มผู้ถือบัตรแล้ว ยังต้องมีการกระจายอย่างเหมาะสมเพื่อให้ผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าและบริการได้สะดวก ยังมีสถานรับบัตรกระจายกันเป็นจำนวนมากเท่าใดโอกาสที่บัตรเครดิตรับนั้นจะได้รับความนิยมยอมรับก็มีขึ้นด้วย

นอกจากนี้ อัจฉรา เกรียงไกรสกุล (2529) พบว่าระดับรายได้ ระดับการศึกษา สังกัดอาชีพ หน้าที่การงานเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตกิจกรรมการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ก็เป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจด้วย

การศึกษาวิจัยเหตุผลของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตรับนั้น มีให้พิจารณาที่แต่ละคนอาจจะมีคามจำเป็นหรือเหตุผลที่แตกต่างกันหรือเหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยในการตัดสินใจในการให้ข้อมูลของแต่ละคน

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง “ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทฯ ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย”

ส่วนประสมการตลาด อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือ ปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมการตลาดจะประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หรือที่เรียกว่า 4P's โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง “สิ่งที่เสนอแก่ตลาดเพื่อการรู้จัก การเป็นเจ้าของ การใช้หรือการบริโภคและสามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดได้” หรืออาจหมายถึง “คุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ของสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้รับความพอใจจากการแลกเปลี่ยน” คุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ได้แก่ สี ราคา การบรรจุหีบห่อ ชื่อเสียง ตราหือ บริการ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์จึงอาจเป็นตัวสินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์การ หรือบุคคล จากความหมายจะเห็นว่าสิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงถือว่าธุรกิจจะทำการขายผลประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์ไม่ใช่ขายตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียว

ประเภทของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการจัดประเภทตลาดเป็นตลาดผู้บริโภค และตลาดอุตสาหกรรม การจัดประเภทผลิตภัณฑ์จะถือเกณฑ์วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้ซื้อ โดยจัดประเภทเป็น 2 กลุ่ม คือสินค้าบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้คำว่าสินค้าบริโภคและสินค้าอุตสาหกรรมจะรวมบริการด้วย

สินค้าบริโภค (Consumer Goods) หมายถึง “ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปสำหรับผู้บริโภคใช้ในครัวเรือนขั้นสุดท้าย” สินค้าบริโภคจะรวมบริการด้วย

สินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Goods) หมายถึง “ผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้ไปในการผลิตสินค้าอื่น” สินค้าอุตสาหกรรมจะรวมบริการสินค้าอุตสาหกรรมมีเป้าหมายที่ตลาดอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วยผู้ซื้อที่ซื้อไปเพื่อการผลิต การให้บริการหรือการดำเนินการของกิจการส่วนใหญ่ก็คือองค์การหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องนำมากำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด โดยสามารถแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องนำมากำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด โดยสามารถแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2. รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Formal Product หรือ Tangible Product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่สมบูรณ์ขึ้นหรือเชิญชวนให้ใช้ยิ่งขึ้น

คุณภาพ (Quality)
รูปร่างลักษณะ (Feature)
รูปแบบ (Style)
การบรรจุหีบห่อ (Packaging)
ตราสินค้า (Brand)

ภาพประกอบ 1 แสดงรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

3. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augment Product) หมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า ประกอบด้วย บริการก่อนและหลังการขายต่าง ๆ ดังรูป

การติดตั้ง (Installation)
การขนส่ง (Transportation)
การประกัน (Insurance)
การให้สินเชื่อ (Credit)
การให้บริการอื่น ๆ (Services)

ภาพประกอบ 2 แสดงผลิตภัณฑ์ครบ

4. ผลิตภัณฑ์คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงเมื่อมีการซื้อสินค้า ในการเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก (Customer's Satisfaction) เช่น ธุรกิจโรงแรม ลูกค้ามักจะคาดหวังจะได้รับที่นอนที่สะอาด มีสบู่ มีผ้าเช็ดตัว โทรศัพท์ ตู้เสื้อผ้า เป็นต้น

5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึง ส่วนของผลิตภัณฑ์ควบทั้งหมดที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไป เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต ตัวอย่าง ธุรกิจโรงแรมจะมีการพัฒนาห้องสุทที่มีลักษณะสมบูรณ์แบบเหมือนบ้าน วิธีนี้เป็นแนวคิดใหม่ที่จะสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นวิธีการที่จะทำให้สินค้าของเขาแตกต่างจากคู่แข่ง

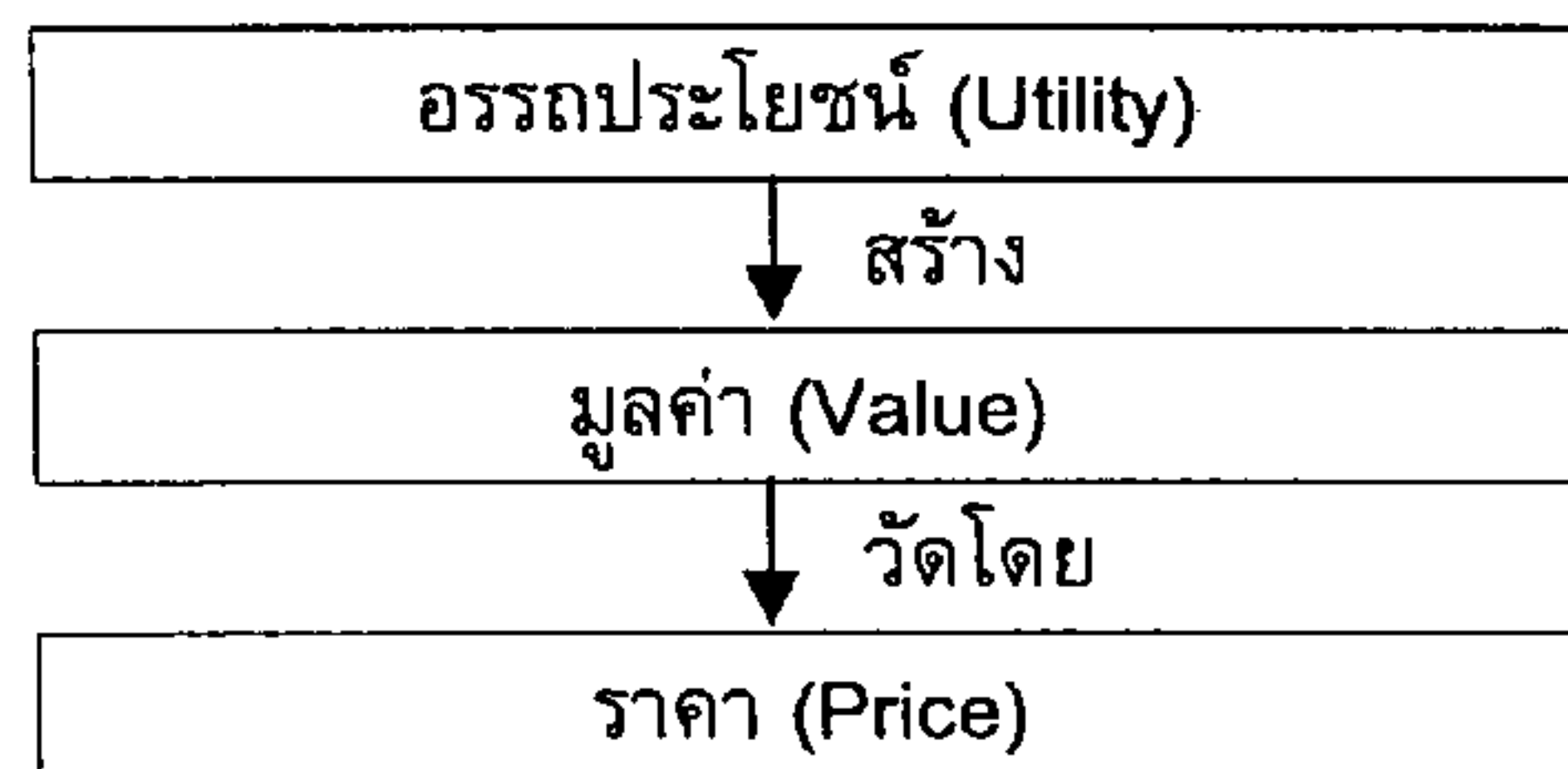
ราคา (Price) หมายถึง “สิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งเป็นมูลค่า (Value) ในรูปของเงินตรา” ดังนั้นลักษณะของราคาคือ

1) ราคาเป็นมูลค่าของสินค้าและบริการ

2) กล่าวคือ ราคาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า ฉะนั้นราคาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์
ราคาเป็นจำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ กล่าวคือ
ราคาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า ฉะนั้นราคาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง จึงหมายถึง
ถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นหนึ่งหน่วยในรูปของตัวเงิน เช่น ปากการราคา 3 บาท ก็จะสื่อความ
หมายว่า ราคาต่ำละ 3 บาท คำที่มีความหมายเกี่ยวกับราคา ก็คือ มูลค่าและอรรถประโยชน์

อรรถประโยชน์ (Utility) คือ คุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สามารถตอบสนองความ
ต้องการของมนุษย์ให้พอใจ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการให้เกิดความพอใจ ก็
คือ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถวัดออกมาในรูปราคา

ดังนั้นในการตั้งราคาจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงอรรถประโยชน์ของสินค้านั้น คือ
พิจารณาถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของสินค้าโดยพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้สูงขึ้นใน
สายตาผู้ซื้อ จากรูปแสดงความเกี่ยวข้องระหว่าง อรรถประโยชน์ มูลค่า และราคา



ภาพประกอบ 3 แสดงความเกี่ยวข้องระหว่างอรรถประโยชน์ มูลค่า และราคา

การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง “โครงสร้างของช่องทาง (สถาบัน
และกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์การไปยังตลาด” ลักษณะการจัด
จำหน่ายมีดังนี้

1) เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย

2) โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันการตลาด (Marketing Institution หรือ
Marketing Intermediaries) ประกอบด้วย คนกลาง ธุรกิจการกระจายตัวสินค้า ธุรกิจให้บริการ
ทางการตลาด รวมทั้งสถาบันทางการเงิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) “เป็นธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมการขาย
สินค้าและบริการไปยังผู้ซื้อขั้นตอนสุดท้าย

- 1.คนกลาง (Middleman) หมายถึงธุรกิจอิสระที่ดำเนินงานเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม คนกลางสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท คือ
 - 1.1พ่อค้าคนกลาง (Merchant Middleman) หมายถึง คนกลางที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้า ที่เขาดำเนินการ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และพ่อค้าผู้ขายต่อ เป็นต้น
 - 1.2 ตัวแทนคนกลาง (Agent Middleman) หมายถึงคนกลางที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เขาดำเนินการ เช่น ตัวแทนผู้ผลิต นายหน้า เป็นต้น
2. ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายตัวสินค้า (Physical Distribution Firm) เป็นธุรกิจที่ช่วยเก็บรักษาสินค้าและเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทาง ดังนั้นจึงประกอบด้วยธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ
3. ธุรกิจให้บริการทางการตลาด (Marketing Services Agencies) เป็นธุรกิจที่ช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่เหมาะสม ได้แก่ ธุรกิจการวิจัยตลาด บริษัทตัวแทนโฆษณา ธุรกิจเกี่ยวกับสื่อ ธุรกิจให้คำปรึกษาทางการตลาด ฯลฯ
4. สถาบันการเงิน (Financial Institution) คือ บริษัทต่าง ๆ ที่ช่วยจัดหาเงินและประกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า ได้แก่ ธนาคาร บริษัทเงินทุน บริษัทประกันภัย ฯลฯ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ตัวหนึ่งขององค์การที่ใช้เพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การ หรืออาจหมายถึง ข้อมูลการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ คำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าส่งเสริมการตลาด คือ คำว่าการขาย (Selling) หมายถึง การแจ้งข่าวสารและการจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คนส่วนมากมักเข้าใจว่าการขายเป็นกิจกรรมการเปลี่ยนมือโดยพนักงานเท่านั้น แต่ความหมายของการขายอย่างสมบูรณ์นั้น ประกอบด้วย

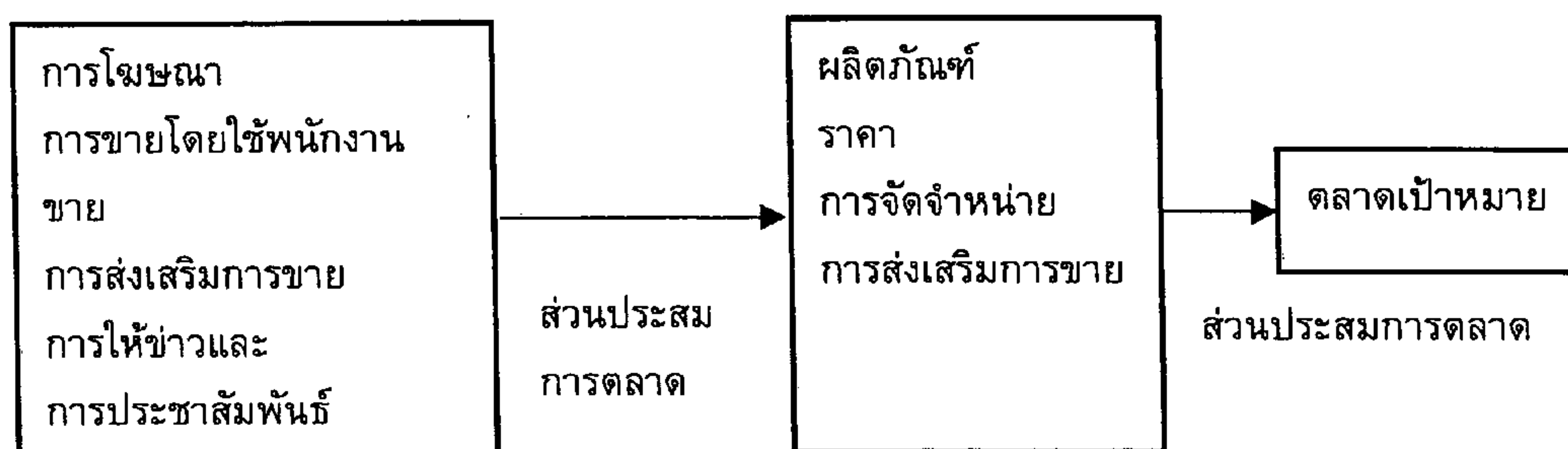
- 1) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
- 2) การขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling)

ดังนั้น การขายโดยใช้พนักงานขายจึงเป็นเพียงเครื่องมือหนึ่งของการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ในการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นเพียงการติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยอาศัยเครื่องมือที่ใช้มาก 2 ประการคือ การโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ส่วนรูปแบบอื่น ๆ ที่มีการใช้ประกอบ คือ การส่งเสริมการขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง เครื่องมือการติดต่อสื่อสารทางการตลาดเพื่อแจ้งข่าวสาร จูงใจตลาด สร้างทัศนคติ และพฤติกรรม การซื้อของตลาด ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 4 ประการคือ

- 1) การโฆษณา
- 2) การขายโดยใช้พนักงานขาย
- 3) การส่งเสริมการขาย และ
- 4) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

เครื่องมือทั้ง 4 ประการนี้ ธุรกิจอาจเลือกใช้หนึ่งเครื่องมือหรือหลายเครื่องมือรวมกันก็ได้ จากรูปจะเห็นว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด 4 ประการ เป็นเครื่องมือหนึ่งของส่วนประสมการตลาด และใช้ 4Ps นี้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดมีดังนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงถึงบทบาทการส่งเสริมการตลาดในส่วนประสมการตลาด

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณาจึงมีลักษณะ คือ เป็นการเสนอขายสินค้าและบริการหรือความคิด โดยการใช้สื่อ และต้องจ่ายเงินค่าสื่อโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

2. การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้า ระหว่างผู้ขายกับลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Way Communication)

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง หรืออาจการขายต้องใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย

หมายถึง กิจกรรมซึ่งใช้ช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณา การส่งเสริมการขายต้องใช้ร่วมกับการโฆษณา หรือการขายโดยใช้พนักงานขาย

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคล ที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ การประชาสัมพันธ์หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มที่ไม่ใช่ลูกค้า ประกอบด้วย ประชาชนทั่วไป แรงงาน ผู้ถือหุ้น และหน่วยราชการ หรืออาจหมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ฐิติพงษ์ เนตรรุ่งวัฒนา (2534) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการมีบัตรเครดิตต่อพฤติกรรมการบริโภค เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการมีบัตรเครดิตต่อพฤติกรรมการบริโภค รวมถึง ร้านค้า และธนาคารในด้านการใช้บัตรเครดิต พบว่าในด้านผู้บริโภคแม้รายได้จะเท่าเดิม แต่เมื่อมีบัตรเครดิตไว้ใช้บริการพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นจากเดิม ทางด้านร้านค้าสนใจที่จะรับบัตรเครดิตแทนเงินสดเพราะทำให้มียอดขายสูงขึ้นและไม่มีความเสียหายเพราะธนาคารเป็นผู้รับภาระจ่ายแทนลูกค้า และในด้านธนาคารจะมีรายได้จากค่าธรรมเนียมสมาชิกค่าธรรมเนียมร้านค้า และรายได้จากดอกเบี้ยเมื่อลูกค้านำเงินเข้าบัญชีล่าช้า

สุนิมิต ประทีปเสน (2535) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคมกับพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสารโฆษณาส่งเสริมสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพพจน์ที่ผู้บริโภคมีต่อหน่วยงานและสินค้าหรือบริการของหน่วยงานนั้น และไม่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค และงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นไปสู่พฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถนำมาศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในการวิจัยครั้งนี้

ฐานปะนีย์ กันตามระ (2537) การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตทั้งบัตรธรรมดาและบัตรทองต่างก็มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารมากที่สุด และผู้ถือบัตรทั้งสองประเภทแต่ละระดับรายได้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าสัดส่วนในการใช้จ่ายค่าอาหารมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า ขณะเดียวกันผู้ที่มีรายได้สูงกว่ามีสัดส่วนในการใช้

จ่ายค่าบ้านเงินมากกว่าผู้มีรายได้ต่ำกว่า ส่วนพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อเดือน พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อเดือนคือ 2,001 - 5,000 บาทมากที่สุด ขณะที่ผู้ถือบัตรทองใช้จ่ายผ่านบัตร 4,001 - 8,000 บาทมากที่สุด ซึ่งงานวิจัยได้มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง โดยผลของการวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสามารถนำมาศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมการใช้บัตรโดยพื้นฐานของผู้บริโภคและเปรียบเทียบผลที่ต่างกันของบัตรเครดิตที่ได้จากการวิจัย

อภิรดี นิตุธร (2539) อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการสื่อสารการตลาด และการรับข่าวสารการตลาด กับพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรในการวิจัยคือ คนรุ่นใหม่ทำงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชนหรือประกอบธุรกิจอิสระ ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 400 คน ผลของการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่สามารถระบุได้ถึงจำนวนบัตรเครดิตที่นิยม และพบว่าปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตได้ดีที่สุดล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการสื่อสารการตลาด

ดุลยทัศน์ พิชมงคล (2542) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้เป็นสมาชิก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเก็บข้อมูลกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และกลุ่มตัวอย่างจะต้องเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารใดธนาคารหนึ่งจากที่ให้บริการ 5 แห่ง ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 120 คน พบว่า ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดทั้ง 4 ด้าน ประกอบไปด้วย การสื่อสารการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาดโดยส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้เป็นสมาชิกทั้งสองด้าน คือ ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตต่อสัปดาห์ และมูลค่าการใช้บัตรเครดิตต่อครั้ง มีเพียงปัจจัยย่อยของการสื่อสารการตลาดด้านความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ การจัดองค์ประกอบบัตรที่สวยงาม และแสดงความทันสมัย ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต และการมีร้านค้าที่รับบัตรเป็นจำนวนมาก การที่ร้านค้าที่ใช้บริการประจำ

งานวิจัยที่ได้นำมาใช้ประกอบการศึกษาครั้งนี้ เป็นงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และผลกระทบต่าง ๆ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดรวมถึงการเปิดรับสื่อต่าง ๆ โดยเนื้อหาและผลของงานวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ เปรียบเทียบความสอดคล้องและผลที่ต่างกับงานวิจัยฉบับนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นล้วนแต่ศึกษาถึงบริการทางด้านบัตร

เครดิตทั้งสิ้น ซึ่งบริการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับบริการด้านบัตรเครดิต เนื่องจากเป็นรูปแบบบริการทางการเงินประเภทหนึ่งเช่นกัน แต่ต่างกันในด้านคุณสมบัติการใช้งานเท่านั้น ดังนั้น งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนี้จึงสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งในส่วนของแนวทางการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการศึกษาผลเชิงเปรียบเทียบกับงานวิจัยฉบับนี้ได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ได้ดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรผู้ใช้บัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จำนวน 1,229 ราย (30 มิถุนายน 2545. สัมภาษณ์)

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 286 คน ตามตารางของ Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์. 2521: 24) หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จนครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี ได้แก่ เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน, ประเภทบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่, ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน,ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 2 : เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์
2. ด้านความสะดวกในการชำระเงิน
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.1 การโฆษณา

3.2 การขายโดยพนักงานขาย

3.3 การส่งเสริมการขาย

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

4. ด้านการบริการทั่วไป

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 : เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อทราบข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการหรือคุณสมบัติพิเศษของบัตรเครดิต นอกเหนือจากคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาลักษณะ รูปแบบและวิธีการเขียนแบบสอบถามจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. จะสอบถามและสัมภาษณ์ผู้บริหารสาขา พนักงานสาขา และผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
3. รวบรวมสาระและเนื้อหาต่าง ๆ ที่ได้มาจากเอกสารและงานวิจัยเพื่อสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ตามหลักการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบแก้ไขและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ตลอดจนวิเคราะห์ความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา ความเข้าใจและการใช้ภาษา เพื่อให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน
7. วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วย การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) โดยใช้สูตรของ ครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.94
8. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขอย่างสมบูรณ์ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาขอความเห็นชอบเพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี
2. นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแนะนำตัว จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดส่งให้กับลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยทางไปรษณีย์ พร้อมทั้งสอดซองส่งกลับเมื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาไปตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำข้อมูลของแบบสอบถาม แต่ละชุดไปลงรหัสเพื่อคำนวณค่าสถิติ โดยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For Social Sciences)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For Social Sciences) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้คืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์
2. วิเคราะห์สภาพภาพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 เป็นระดับที่ หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามปลายเปิดมาจัดกลุ่มของคำตอบ และแจกแจงความถี่ตามจำนวนผู้ตอบในแต่ละด้าน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.1 ค่าร้อยละ

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 หาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาความเที่ยงตรงเชิงพินิจของแบบสอบถามโดยใช้สูตร (สำอากค์ งามวิชา. 2541: 62)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง
	ΣR	แทน	ผลรวมของความคิดเห็นในแต่ละข้อของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการแจกแจงที่ (t-distribution) โดยใช้สูตรของ Edward (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 216)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S^2_H}{n_H} + \frac{S^2_L}{n_L}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_H$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ได้คะแนนสูง
	$\bar{X}_L$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ได้คะแนนต่ำ
	S^2_H	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มผู้ได้คะแนนสูง
	S^2_L	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มผู้ได้คะแนนต่ำ
	n_H	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มสูง
	n_L	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่ำ

2.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 200)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S_i^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	K	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S_i^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ t-test
(ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 101)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left\{ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right\}}{\left\{ \frac{\frac{S_1^2}{n_1}}{n_1 - 1} + \frac{\frac{S_2^2}{n_2}}{n_2 - 1} \right\}}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทน ค่าความแปรปรวนกลุ่มที่ 2
	n_1	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ

F-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 113)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าการแจกแจงของ F
	MS_b	แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้ Least Significant Difference (LSD) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม (กัลยา วาณิชบัญชา. 2541: 183)

$$LSD = t_{1-\alpha; n-k} \sqrt{MSE}$$

$$\sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ	α	แทน ระดับนัยสำคัญ
	$t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k}$	แทน df ของความแตกต่างภายในกลุ่ม
	MSE	แทน ความผันแปรภายในกลุ่มจากตาราง ANOVA
	n_i, n_j	แทน จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
ss	แทน	ผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง(Sum of Squares)
Ms	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของคะแนนค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

ตอนที่ 4 รวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้ายที่มีบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขา เพชรบุรี โดยนำเสนอในรูปแบบถ้อยคำและร้อยละ ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละลูกค้ายที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยสาขาเพชรบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ ยอดการใช้เครดิต ต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	135	47.20
หญิง	151	52.80
รวม	286	100.00
2. อายุ		
20 – 30 ปี	41	14.30
31 – 40 ปี	155	54.20
41 ปีขึ้นไป	90	31.50
รวม	286	100.00
3. อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	20.30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	101	35.30
พนักงานบริษัท, เอกชน	113	39.50
อื่น ๆ (ข้าราชการบำนาญฯ)	14	4.90
รวม	286	100.00
4. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 – 20,000 บาท	40	14.00
20,001 – 30,000 บาท	189	66.10
30,001 บาทขึ้นไป	57	19.90
รวม	286	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5. ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่		
บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	165	57.70
บัตร VISA	104	36.40
บัตรมาสเตอร์การ์ด	17	5.90
รวม	286	100.00
6. ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	193	67.50
5,001 – 10,000 บาท	76	26.60
10,001 บาทขึ้นไป	17	5.90
รวม	286	100.00
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย		
ต่ำกว่า 1 ปี	51	17.80
1 – 2 ปี	89	31.10
3 ปีขึ้นไป	146	51.00
รวม	286	100.00

จากตาราง 1 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท, เอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย 3 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 4 ด้านคือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	3.15	0.72	ปานกลาง
2. ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	3.74	0.72	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	0.70	ปานกลาง
4. ด้านการบริการทั่วไป	3.50	0.73	มาก
รวม	3.32	0.63	ปานกลาง

จากตาราง 2 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความสะดวกในการชำระเงิน และด้านการบริการทั่วไปมีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของ
ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านคุณลักษณะของบัตรและ
สิทธิประโยชน์

ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. การออกแบบบัตรมีความทันสมัยสวยงาม	3.10	0.83	ปานกลาง
2. ตัวอักษรบนบัตรเครดิตสามารถอ่านได้ง่าย	3.41	0.73	ปานกลาง
3. จำนวนสถานธุรกิจ/ ร้านค้า ที่รับบัตร	3.33	0.81	ปานกลาง
4. สัญลักษณ์ ยินดีรับบัตรเครดิตกสิกรไทยสามารถ มองเห็นได้อย่างเด่นชัด	3.31	1.04	ปานกลาง
5. สามารถชำระค่าใช้จ่ายประจำเดือนอัตโนมัติ เช่น ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น	3.43	0.96	ปานกลาง
6. สามารถซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ได้	3.28	0.89	ปานกลาง
7. สิทธิพิเศษในการสมัครบัตรเสริม	3.24	0.93	ปานกลาง
8. การขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อการเดินทางไปต่าง ประเทศ	3.18	1.07	ปานกลาง
9. สิทธิในการรับบริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉิน	3.02	1.14	ปานกลาง
10. การได้รับส่วนลดเมื่อชำระค่าใช้จ่ายกับร้านค้า สถานที่รับบัตรที่ร่วมรายการ	3.08	1.18	ปานกลาง
11. สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ	2.92	1.17	ปานกลาง
12. สิทธิในการได้รับนิตยสารสำหรับสมาชิก	2.86	0.88	ปานกลาง
13. บริการ Applause สิทธิพิเศษ เพื่อความบันเทิง	2.78	1.16	ปานกลาง
รวม	3.15	0.72	ปานกลาง

จากตาราง 3 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นด้านคุณ
ลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของ
ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านความสะดวกในการชำระเงิน

ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. มีสถานที่ให้บริการที่สะดวกในการชำระเงิน	3.78	0.93	มาก
2. การชำระเงินสามารถเลือกชำระเงินได้หลายวิธี	3.76	0.99	มาก
3. การชำระค่าบัตรเครดิตกำหนดชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท	3.44	0.90	ปานกลาง
4. รอบเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน	4.01	0.80	มาก
รวม	3.74	0.72	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่าลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มีความคิดเห็นด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ว่ามีความเหมาะสมมาก ยกเว้นการชำระค่าบัตรเครดิตกำหนดชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท ซึ่งมีความเหมาะสมปานกลาง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของ
ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด		$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1.	การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมการขายจากสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ป้ายโฆษณา	3.64	0.94	มาก
2.	ความชัดเจนของข้อมูลบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจากสื่อโฆษณา	3.32	0.97	ปานกลาง
3.	การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษกิจกรรมส่งเสริมการขายจากเอกสารที่บริษัทจัดส่งให้พร้อมใบเรียกเก็บเงิน	3.44	1.05	ปานกลาง
4.	การอำนวยความสะดวกของพนักงานขายบัตรเครดิต	3.38	0.87	ปานกลาง
5.	ความสุภาพ อ่อนน้อมของพนักงานขายบัตรเครดิต	3.55	0.77	มาก
6.	การจัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม	2.83	1.00	ปานกลาง
7.	ความสะดวกในการแลกของรางวัล	2.83	0.94	ปานกลาง
8.	ความสะดวกในการซื้อคะแนนสะสม	2.88	1.00	ปานกลาง
9.	การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย(TFB value choice)	3.06	1.07	ปานกลาง
10	การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3.42	1.03	ปานกลาง
11	การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมรายปี เป็นระยะเวลา 1 ปี	3.37	0.99	ปานกลาง
รวม		3.24	0.70	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นต่อบัตรด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้น การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมการขายจากสื่อโฆษณา เช่นหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ป้ายโฆษณา และความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายบัตรเครดิตมีความเหมาะสมมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านการบริการทั่วไป

ด้านการบริการทั่วไป	$\bar{X}$	S	การแปลความหมาย : ระดับความเหมาะสม
1. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	3.51	0.83	มาก
2. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตประเภทใหม่ ๆ	3.47	0.83	ปานกลาง
3. การแจ้งจำนวนคะแนนสะสมในใบเรียกเก็บเงิน	3.51	1.08	มาก
4. ความรวดเร็วในการแจ้งค่าใช้จ่ายใบเรียกเก็บเงิน	3.54	0.92	มาก
5. ความถูกต้องในการแจ้งค่าใช้จ่ายในใบเรียกเก็บเงิน	3.62	0.88	มาก
6. ความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์	3.42	1.00	ปานกลาง
7. การให้บริการจากเจ้าหน้าที่	3.47	0.85	ปานกลาง
รวม	3.50	0.73	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มีความคิดเห็นต่อบัตร
ด้านการบริการทั่วไป โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่
มีความเหมาะสมมาก ยกเว้นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตประเภทใหม่ ๆ ความสะดวก
ในการติดต่อเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์ และการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ มีความเหมาะสมปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

เป็นการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตที่ใช้ อยู่ ยอดการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังแสดงในตาราง 7 ถึง 13

3.1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้านปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าที่มีเพศต่างกัน

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	ชาย (N=135)			หญิง (N=151)			t	p-value
	$\bar{X}$	S	ระดับความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ระดับความ เหมาะสม		
1. ด้านคุณลักษณะของบัตร และสิทธิประโยชน์	3.11	0.72	ปานกลาง	3.17	0.72	ปานกลาง	0.68	.496
2. ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.67	0.71	มาก	3.80	0.72	มาก	1.46	.145
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	0.70	ปานกลาง	3.28	0.69	ปานกลาง	1.07	.282
4. ด้านการบริการทั่วไป	3.47	0.76	ปานกลาง	3.53	0.71	มาก	0.61	.536
รวม	3.28	0.62	ปานกลาง	3.35	0.63	ปานกลาง	1.00	.317

จากตาราง 7 แสดงว่าลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลูกค้ายี่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 8-10

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้านักธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	20 – 30 ปี			31 – 40 ปี			41 ปีขึ้นไป		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S	ความ	$\bar{X}$	S	ความ	$\bar{X}$	S	ความ
			เหมาะสม			เหมาะสม			เหมาะสม
1.ด้านคุณลักษณะของบัตร และสิทธิประโยชน์	3.16	0.61	ปานกลาง	3.27	0.64	ปานกลาง	2.92	0.84	ปานกลาง
2.ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.90	0.74	มาก	3.80	0.64	มาก	3.56	0.80	มาก
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	0.53	ปานกลาง	3.27	0.68	ปานกลาง	3.18	0.78	ปานกลาง
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.46	0.74	ปานกลาง	3.58	0.68	มาก	3.39	0.80	ปานกลาง
รวม	3.34	0.52	ปานกลาง	3.39	0.57	ปานกลาง	3.17	0.73	ปานกลาง

จากตาราง 8 แสดงว่า ลูกค้ายในแต่ละกลุ่มอายุ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะพบว่า ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ว่ามีความเหมาะสมมาก และด้านการบริการทั่วไป อายุระหว่าง 31 – 40 ปีมีความเหมาะสมมาก ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป มีความเหมาะสมปานกลาง

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคาร
กสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ที่มีอายุต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	dt	Ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิ ประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	7.12	3.563	7.028**	0.001
	ภายในกลุ่ม	283	143.46	0.507		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	4.66	2.332	4.560**	0.011
	ภายในกลุ่ม	283	144.76	0.512		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.46	0.233	0.472	0.624
	ภายในกลุ่ม	283	139.59	0.493		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	2.07	1.037	1.920	0.149
	ภายในกลุ่ม	283	152.84	0.540		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.89	1.446	3.687*	0.026
	ภายในกลุ่ม	283	111.02	0.392		
	รวม	285	113.91			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 แสดงว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคาร
กสิกรไทย โดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณา
เป็นรายด้าน พบว่าด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านความสะดวกในการ
ชำระเงินมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ลูกค้า
มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกร
ไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านความสะดวกในการชำระเงิน แตกต่าง
กันในรายคู่ใดบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ
LSD ปรากฏผลดังตาราง 10 - 12

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$	ระดับอายุ		
	ด้านคุณลักษณะ	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	ของบัตรและสิทธิประโยชน์			
	ประโยชน์	3.16	3.27	2.92
20 - 30 ปี	3.16	-	0.11	0.24
31 - 40 ปี	3.27		-	0.35**
41 ปีขึ้นไป	2.92			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 10 แสดงว่า ลูกค้ายที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มีอายุในระดับอื่น มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยจำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$	ระดับอายุ		
	ด้านความสะดวก	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
	ในการชำระเงิน			
		3.90	3.80	3.56
20 - 30 ปี	3.90	-	0.10	0.34**
31 - 40 ปี	3.80		-	0.24**
41 ปีขึ้นไป	3.56			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 11 แสดงว่า ลูกค้ายที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มีอายุในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงิน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมโดย
จำแนกตามอายุ

ระดับอายุ	$\bar{X}$ โดยรวม	ระดับอายุ		
		20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
		3.34	3.39	3.32
20 - 30 ปี	3.34	-	0.05	0.16
31 - 40 ปี	3.39		-	0.22*
41 ปีขึ้นไป	3.32			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่า ลูกค้ายที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ลูกค้ายมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้ายที่มีอายุในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ลูกค้ายกย่องที่มีอาชีพคิดเห็นต่อบัตรเครดิตร้านค้าการบริการไทย แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ประการนี้ดังต่อไปนี้

ตาราง 13 – 14

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตร้านค้าการบริการไทยของลูกค้าจำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นต่อบัตร เครดิตร้านค้าการบริการไทยของลูกค้า รณาคารการบริการไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		พนักงานบริษัท, เอกชน		อื่น ๆ เช่น ข้าราชการ บ้านอื่นๆ	
	$\bar{X}$	S	ระดับ ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ระดับ ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S
1.ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์	3.12	0.76	ปานกลาง	3.12	0.66	ปานกลาง	3.18	0.74
ของบัตร							3.19	0.85
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	3.82	0.78	มาก	3.69	0.64	มาก	3.74	0.75
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21	0.63	ปานกลาง	3.25	0.70	ปานกลาง	3.22	0.72
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.42	0.72	ปานกลาง	3.54	0.71	มาก	3.50	0.76
รวม	3.29	0.62	ปานกลาง	3.31	0.60	ปานกลาง	3.32	0.65
							3.43	0.72

จากตาราง 13 แสดงว่า ลูกค้าแต่ละกลุ่มอาชีพ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตร้านค้าการบริการไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการบริการทั่วไปลูกค้าที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท, เอกชน และอื่น ๆ ให้ความสำคัญเหมาะสมมาก

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	Df	Ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	0.26	0.893	0.168	0.918
	ภายในกลุ่ม	282	150.32	0.533		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.71	0.239	0.453	0.716
	ภายในกลุ่ม	282	148.71	0.527		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	0.95	0.318	0.644	0.587
	ภายในกลุ่ม	282	139.11	0.493		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	3	0.61	0.205	0.375	0.771
	ภายในกลุ่ม	282	154.29	0.547		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.22	0.752	0.187	0.905
	ภายในกลุ่ม	282	113.68	0.403		
	รวม	285	113.91			

จากตาราง 14 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ลูกค้ายี่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 15 - 16

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าจำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	10,000 – 20,000 บาท			20,001 – 30,000 บาท			30,001 บาทขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S	ระดับ ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ระดับ ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ระดับ ความ เหมาะสม
1.ด้านคุณลักษณะของบัตร และสิทธิประโยชน์	3.21	0.68	ปานกลาง	3.25	0.64	ปานกลาง	3.75	0.87	มาก
2.ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.87	0.68	มาก	3.80	0.67	มาก	3.47	0.83	ปานกลาง
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21	0.64	ปานกลาง	3.32	0.65	ปานกลาง	3.00	0.83	ปานกลาง
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.45	0.65	ปานกลาง	3.58	0.71	มาก	3.27	0.81	ปานกลาง
รวม	3.33	0.56	ปานกลาง	3.40	0.57	ปานกลาง	3.01	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 15 แสดงว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มรายได้ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้นระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีความเหมาะสมมาก ด้านความสะดวกในการชำระเงินมีความเหมาะสมมาก ยกเว้นระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีความเหมาะสมปานกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ส่วนด้านการบริการทั่วไปมีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้นระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความเหมาะสมมาก

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	dt	ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	10.88	5.44	11.02**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	139.70	0.49		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	5.44	2.72	5.355**	0.005
	ภายในกลุ่ม	283	143.98	0.50		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	4.75	2.37	4.972**	0.008
	ภายในกลุ่ม	283	135.30	0.47		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	4.58	2.29	4.317*	0.014
	ภายในกลุ่ม	283	150.32	0.53		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	6.58	3.29	8.679**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	107.33	0.37		
	รวม	285	113.91			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างไรบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 17 - 21

ตาราง 17 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะ
ของบัตรและสิทธิประโยชน์ โดยจำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	$\bar{X}$ ด้านคุณลักษณะ ของบัตรและสิทธิ ประโยชน์	ระดับรายได้		
		10,000 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 บาทขึ้นไป
		บาท	บาท	
		3.21	3.25	2.75
10,000–20,000 บาท	3.21	-	0.33	0.45**
20,001-30,000 บาท	3.25		-	0.49**
30,001 บาทขึ้นไป	2.75			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 17 ลูกค้ำที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 และ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ำที่มีรายได้ในระดับอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวก
ในการชำระเงิน โดยจำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	$\bar{X}$	ระดับรายได้		
		ด้านความสะดวก ในการชำระเงิน	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท
			3.87	3.80
				3.47
10,000–20,000 บาท	3.87	-	0.07	0.40**
20,001-30,000 บาท	3.80	-	-	0.32**
30,001 บาทขึ้นไป	3.47	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 ลูกค้ายที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 และ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มีรายได้ในระดับอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงิน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	$\bar{X}$	ระดับรายได้		
		ด้านการส่งเสริมการตลาด	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท
			3.21	3.32
10,000–20,000 บาท	3.21	-	0.11	0.20
20,001-30,000 บาท	3.32	-	-	0.32**
30,001 บาทขึ้นไป	3.00	-	-	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 19 ลูกค้ายที่มีรายได้ 20,000 – 30,000 บาทมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มีรายได้ในระดับอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการทั่วไป โดยจำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	$\bar{X}$ ด้านการบริการทั่วไป	ระดับรายได้		
		10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
		3.45	3.58	3.27
10,000–20,000 บาท	3.45	-	0.13	0.18
20,001-30,000 บาท	3.58		-	0.31*
30,001 บาทขึ้นไป	3.27			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการทั่วไปว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ในระดับอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวม โดย
จำแนกตามรายได้

ระดับรายได้	$\bar{X}$ โดยรวม	ระดับรายได้		
		10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
		3.33	3.40	3.01
10,000–20,000 บาท	3.33	-	0.06	0.31**
20,001-30,000 บาท	3.40		-	0.38**
30,001 บาทขึ้นไป	3.01			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 21 ลูกค้ำที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 และ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ำที่มีรายได้ในระดับอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ลูกค้ำที่มีประเภทบัตรเครดิตกสิกรไทยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏดังตาราง 22 - 23

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำจำแนกตามประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	บัตรเครดิตธนาคารกสิกร ไทย			บัตรวีซ่า			บัตรมาสเตอร์การ์ด		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม
1.ด้านคุณลักษณะของบัตร และสิทธิประโยชน์	3.11	0.73	ปานกลาง	3.14	0.71	ปานกลาง	3.49	0.64	ปานกลาง
2.ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.74	0.71	มาก	3.69	0.75	มาก	4.04	0.63	มาก
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23	0.68	ปานกลาง	3.20	0.71	มาก	3.60	0.72	มาก
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.48	0.73	ปานกลาง	3.49	0.74	ปานกลาง	3.79	0.68	มาก
รวม	3.29	0.62	ปานกลาง	3.29	0.63	ปานกลาง	3.65	0.56	มาก

จากตาราง 22 แสดงว่า ลูกค้ำแต่ละประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่ มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้นลูกค้ำที่มีบัตรเครดิตประเภทบัตรมาสเตอร์การ์ดว่ามีความเหมาะสมมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านการบริการทั่วไปมีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้นบัตรมาสเตอร์การ์ด ด้านการบริการทั่วไปว่ามีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านความสะดวกในการชำระเงิน และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมมาก

ตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าที่มี
ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	dt	Ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิ ประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.25	1.12	2.152	0.118
	ภายในกลุ่ม	283	148.33	0.52		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.81	0.90	1.737	0.178
	ภายในกลุ่ม	283	147.62	0.52		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.42	1.21	2.491	0.085
	ภายในกลุ่ม	283	137.64	0.48		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	1.53	0.76	1.417	0.244
	ภายในกลุ่ม	283	153.37	0.54		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.03	1.01	2.572	0.078
	ภายในกลุ่ม	283	111.88	0.39		
	รวม	285	113.91			

จากตาราง 23 แสดงว่า ลูกค้าที่มีประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกัน มี
ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัย
สำคัญทางสถิติ

3.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ปรากฏผลดังตาราง 24 - 25

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าย จำแนกตามยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าย ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท			5,001 – 10,000 บาท			10,001 บาทขึ้นไป		
	ระดับ			ระดับ			ระดับ		
	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม
1.ด้านคุณลักษณะของบัตร และสิทธิประโยชน์	3.22	0.62	มาก	3.21	0.73	มาก	2.07	0.90	น้อย
2.ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.79	0.66	มาก	3.81	0.75	มาก	2.89	0.77	ปานกลาง
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	0.67	มาก	3.24	0.69	มาก	2.49	0.60	น้อย
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.57	0.69	มาก	3.49	0.75	ปานกลาง	2.81	0.76	ปานกลาง
รวม	3.38	0.56	มาก	3.34	0.63	มาก	2.44	0.71	น้อย

จากตาราง 24 แสดงว่าลูกค้ายแต่ละกลุ่มยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก ยกเว้นลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไปว่ามีความเหมาะสมน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมาก ยกเว้นลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไปว่ามีความเหมาะสมน้อย, มีความเหมาะสมปานกลาง, มีความเหมาะสมน้อย ส่วนด้านการบริการทั่วไปว่าความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ว่ามีความเหมาะสมมาก

ตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	dt	Ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	20.99	10.49	22.92**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	129.59	0.45		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	13.04	6.52	13.53**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	136.38	0.48		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	10.57	5.28	11.55**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	129.48	0.45		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	8.96	4.48	8.693**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	145.94	0.51		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	13.85	6.92	19.58**	0.000
	ภายในกลุ่ม	283	100.06	0.35		
	รวม	285	113.91			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 25 แสดงว่าลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าลูกค้ายที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างไรบ้าง จึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ปรากฏผลดังตาราง 26 - 30

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกร ไทยโดยเฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{X}$ ด้านคุณลักษณะ ของบัตรและสิทธิ ประโยชน์	ยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาทขึ้นไป
		3.22	3.21	2.07
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.22	-	0.78	1.14**
5,001 – 10,000 บาท	3.21		-	1.14**
10,001 บาทขึ้นไป	2.07			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 26 แสดงว่า ลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์มีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่าย 10,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่ายในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกร ไทยโดยเฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{X}$ ด้านความสะดวก ในการชำระเงิน	ยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาทขึ้นไป
		3.78	3.81	2.89
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.79	-	0.23	0.89**
5,001 – 10,000 บาท	3.81		-	0.91**
10,001 บาทขึ้นไป	2.89			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 27 แสดงว่า ลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทและ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่าย 10,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้ายที่มียอดค่าใช้จ่ายในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านความสะดวกในการชำระเงินแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกร ไทยโดยเฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{X}$ ด้านการส่งเสริม การตลาด	ยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่า กับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาทขึ้นไป
		3.31	3.24	2.49
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.31	-	0.69	0.82**
5,001 – 10,000 บาท	3.24		-	0.75**
10,001 บาทขึ้นไป	2.49			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 28 แสดงว่า ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,000 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่าย 10,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการ
ทั่วไป โดยจำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกร ไทยโดยเฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{X}$ ด้านการบริการ ทั่วไป	ยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่า กับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาทขึ้นไป
		3.57	3.49	2.81
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.57	-	0.75**	0.75**
5,001 – 10,000 บาท	3.49		-	0.68**
10,001 บาทขึ้นไป	2.81			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 29 แสดงว่า ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการทั่วไปว่ามีความเหมาะสมมากกว่า ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่าย 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวม โดย
จำแนกตามยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดค่าใช้จ่ายบัตร เครดิตธนาคารกสิกร ไทยโดยเฉลี่ยต่อ เดือน	$\bar{X}$ โดยรวม	ยอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่าหรือเท่า กับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 บาทขึ้นไป
		3.38	3.34	2.44
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.38	-	0.37	0.93**
5,001 – 10,000 บาท	3.34		-	0.90**
10,001 บาทขึ้นไป	2.44			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 30 แสดงว่า ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทและ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่าย 10,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายในระดับอื่นมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย แตกต่างกันทั้ง 4 ด้านปรากฏผลดังตาราง 31 - 32

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทยของลูกค้ำ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)สาขาเพชรบุรี	ต่ำกว่า 1 ปี			1 – 2 ปี			3 ปีขึ้นไป		
			ระดับ			ระดับ			ระดับ
	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	S	ความ เหมาะสม
1.ด้านคุณลักษณะและสิทธิ ประโยชน์ของบัตร	3.28	0.60	ปานกลาง	3.18	0.63	ปานกลาง	3.08	0.80	ปานกลาง
2.ด้านความสะดวกในการ ชำระเงิน	3.86	0.70	มาก	3.78	0.69	มาก	3.68	0.74	มาก
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.26	0.70	ปานกลาง	3.27	0.65	ปานกลาง	3.22	0.72	ปานกลาง
4.ด้านการบริการทั่วไป	3.56	0.74	มาก	3.48	0.69	มาก	3.49	0.76	มาก
รวม	3.39	0.56	ปานกลาง	3.34	0.56	ปานกลาง	3.27	0.69	ปานกลาง

จากตาราง 31 แสดงว่าลูกค้ำแต่ละกลุ่มระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการบริการทั่วไปว่ามีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ และด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมปานกลาง

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าที่มี
ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกัน

	แหล่งความ แปรปรวน	dt	Ss	MS	F	Sig
1.ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิ ประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.73	0.86	1.651	0.194
	ภายในกลุ่ม	283	148.85	0.52		
	รวม	285	150.58			
2.ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.42	0.71	1.366	0.257
	ภายในกลุ่ม	283	148.00	0.52		
	รวม	285	149.43			
3.ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.12	0.60	0.122	0.885
	ภายในกลุ่ม	283	139.94	0.49		
	รวม	285	140.06			
4.ด้านการบริการทั่วไป	ระหว่างกลุ่ม	2	0.18	0.90	0.165	0.848
	ภายในกลุ่ม	283	154.73	0.54		
	รวม	285	154.91			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.60	0.30	0.756	0.470
	ภายในกลุ่ม	283	113.30	0.40		
	รวม	285	113.91			

จากตาราง 32 แสดงว่า ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคาร
กสิกรไทยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่าง
กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 การรวบรวมข้อเสนอแนะความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป จากแบบสอบถามปลายเปิดในตอนท้ายของแบบสอบถาม โดยวิธีการนำเสนอในรูปความถี่

ตาราง 33 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี จากแบบสอบถามปลายเปิดด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยและข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์	
1. จำนวนร้านค้ารับบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำนวนน้อยกว่าบัตรวีซ่า	1
2. ร้านค้าปฏิเสธการรับบัตรและเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตรวีซ่า	3
3. เพิ่มสถานที่รับบัตร เช่น ที่ 7 – Eleven	2
ด้านความสะดวกในการชำระเงิน	
1. เพิ่มสถานที่รับชำระเงินตามร้านค้า เช่น ที่ 7-Eleven, เคอร์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้า	7
2. การชำระค่าใช้จ่ายบัตรด้วยการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	5
3. ควรลดอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำจาก 1,000 บาท เป็น 500 บาท	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	
1. ควรจัดรายการส่งเสริมการขายยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ	6
2. การสะสมคะแนนควรแจ้งรายละเอียดให้ทราบเลยว่าได้สินค้าอะไรแล้วขณะนี้	1
3. ควรมีการชิงโชคหรือร่วมรายการกับสถานปัมน้ำมัน	2
4. ควรลดอัตราค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า	2

จากตาราง 23 แสดงว่าลูกค้ามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ จำนวนร้านค้ารับบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำนวนน้อยกว่าบัตรวีซ่า เพื่อแก้ไขปัญหาร้านค้าปฏิเสธการรับบัตรและการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตรวีซ่า ทั้งนี้การตรวจสอบดังกล่าวจะสามารถช่วยให้ร้านค้ายินดีรับบัตรและสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความสะดวกสบายในการใช้บัตรเพิ่มมากขึ้น
2. ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ เพิ่มสถานที่รับชำระเงินตามร้านค้า เช่น ที่ 7-Eleven และหน้าเคอร์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สมาชิกได้รับความสะดวกในการชำระค่าบัตรเครดิตมากขึ้น
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรจัดรายการส่งเสริมการขายยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ เพื่อเป็นการกระตุ้นและขยายฐานสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ให้เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยใน 4 ด้านคือ

- 1.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์

- 1.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน

- 1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1.4 ด้านการบริการทั่วไป

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่ ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

3. เพื่อรวบรวมปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่มีต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ประกอบการพิจารณาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น
2. เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาสถานสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการทั่วไป

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี จำนวน 1,229 ราย (30 มิถุนายน 2545. สัมภาษณ์)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 286 คน ตามตารางของ Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์. 2521: 24) หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จนครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ลูกค้ำที่มีประเภทบัตรเครดิตที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
6. ลูกค้ำที่มียอดการใช้บัตรเครดิตต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
7. ลูกค้ำที่มีระยะเวลาในการถือบัตรต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จำนวน 1,229 ราย (30 มิถุนายน 2545. สัมภาษณ์)

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยการคำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 286 คน ตามตารางของ Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์. 2521: 24) หลังจากนั้นใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จนครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าชนิด 5 ตัวเลือก ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทยของลูกข้าราชการกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทย สาขาเพชรบุรี ได้แก่ เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน, ประเภทบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่, ยอดการใช้จ่ายบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือน, ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 2 : เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัณฑิตเรดิชันาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านคุณลักษณะของบัณฑิตและสิทธิประโยชน์ จำนวน 13 ข้อ
2. ด้านความสะดวกในการชำระเงิน จำนวน 4 ข้อ
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 11 ข้อ
4. ด้านการบริการทั่วไป จำนวน 7 ข้อ

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ขออนุญาตแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี
2. นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือแนะนำตัว จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดส่งให้กับลูกข้าราชการกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยทางไปรษณีย์ พร้อมทั้งสอจดของส่งกลับเมื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาไปตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นนำข้อมูลของแบบสอบถาม แต่ละชุดไปลงรหัสเพื่อคำนวณค่าสถิติ โดยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม

สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For Social Sciences) ในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย คือ วันที่ 12 มีนาคม ถึง 31 มีนาคม 2546 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 286 ชุด ซึ่งได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ 286 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package For Social Sciences) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้คืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์
2. วิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ ซึ่งพิจารณาประเมินตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	เป็นระดับที่	หมายถึงลูกค้าเห็นว่าเหมาะสมน้อยที่สุด
4. เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่า t-test และระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance)
5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาแจกแจงความถี่

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 286 ราย เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.80) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 54.20) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท, เอกชน (ร้อยละ 39.50) ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 66.10) ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่เป็นบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (ร้อยละ 57.70) ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (ร้อยละ 67.50) มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย 3 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 51.00)

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการชำระเงินมีความเหมาะสมมาก($\bar{X}=3.74$) ด้านการบริการทั่วไปมีความเหมาะสมมาก($\bar{X}=3.50$) ส่วนด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์มีความเหมาะสมปานกลาง($\bar{X}=3.15$) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมปานกลาง($\bar{X}=3.24$)

2.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ($\bar{X}=3.32$)

2.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมมาก ยกเว้นการชำระค่าบัตรเครดิตกำหนดชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท ซึ่งมีความเหมาะสมปานกลาง

2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความคิดเห็นต่อบัตรด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง($\bar{X}=3.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมปานกลาง ยกเว้น การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษกิจกรรมส่งเสริมการขายจากสื่อโฆษณา เช่นหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ป้ายโฆษณา และความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายบัตรเครดิตมีความเหมาะสมมาก

2.4 ด้านการบริการทั่วไป ว่า ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มีความคิดเห็นต่อบัตรด้านการบริการทั่วไป โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมมาก ยกเว้นการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตประเภทใหม่ ๆ ความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์ และการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ มีความเหมาะสมปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป รายด้านและโดยรวมจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ ยอดการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

3.1 ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์แตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

ลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินแตกต่างกับลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้ำที่มีอายุระหว่าง 20 –30 ปี และอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

3.3 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตชนาคารกสิกรไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์แตกต่างกับลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป

ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความด้านความสะดวกในการชำระเงินแตกต่างกับลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป

ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตเศรษฐการกสิกรไทยด้านความด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกับลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป

ลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตเรดิด
ธนาคารกสิกรไทยด้านความด้านการบริการทั่วไปแตกต่างกับลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001

บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป

3.5 ลูกค้าที่มีประเภทบัตรเครดิตกสิกรไทยต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 ลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน การส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป แตกต่างกับลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย 10,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย 10,001 บาทขึ้นไป

3.7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การรวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

4.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ จำนวนร้านค้ารับบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำนวนน้อยกว่าบัตรวีซ่า เพื่อแก้ไขปัญหาร้านค้าปฏิเสธการรับบัตรและการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตรวีซ่า ทั้งนี้การตรวจสอบดังกล่าวจะสามารถช่วยให้ร้านค้ายินดีรับบัตรและสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความสะดวกสบายในการใช้บัตรเพิ่มมากขึ้น

4.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ เพิ่มสถานที่รับชำระเงินตามร้านค้า เช่น ที่ 7-Eleven และหน้าเคอร์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้า เพื่อให้สมาชิกได้รับความสะดวกในการชำระค่าบัตรเครดิตมากขึ้น

4.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรจัดรายการส่งเสริมการขายยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ เพื่อเป็นการกระตุ้นและขยายฐานสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ให้เพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ คือ

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี ทั้ง 4 ด้าน ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการบริการทั่วไป พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีสิทธิได้รับประโยชน์จากสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ทางธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) เสนอให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รังสิน สืบแสง(2534 : 2) พบว่า บัตรเครดิตต่าง ๆ มีการเสนอสิทธิประโยชน์พร้อมทั้งบริการหลังการขายเพื่อเป็นจุดขาย ที่กลุ่มผู้บริโภคจะนำมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้บัตรของสถาบันใดได้อย่างถูกต้อง และมีประโยชน์มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยว่ามีความเหมาะสมปานกลางและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถชำระค่าใช้จ่ายประจำเดือนอัตโนมัติ เช่น ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันธุรกิจการให้บริการบัตรเครดิตมีการแข่งขันที่รุนแรง ในการที่จะเพิ่มฐานลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตของแต่ละบริษัทผู้ให้บริการ ทำให้แต่ละบริษัทต้องมีการเสนอสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการจูงใจลูกค้า ให้มาสมัครเป็นสมาชิกบัตรของตน ซึ่งเป็นโอกาสของผู้บริโภคในการเลือกและพิจารณาข้อเสนอต่าง ๆ ของแต่ละผู้ให้บริการบัตรเครดิต เพื่อให้ได้รับประโยชน์และสร้างความพอใจให้สูงสุดก่อนที่จะตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

1.2 ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในด้านความสะดวกในการชำระเงิน โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ผู้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ได้มีการพัฒนารูปแบบในการชำระเงินคืน และมีการเพิ่มสถานที่ในการชำระเงินให้มากขึ้น เช่น ตามห้างสรรพสินค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการชำระเงินคืน อีกทั้งยังมีการกำหนดให้ชำระเงินขั้นต่ำ 1,000 บาท เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระของลูกค้าในการชำระเงินคืน และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายชื่อที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งมีความเหมาะสมมาก คือ มีสถานที่ให้บริการที่สะดวกในการชำระเงิน การชำระเงินสามารถเลือกชำระเงินได้หลายวิธี และรอบเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ลูกคามีตัวเลือกเรื่องสถานที่มากขึ้นในการชำระเงินคืน เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า นอกจากนี้วิธีในการชำระเงินคืนยังเพิ่มมากขึ้น และรอบระยะเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน เพื่อให้สอดคล้องกับความพร้อมและความสะดวกของลูกค้าแต่ละราย

1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกคามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันการแข่งขันที่รุนแรงในการแข่งขันฐานลูกค้าบัตรเครดิต ทำให้บริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิตมีการออกกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้สมัครเป็นสมาชิกบัตร โดยที่กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นิยมใช้ คือ การใช้พนักงานขาย การออกไปรณรงค์การส่งเสริมการขาย และการโฆษณา โดยที่แต่ละบริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิตก็จะมี การเสนอรูปแบบการส่งเสริมการตลาด เพื่อชิงความได้เปรียบในฐานะผู้ชนะ ในการขยายฐานสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าลูกคามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งมีความเหมาะสมมาก คือ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมการขายจากสื่อโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ป้ายโฆษณา และความสุขภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายบัตรเครดิต ซึ่งปัจจุบันเป็นการส่งเสริมการขายที่บริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิตนิยมใช้ และเป็นการส่งเสริมการขายเพื่อสนองความต้องการ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่จะช่วยให้ลูกคามีการตัดสินใจเลือกที่สมัครเป็นผู้ถือบัตรเครดิตของผู้ให้บริการ

1.4 ด้านการบริการทั่วไป ลูกคามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในด้านการบริการทั่วไป โดยรวมว่ามีความเหมาะสมมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีพนักงานคอยให้บริการสมาชิกผู้ถือบัตรเป็นจำนวนมากและตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตร อีกทั้งยังให้คำแนะนำช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตรในกรณีฉุกเฉินต่าง ๆ อย่างทันท่วงที นอกจากบริการข้างต้นแล้ว บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยยังมีการบริการแจ้งข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับสมาชิกผู้ถือบัตร โดยการแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะมีการแจ้งผ่านช่องทางหลายทางด้วยกัน โดยถือหลักความรวดเร็วและถูกต้อง และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความเหมาะสมมากที่สุดคือ ความถูกต้องในการแจ้งค่าใช้จ่ายในใบเรียกเก็บเงิน และการแจ้งจำนวนคะแนนสะสมในใบเรียกเก็บเงิน ในฐานะที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่ในธนาคารนี้ ไม่ต้องการให้ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตรเสียโอกาสในการเข้าร่วมโปรแกรมการสะสมคะแนนเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าหรือซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลง เพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตรได้รับประโยชน์สูงสุดจากการถือบัตรเครดิต

ธนาคารกสิกรไทย โดยการแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Direct Mail การแจ้งข่าวสารในใบเรียกเก็บเงิน เป็นต้น

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

2.1 ลูกค้าเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคที่เป็นผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ความสะดวกในการชำระเงิน กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การจัดส่งใบเรียกเก็บเงิน การสะสมแต้มคะแนนการใช้จ่ายผ่านบัตร และการได้รับการบริการจากพนักงานขายเหมือนกัน เนื่องจากธุรกิจการให้บริการบัตรเครดิตผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยได้เหมือนกัน ซึ่งผู้ให้บริการได้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงเหมือนกัน ดังนั้น เพศจึงไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

2.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์มีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ได้รับเงื่อนไขสิทธิประโยชน์พิเศษมากกว่า ลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป เพราะส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงานเป็นช่วงที่ต้องการซื้อของเข้าบ้านจับจ่ายซื้อของ สร้างฐานะให้กับตนเองดังนั้นกลุ่มนี้จะใช้ความรวดเร็วในการซื้อโดยเฉพาะสั่งซื้อทางไปรษณีย์ และได้รับส่วนลด แลก แจก แถม ที่ระลึกต่าง ๆ ตลอดจนรวมไปถึงสิทธิพิเศษเพิ่มเติมในเรื่องของวงเงินคุ้มครองอุบัติเหตุ ส่วนด้านความสะดวกในการชำระเงินลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าลูกค้าที่มีอายุ 20 – 30 ปี และ 31 – 40 ปีมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปีอาจจะมีภาระที่ต้องทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านธนาคารกสิกรไทย เป็นประจำอยู่ จึงมีความรู้สึกคุ้นเคยต่อการไปธนาคารมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไปและมีบัญชีเงินฝากที่เปิดกับธนาคาร และมียอดเงินฝากจำนวนหนึ่ง จึงมีความสะดวกในการชำระเงินโดยการหักบัญชีเงินฝากมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการบริการทั่วไปลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการได้รับข่าวสารการสะสมแต้มคะแนน

ของที่ระลึกต่าง ๆ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกของพนักงานความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานขายบัตรเครดิต

2.3 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันนั้น มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยนั้น มีอาชีพไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญ กล่าวคือ ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงาน, บริษัทเอกชน หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ก็สามารถใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยได้เหมือนกัน ได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่นการชำระค่าธรรมเนียม รอบเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน การจัดส่งใบเรียกเก็บเงิน กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการได้รับการบริการจากพนักงานขายเหมือนกัน ดังนั้นอาชีพจึงไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

2.4 ลูกค้ำที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าลูกค้ำที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาทและ 20,001 - 30,000 บาทมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ด้านความสะดวกในการชำระเงินลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาทและ 20,001 - 30,000 บาทมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงินว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ จากการแข่งขันเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้ำผู้ถือบัตรของผู้ให้บริการ โดยมีความคาดหวังในกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายที่มีรายได้ระดับปานกลางให้มาสมัครเป็นสมาชิกบัตร ดังนั้น การเสนอสิทธิประโยชน์พิเศษต่าง ๆ จึงได้ถูกนำออกใช้เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคสมัครเป็นสมาชิกบัตร ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อบัตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้ำที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยว่าด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้เพราะลูกค้ำที่มีรายได้้น้อยกว่านั้นย่อมมีข้อจำกัดในเรื่องการชำระเงินคิ่้นน้อยกว่าลูกค้ำที่มีรายได้สูง เมื่อมีใบเรียกเก็บเงินมา และด้านการบริการทั่วไปลูกค้ำที่มีระดับรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าลูกค้ำที่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาทมี

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านการบริการทั่วไปว่ามีความเหมาะสมมากว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากภาวะการแข่งขันเพื่อแย่งชิงฐานลูกค้าผู้ถือบัตร โดยมีความคาดหวังในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีรายได้ปานกลางให้มาสมัครเป็นสมาชิก ดังนั้นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดจึงได้ออกมาเพื่อดึงดูดใจลูกค้ากลุ่มนี้มากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ และลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีข้อจำกัดด้านเวลาและสามารถแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากตัวเองได้มาก จึงจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือหรือแนะนำจากพนักงานขายมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่าและเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถแสวงหาข้อมูลได้ด้วยตนเองและสิ่งที่ดีที่สุด

2.5 ลูกค้าที่มีประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีประเภทบัตรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยนั้น ประเภทบัตรไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีประเภทบัตรที่ต่างกันก็ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ หรือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดการขายจากสื่อโฆษณา เท่าเทียมกัน หรือการสะสมคะแนนแลกของแถมที่ระลึกทุกประเภทบัตรจะได้รับเท่ากันหมด รอบระยะเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน ตลอดจนการได้รับการอำนวยความสะดวกของพนักงาน ดังนั้นประเภทบัตรจึงไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

2.6 ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการชำระเงินลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายบัตรเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายบัตรเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่ยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยย่อมมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายบัตรเฉลี่ยต่อเดือนที่มาก เนื่องจากเหตุผลด้านความสะดวกในการชำระเงิน หรือสามารถชำระเงินค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายรายเดือนผ่านบัตรได้สะดวกและวิธีการชำระเงินได้หลายวิธี ส่วนด้านความสะดวกในการชำระเงินและ ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่า ลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาทมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านความสะดวกในการชำระเงิน และด้านการส่งเสริมการตลาดว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่มียอด

ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องต้องชำระเงินคืน เพราะสามารถชำระเงินขึ้นต่ำได้ 1,000 บาทหรือ 10% ของยอดการใช้จ่ายแต่ละงวดการใช้จ่าย หรือไม่ต้องเสียดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตการใช้จ่ายเงินบัตรก็ได้ จึงทำให้สามารถใช้จ่ายบัตรเครดิตได้อย่างไม่ต้องระวังเรื่องยอดค่าใช้จ่ายมากนัก และทำให้มีโอกาสได้ทดลองเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในหลาย ๆ โปรแกรมที่ทางธนาคารจัดขึ้นมากกว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า ทำให้ลูกค้ากลุ่มที่จะใช้จ่ายบัตร ส่วนด้านการบริการทั่วไปลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มียอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท มีความคิดเห็นต่อบัตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าลูกค้าที่มีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยว่ามีความเหมาะสมมากกว่าลูกค้าที่ยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มียอดค่าใช้จ่ายน้อยทำให้ไม่มีความกังวลในเรื่องของการเสียดอกเบี้ย การผ่อนชำระตลอดจนการได้รับการสะสมแต้มมากกว่าผู้ใช้บัตรมากกว่า

2.7 ลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกนั้นไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าความประทับใจในการให้บริการ การได้รับสิทธิประโยชน์เท่าเทียมกัน และระยะเวลานานนั้นไม่ได้หมายถึงว่าจะได้รับสิทธิพิเศษ การได้รับความสะดวกในการชำระเงิน การเข้าร่วมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ตลอดจนรอบระยะเวลาการชำนานถึง 45 วัน ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเท่ากันหมด ดังนั้นระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรจึงไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ว่ามีความเหมาะสมปานกลาง ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ควรมีการออกสำรวจปริมาณร้านค้าและความต้องการของลูกค้าที่รับประเภทบัตรเครดิตให้มากกว่า และควรมีการให้ความรู้แก่ร้านค้าในการรับบัตรแต่ละประเภทในรูปแบบของอัตราค่าธรรมเนียมบัตร เพื่อแก้ไขปัญหาร้านค้าปฏิเสธการรับบัตรและการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมจากลูกค้าที่ชำระเงินด้วยบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ทั้งนี้การตรวจสอบดังกล่าวจะสามารถช่วยให้ร้านค้ายินดียินดีรับบัตรและสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีความสะดวกสบายในการใช้บัตรเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านความสะดวกในการชำระเงินมีความเหมาะสมมากผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยควรลดจำนวนเงินการชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท ลง และเพิ่มการชำระค่าบัตรผ่อนชำระเป็นงวด ๆ เนื่องจากเมื่อเปรียบเทียบกับบัตรเครดิตวีซ่า หรือมาสเตอร์การ์ด พบว่าบัตรเครดิตกสิกรไทยมีจำนวนเงินการชำระขั้นต่ำสูงกว่าบัตรเครดิตวีซ่า หรือมาสเตอร์การ์ด ซึ่งมียอดการชำระเงินขั้นต่ำ 1,000 – 2,000 บาท ทั้งนี้การลดจำนวนเงินการชำระขั้นต่ำลงจะสามารถจูงใจให้สมาชิกบัตรใช้แผนการผ่อนชำระดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งจะทำให้ธนาคารมีรายได้จากจำนวนสมาชิกที่ใช้แผนการผ่อนชำระเพิ่มขึ้น และควรเพิ่มจำนวนสถานที่ที่รับชำระค่าบัตรเครดิต เช่นร้าน 7-Eleven หรือตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะช่วยให้สมาชิกที่ไปธนาคารไม่ได้ และเพื่อให้สมาชิกผู้ถือบัตรได้รับความสะดวกในการชำระค่าบัตรเครดิตมากขึ้น

3. ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมปานกลาง ผู้วิจัยขอเสนอว่าผู้ให้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยควรจัดรายการส่งเสริมการขายในเรื่องของการจัดของที่ระลึก ของแถม และแต้มสะสมคะแนน ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นและขยายฐานสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยให้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำศึกษาวิจัยถึงความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล
2. ควรทำการวิจัย ทศนคติต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงให้บริการของธนาคารต่อไป
3. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นแรงจูงใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อบัตรเครดิต ตัวแปรอิสระ เช่น อาชีพ, ยอดการใช้บัตรเครดิต และประเภทผู้ใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กวี วงศ์วุฒิ. (2526, กรกฎาคม). "บัตรเครดิตนำเวียนหัวจัง", ธนาคาร. ปีที่ (ฉบับที่) : 67-69.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2541). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows, พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานปะนี กันตามระ. (2537). การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร
กรุงเทพ. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- ฐิติพงษ์ เนตรรุ่งวัฒนา. (2537). ผลกระทบของการมีบัตรเครดิตต่อพฤติกรรมการบริโภค. วิทยา
นิพนธ์ กศ.ด. (พัฒนาการศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์. ถ่าย
เอกสาร.
- ดุษฎีทัศน์ พีชมงคล. (2543). ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตร
เดบิตของผู้เป็นสมาชิก. สารนิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย จำกัด. (2528). บัตรเครดิต : เงินในทศวรรษนี้และทศวรรษต่อ
ไป. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย.
- รังสิน สิบแสง. (2534, ตุลาคม – ธันวาคม). "บรรณาธิการแถลง". บัตรเครดิต. ปีที่ (ฉบับที่) : 2.
- เรืองอุไร ศรีนิลทา. (2539). การจัดการทรัพยากร. ชุมติวิชาคหกรรมศาสตร์ทั่วไป หน่วยที่ 8-15.
กรุงเทพฯ : เอกสารการสอนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5.
กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2521). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : กองวิจัยการศึกษา สำนัก
งานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ศุกร เสรีรัตน์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ดอกหญ้า.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2538). ธุรกิจบัตรเครดิต. หน้า 13 กรุงเทพฯ.
- เศรษฐกิจวิเคราะห์. ธุรกิจบัตรเครดิต. (2542, มีนาคม). กรุงเทพฯ.
- สุนิมิต ประทีปเสน. (2535). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารโฆษณาส่งเสริมสังคมกับ
พฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร

- สุมนา จุติพงษ์รักษา. (2537). เหตุผลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- สุเมธ กนกคีชรินทร์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, นางสุนิสา ทองวิจิตร เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่ฝ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน). เมื่อ 30 มิถุนายน 2545.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2530). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ 1-5.
- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2521). พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิรดี นิตุธร. 2539. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครดิตของคณรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉรา เกรียงไกรสกุล. (2529). การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงิน. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- Yamane,Taro. (1967). *Statistic: An Introductory Analysis*. New York : Harper and Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความร่วมมือ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/ 0340

วันที่ 13 มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นต่อบัณฑิตศึกษาคารกสิกรไทยของลูกค้ายาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพียรุ ลิ่มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์ พันธุ์มณี เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัณฑิตศึกษาคารกสิกรไทยของลูกค้ายาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ทม 1012/0338



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

13 มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้จัดการสาขาเพชรบุรี ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731



ที่ ทม 1012/ ๐33๔

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

13 มกราคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้นำทีมขาย ศูนย์สินค้าเชื้อวิถีธุรกิจเพชรบุรี ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม ให้ นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

ที่ ทม 1012/ 3698



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙ เมษายน 2546

เรื่อง ขอกความอนุเคราะห์เพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาเพชรบุรี ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอให้ประชาชนทั่วไปที่ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 50 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในระหว่างเดือนเมษายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอกความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ทม 1012/ 3071



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

17 มีนาคม 2546

เรื่อง ขออนุญาตเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี" โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ลูกค้าที่ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จำนวน 150 คน ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัณฑิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ในระหว่างเดือนมีนาคม 2546

จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตให้ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสุนิสา ทองวิจิตร ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ทม 1012/3699

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๙ เมษายน 2546

เรื่อง ขอลำานวนผู้ถือบัตรเครดิต

เรียน ผู้บริหารฝ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

เนื่องด้วย นางสาวสุนิสา ทองวจิตร นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยขอจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต VISA MASTER และ CARD ของสาขาเพชรบุรี เพื่อเป็นข้อมูลในการทำสารนิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสุนิสา ทองวจิตร ได้ข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

หะวานนท์

(รองศาสตราจารย์นภกรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

โทรสาร. 02-258-4119

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.อารี พันธุ์มณี | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร |
| 2. นายอุดมศักดิ์ รุ่งราตรี | ผู้จัดการสาขา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาเพชรบุรี |
| 3. นายเสกสรร เกษตรสวัสดิ์ | ผู้นำทีมขาย ศูนย์สินเชื่อวิสาหกิจเพชรบุรี |

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ขอความกรุณาท่านตอบให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง ตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด และโปรดกรุณาตอบทุกข้อ
- ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ การเสนอผลกระทำโดยส่วนรวมเพื่อจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในโอกาสต่อไป

แบบสอบถาม
ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้า
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ใน ☐ หน้าคำตอบ(เลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว)

1. เพศ

☐ 1.1) ชาย	☐ 1.2) หญิง
-----------------------------------	------------------------------------
2. อายุ

☐ 2.1) 20 – 30 ปี	☐ 2.2) 31 – 40 ปี
☐ 2.3) 41 ปีขึ้นไป	
3. อาชีพ

☐ 3.1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	☐ 3.2) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
☐ 3.3) พนักงานบริษัท, เอกชน	☐ 3.4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 4.1) 10,000 – 20,000 บาท	☐ 4.2) 20,001 – 30,000 บาท
☐ 4.3) 30,001 บาทขึ้นไป	
5. ประเภทบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่เป็นสมาชิกอยู่

☐ 5.1) บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
☐ 5.2) บัตรวีซ่า
☐ 5.3) บัตรมาสเตอร์การ์ด
6. ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยเฉลี่ยต่อเดือน

☐ 6.1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
☐ 6.2) 5,001 – 10,000 บาท
☐ 6.3) 10,001 บาทขึ้นไป
7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

☐ 7.1) ต่ำกว่า 1 ปี
☐ 7.2) 1 – 2 ปี
☐ 7.3) 3 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย
จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี

โปรดตอบคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยในแต่ละข้อโดยระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ 1	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ 2	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ 3	คะแนน
เห็นด้วยมาก	เท่ากับ 4	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ 5	คะแนน

คำถามสำหรับผู้ที่ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดเพชรบุรี

รายละเอียด ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี	ระดับความเหมาะสม				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ของบัตร					
1. การออกแบบบัตรมีความทันสมัยสวยงาม					
2. ตัวอักษรบนบัตรเครดิตสามารถอ่านได้ง่าย					
3. จำนวนสถานธุรกิจ/ ร้านค้า ที่รับบัตร					
4. สัญลักษณ์ ยินดีรับบัตรเครดิตกสิกรไทย สามารถมองเห็นได้อย่างเด่นชัด					
5. สามารถชำระค่าใช้จ่ายประจำเดือนอัตโนมัติ เช่น ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น					
6. สามารถซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ได้					
7. สิทธิพิเศษในการสมัครบัตรเสริม					
8. การขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อการเดินทาง ไปต่างประเทศ					
9. สิทธิในการรับบริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉิน					
10. การได้รับส่วนลดเมื่อชำระค่าใช้จ่ายกับร้าน ค้าสถานที่รับบัตรที่ร่วมรายการ					
11. สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ					
12. สิทธิในการได้รับนิตยสารสำหรับสมาชิก					

รายละเอียด ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี	ระดับความเหมาะสม				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
13.บริการ Applause สิทธิพิเศษ เพื่อความ บันเทิง					
ด้านความสะดวกในการชำระเงิน					
1. มีสถานที่ให้บริการที่สะดวกในการชำระเงิน					
2.การชำระเงินสามารถเลือกชำระเงินได้หลายวิธี					
3. การชำระค่าบัตรเครดิตกำหนดชำระขั้นต่ำ 1,000 บาท					
4. รอบเวลาการชำระเงินนานถึง 45 วัน					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1.การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ กิจกรรม ส่งเสริมการขายจากสื่อโฆษณา เช่น หนังสือ พิมพ์, นิตยสาร, ป้ายโฆษณา					
2. ความชัดเจนของข้อมูลบัตรเครดิตธนาคาร กสิกรไทยจากสื่อโฆษณา					
3. การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษกิจ กรรมส่งเสริมการขายจากเอกสารที่บริษัท จัดส่งให้พร้อมใบเรียกเก็บเงิน					
4.การอำนวยความสะดวกของพนักงานขาย บัตรเครดิต					
5.ความสุภาพ อ่อนน้อมของพนักงานขายบัตร เครดิต					
6. การจัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม					
7. ความสะดวกในการแลกของรางวัล					
8. ความสะดวกในการซื้อคะแนนสะสม					
9.การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตธนาคารกสิกรไทย(TFB value choice)					
10.การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า					
11.การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมรายปี เป็น ระยะเวลา 1 ปี					

รายละเอียด ความคิดเห็นต่อบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี	ระดับความเหมาะสม				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ด้านการบริการทั่วไป					
1.การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาด					
2.การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตประเภทใหม่ ๆ					
3.การแจ้งจำนวนคะแนนสะสมในใบเรียกเก็บเงิน					
4.ความรวดเร็วในการแจ้งค่าใช้จ่ายใบเรียกเก็บเงิน					
5.ความถูกต้องในการแจ้งค่าใช้จ่ายในใบเรียกเก็บเงิน					
6.ความสะดวกในการติดต่อเจ้าหน้าที่ทางโทรศัพท์					
7.การให้บริการจากเจ้าหน้าที่					

ส่วนที่ 3 : แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ _____

2. ด้านความสะดวกในการชำระเงิน _____

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด _____

4. ด้านการบริการทั่วไป _____

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ได้สละเวลาในการให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ

ภาคผนวก ง
ภาพตัวอย่างบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

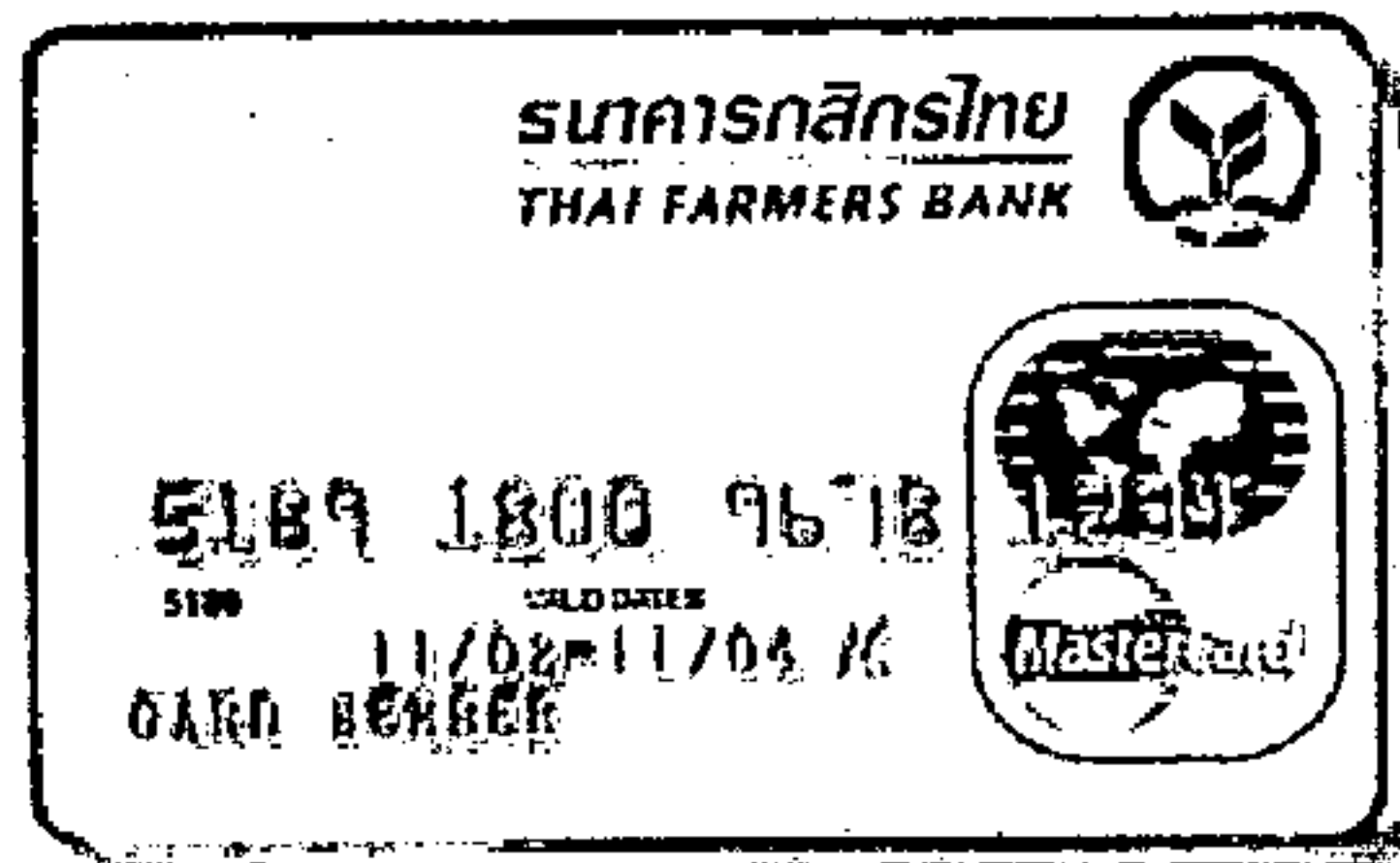
ภาพประกอบบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทย
THAI FARMERS BANK จำกัด

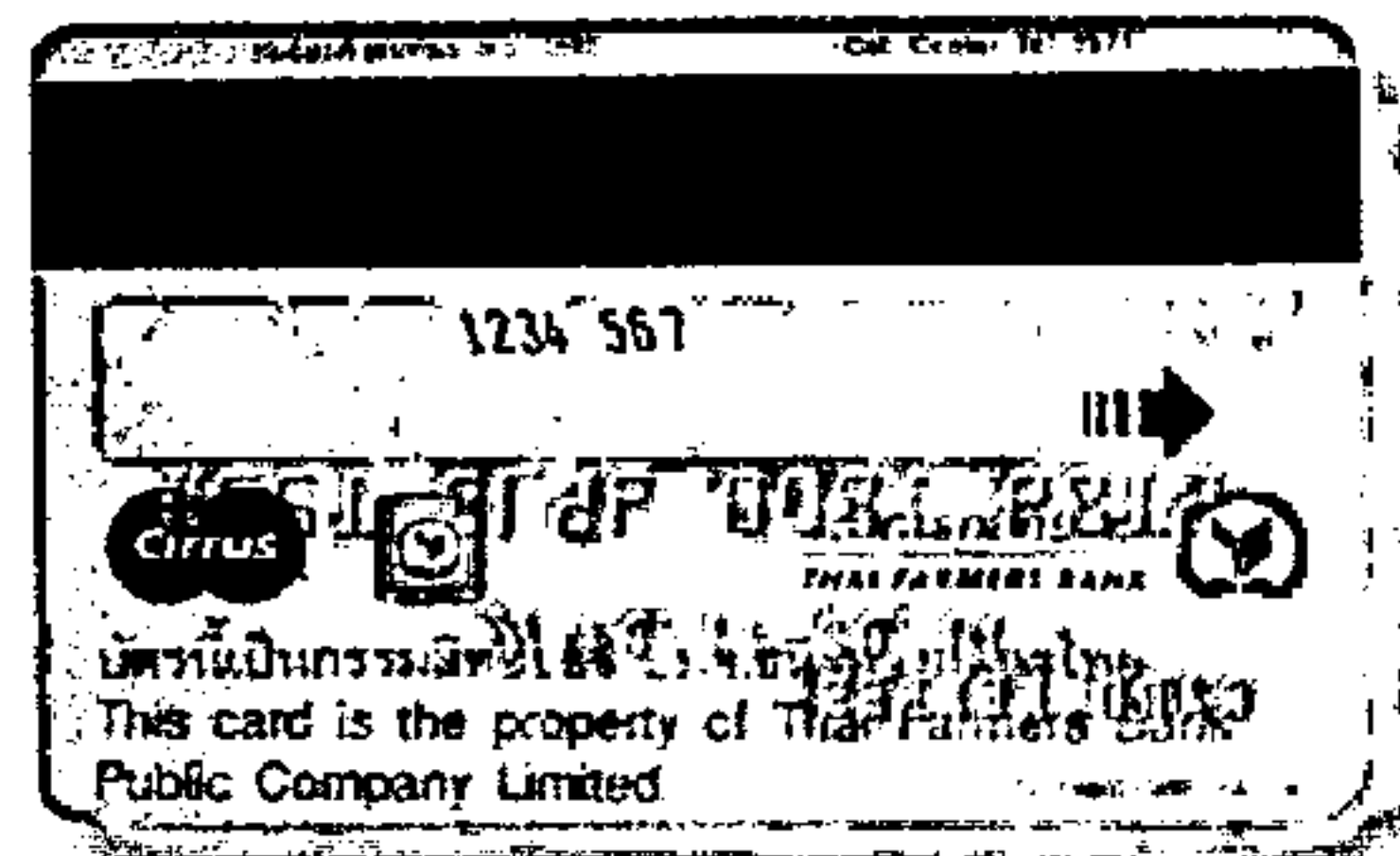


ตัวอย่างบัตรเครดิต TFB-MASTERCARD

ด้านหน้า



ด้านหลัง

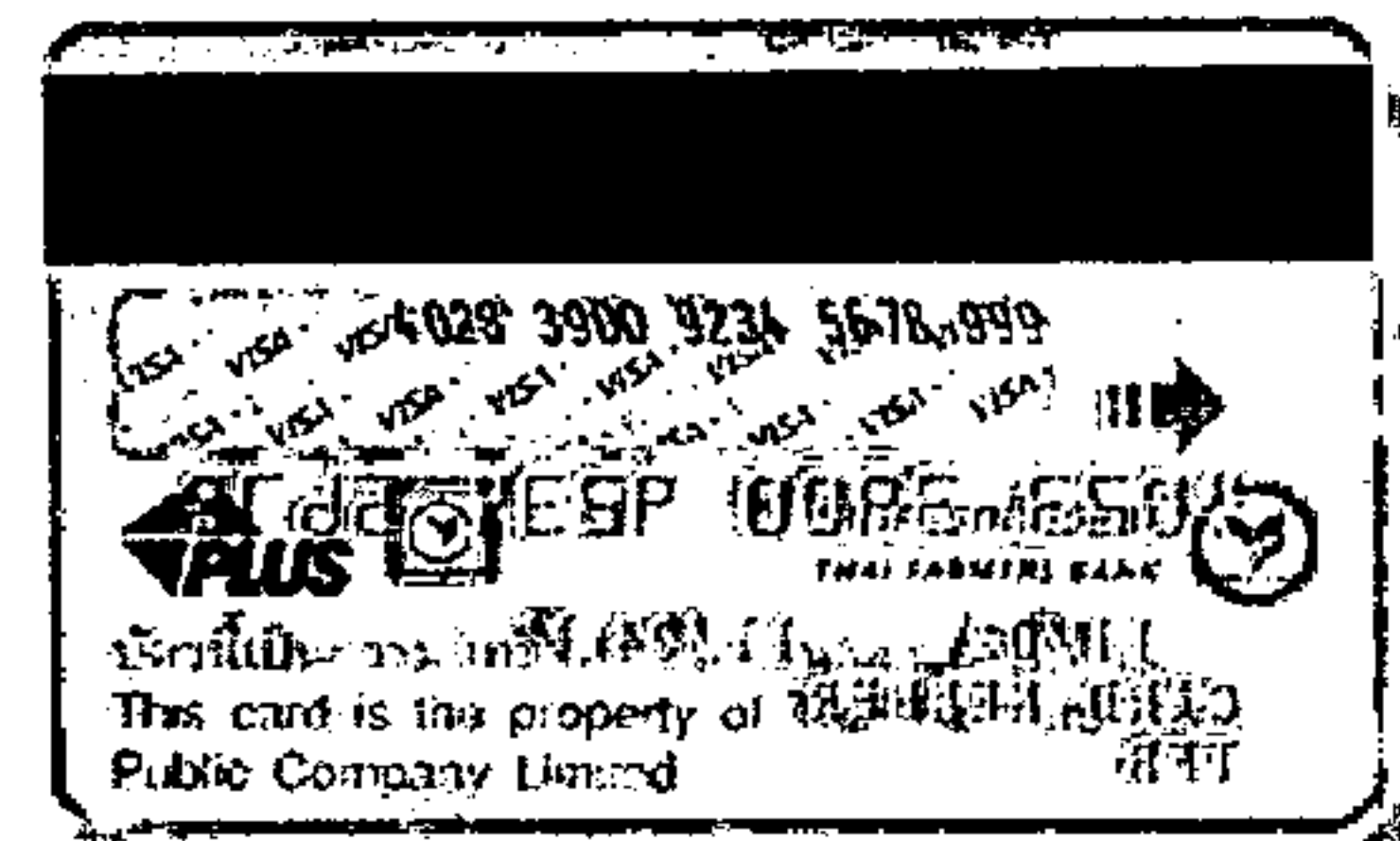


ตัวอย่างบัตรเครดิต TFB-VISA รูปแบบใหม่

ด้านหน้า

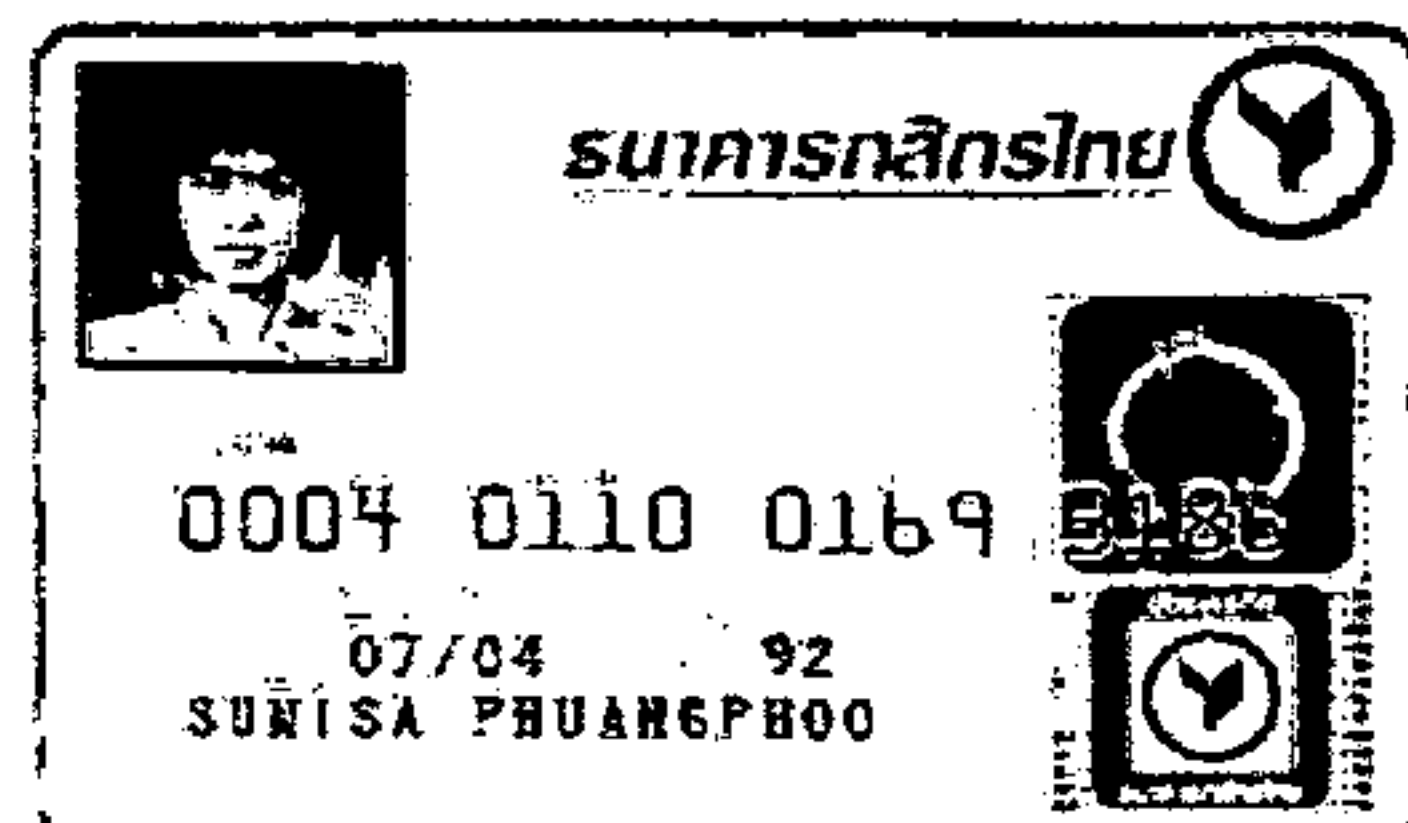


ด้านหลัง

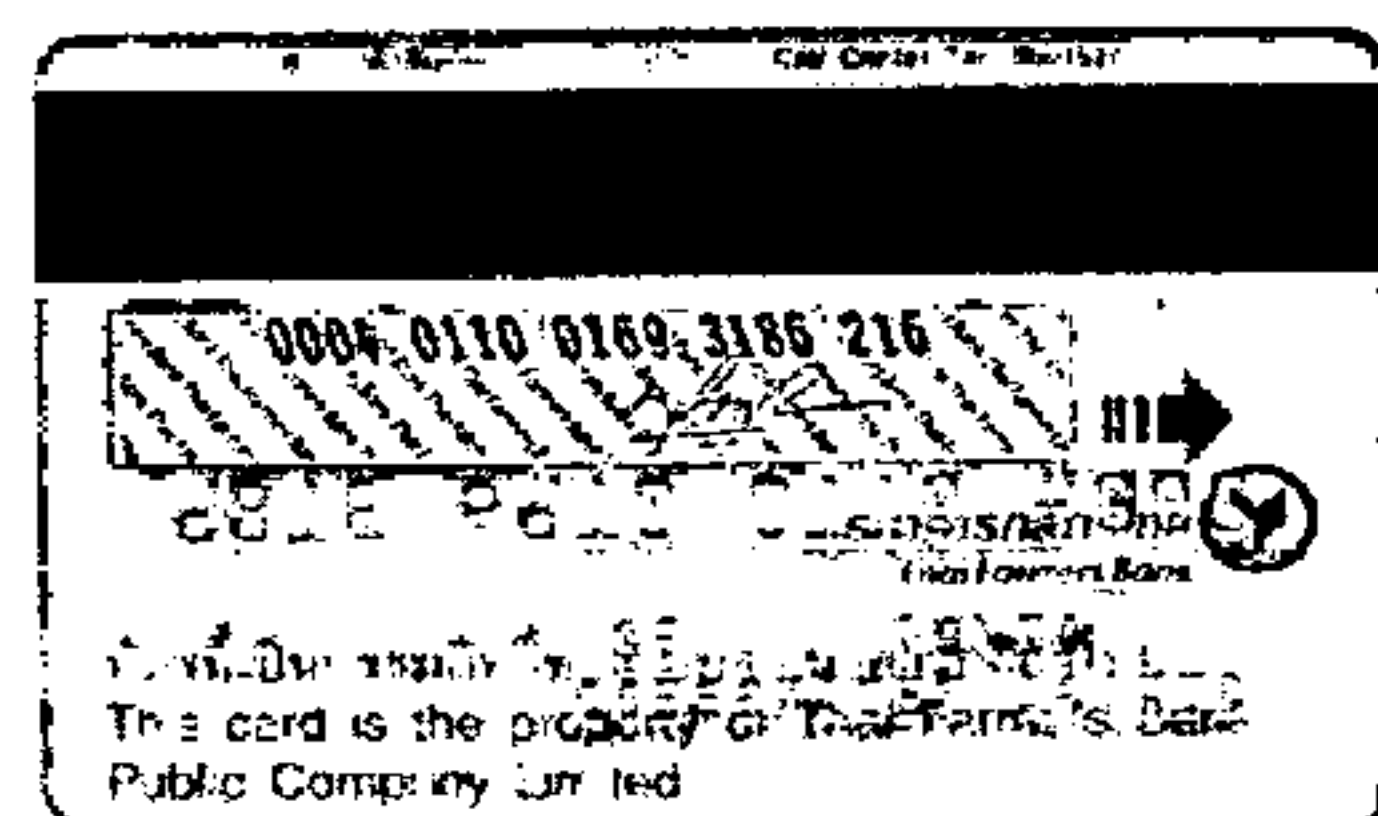


ตัวอย่างบัตรเดบิต TFB

ด้านหน้า



ด้านหลัง



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ – สกุล	นางสุนิสา ทองวิจิตร
วันเดือนปีเกิด	เมษายน 2511
สถานที่เกิด	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	20/1 ซอยทรัพย์สิน 4 ถนนราชวิถี ตำบลคลองกระแซง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ธนกรสาขาสัมพันธ์ พนักงานชั้นกลาง
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาเพชรบุรี 18/15 ถนนสุนทรวิจิตรไชย ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2526	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2529	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ. 2531	ประโยควิชาชีพเทคนิค(ปวท.) การบัญชี วิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี
พ.ศ. 2533	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2546	การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ