

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์
ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Marketing Mix influences on Commercial Bank Credit Card Selection
in Hatyai District, Songkhla

เสาวณีย์ แก้วพลอย Saowanee Kaewploy¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-test) ทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านราคา และมีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 54.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, บัตรเครดิต, ธนาคารพาณิชย์

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) วิชาเอกบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The objectives of the research aimed to 1) identify the personal factors which affecting the commercial bank credit card selections in Hatyai district area and 2) to investigate the 7Ps marketing mix which influences the commercial bank credit card selection in Hatyai. Samples were 400 commercial banks credit card holders from across Hatyai district. The statistical analysis tools were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test F-test with One Way ANOVA, and multiple regression analysis.

The finding revealed that, in the overview, marketing mix had a significant effect on the commercial bank credit card selection. The in-depth analysis showed that the credit card selection was strongly affected by the physical evidence followed by place, product, people, promotion, process, and price, respectively. Also, the safety of the commercial bank credit card was the major concern followed by information and quality of the service. Moreover, samples that differ in gender and educational background reflected levels of perspective on commercial bank credit card selection as a statistically significant level at .05. Apart from these, the 7Ps marketing mix forecasted 54.4 percent of the commercial bank credit card selections in Hatyai district as a statistically significant level at .01. The statistically significant variables are physical evidence, people, and process.

Key Words: Marketing Mix, Credit Card, Commercial Bank

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบัตรเครดิตที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญจนเป็นที่ยอมรับในสังคมปัจจุบันและยังได้รับความนิยมมากขึ้น ถือได้ว่าบัตรเครดิตมีส่วนช่วยในการส่งเสริมและพัฒนาสังคมในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างมาก สังเกตได้ว่าในสังคมปัจจุบันบัตรเครดิตได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของผู้คน จนเป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งพิจารณาได้จากจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และปริมาณ ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (พรประภา โกตถา, 2561) ธุรกิจบัตรเครดิตนอกจากจะมีบทบาทมากขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับและยังได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบันแล้ว ยังถือได้ว่ายังมีส่วนช่วยส่งเสริมพัฒนาการในด้านต่าง ๆ ในสังคม ช่วยยกระดับสถานะทางการเงินการธนาคารของประเทศได้อีกด้วย รวมไปถึงความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนหรือผู้ถือบัตรเครดิตนั้น (จำลองรุ่ง เกตุสิงห์สร้อย, 2556) จะเห็นว่ามีโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของร้านค้า ที่มีการเชิญให้ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ ได้เข้าร่วมกิจกรรมรับส่วนลดจากห้างร้าน หรือร้านค้า โดยส่วนลดอาจจะเป็นในรูปแบบของส่วนลดเงินสดจากราคาสินค้า หรือเงินสดคืนเข้าบัญชีบัตรเครดิต เป็นต้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของบัตรแต่ละประเภทจะกำหนดไว้ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกมากขึ้น จึงส่งผลให้ธนาคารต่างๆ มีการแข่งขันกันมากขึ้น (ปริญานารถ ลายคราม, 2558)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง

แก้ไข รวมถึงการวางนโยบายด้านการตลาดเพื่อการวางกลยุทธ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ถือหรือผู้ใช้บัตรเครดิต ได้อย่างถูกต้องและเป็น การช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ และความมั่นคงของสถาบันการเงินและธนาคารของประเทศได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการถือบัตรเครดิต มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษามุ่งเน้นเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านความปลอดภัย

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีทั้งหมด 10 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) และธนาคาร ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 558,197 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ ธนาคารพาณิชย์ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้ง 10 ธนาคาร

4. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการวิจัย รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ในระหว่างเดือนกันยายน – ธันวาคม 2563 โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม 2 สัปดาห์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

พัฒนา ศิริโชคบัณฑิต (2558) กล่าวว่า การบริการผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ คือ ไม่สามารถที่จะจับต้องได้ ไม่สามารถแยกแยะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้ ซึ่งจะต้องมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดบริการมาปรับใช้เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบด้วย ปัจจัย 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านคุณภาพการให้บริการ

วิณะ เพชรสุวรรณ (2555) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการที่เป็นเลิศ ตรงกับความต้องการ หรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดี คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่กำหนดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภค

ด้านข้อมูลข่าวสาร

วิทยา จารุพงศ์โสภณ (2557) ได้กล่าวถึงแนวคิดการเปิดรับข้อมูลข่าวสารไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 2) ความสนใจ จะต้องทำให้สื่อโฆษณานั้นมีความน่าสนใจ 3) ความเข้าใจ 4) การยินยอม 5) ความตั้งใจ 6) การปฏิบัติจริง

ด้านความปลอดภัย

นุชนาฏ คุ้มทรัพย์ (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตแบบสมาร์ตการ์ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความปลอดภัยจากการถูกปลอมแปลงบัตร เป็นสิ่งที่ลูกค้าคำนึงถึงมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทงศักดิ์ จิรวัดนวิจิตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในภาพรวม อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการในการทำงาน ด้านพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการทางกายภาพ และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา: ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ศรวรรณ มาลาลอย (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า การตั้งสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน

กนกวรรณ ปัญญาชนพัฒน์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานง่าย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

รัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ในด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านข้อมูล ข่าวสาร และด้านความปลอดภัย ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บัตรเครดิตในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากทุกด้าน ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีสถานภาพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการเลือกใช้บัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

จุฑารัตน์ อำนวยวุฒิกุล (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา มาบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ผลการศึกษา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ค่าธรรมเนียม ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา ของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

พรประภา โกดตา (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

พัชรี กังสดาลโหมยิต (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีทั้งหมด 10 ธนาคาร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 558,197 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้ง 10 ธนาคาร โดยใช้สูตร Yamane (1967 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยขั้นตอนการได้ตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 36 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักการแนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชาการต่างๆ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ของธนาคารต่างๆ ของผู้ใช้บริการ แล้วนำมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาภายใต้ขอบข่ายของการวิจัย วัตถุประสงค์ การวิจัย และนิยามศัพท์

2. สร้างแบบสอบถามและเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านบัตรเครดิต จำนวน 3 ท่าน ประทับด้วย

2.1 นางสาวชนกพร เชียงทอง ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน)

2.2 นางสาวจิราพรรณ บุญช่วย ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน)

2.3 นางสาวนิตา โทศุบ ตำแหน่ง ผู้จัดการอาวุโส บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน)

3. ผู้วิจัยนำผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC ซึ่งแต่ละข้อจะต้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป ซึ่งถือเป็นที่ยอมรับได้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาครั้ง เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และให้คำแนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มที่เป็นผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตโดยมีมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหา ค่าความเชื่อมั่น ด้วยการวัดความคงที่ภายใน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ซึ่งผลการทดสอบ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ .979 ส่วนแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ .970 และโดยรวมทั้งฉบับ ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ .985 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ทั้ง 10 ธนาคาร ในเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลบริเวณในและนอกธนาคาร ตามเวลาทำการโดยแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา 09.00 – 12.00 น. และ 13.00 – 15.30 น. ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ พร้อมทั้งรื้อรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. ประเมินระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การเปรียบเทียบระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-Test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และหากมีความแตกต่างให้ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.00 โดยมีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 45.25 ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.25 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.25
2. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และเมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.12$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.06$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.02$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.02$) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.94$) ตามลำดับ

3. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.11$) และด้านคุณภาพการให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$) ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังตาราง 2

ตาราง 1

การเปรียบเทียบระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ($n=400$)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์			โดยรวม
	ด้านคุณภาพการให้บริการ	ด้านข้อมูลข่าวสาร	ด้านความปลอดภัย	
เพศ	2.354*	1.189	1.143	1.817*
อายุ	2.464	1.134	.224	1.293
สถานภาพ	2.179	.744	.431	1.348
ระดับการศึกษา	2.117	3.440*	1.696	2.907*
อาชีพ	.455	2.264	.589	.953
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.182	1.355	.016	.560

หมายเหตุ * $p < .05$

จากตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังตาราง 1

ตาราง 2

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (n=400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	การเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์			โดยรวม
	ด้านคุณภาพการให้บริการ	ด้านข้อมูลข่าวสาร	ด้านความปลอดภัย	
Constant	.588	.904	.914	.801
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.040	.033	.051	.042
ด้านราคา (X ₂)	.033	.105*	.048	.062
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	.074	-.065	.003	.004
ด้านส่งเสริมการตลาด (X ₄)	.065	.125*	.042	.078
ด้านบุคลากร (X ₅)	.173*	.187*	.232*	.197*
ด้านกระบวนการ (X ₆)	.212*	.170*	.159*	.181*
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₇)	.234*	.235*	.250*	.239
F Test	41.661	42.358	29.653	66.702
R ²	.427	.431	.346	.544
Adjusted R ²	.416	.420	.335	.535

หมายเหตุ *p < .05 (ตัวเลขที่เห็นคือค่า B ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ)

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 54.4 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้ สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ = .801+.239X₇+.197X₅+.181X₆

หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 42.7 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = .588+.234X_7+.212X_6+.173X_5$$

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 43.1 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = .904+.235X_7+.187X_5+.170X_6+.125X_4+.105X_2$$

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 34.6 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = .914+.250X_7+.232X_5+.159X_6$$

อภิปรายผล

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของทงศักดิ์ จิรวฒนวิจิตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงเทพให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตในภาพรวม อยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่

1) ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ อำนวยวุฒิกุล (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามายาตาดุค ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมายาตาดุค ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามายาตาดุค ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมายาตาดุค ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก 2) ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของทงศักดิ์ จิรวฒนวิจิตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธนาคารกรุงเทพให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตด้านราคา อยู่ในระดับมาก 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ รัตนาภรณ์ บุญแต่ง (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ภูมิภาคศึกษา: ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่องทางจำหน่าย อยู่ในระดับมาก 4) ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของกนกวรรณ ปัญญชนพัฒน์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก 5) ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของพัชรี กังสดาล โหมยิต (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก 6) ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของพรประภา โกดตา (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ภูมิภาคศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ภูมิภาคศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของกนกวรรณ ปัญญชนพัฒน์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก

2. ระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของรัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่

1) ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของรัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ด้านคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมาก 2) ด้านข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของรัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ด้านข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมาก 3) ด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของรัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบระดับการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของศรวรรณ มาลาลอย (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของทงศักดิ์ จีรวัดมนวิจิตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำแนกตามระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ อำนวยวุฒิกุล (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ผล

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา ของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของทงศักดิ์ จิรวัดนวิจิตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม ผลการศึกษา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการเลือกถือบัตรเครดิต โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของรัสรินทร์ อินทรสมพันธ์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลสถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการเลือกใช้บริการเครดิต ธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเลือกถือบัตรเครดิต ได้ร้อยละ 54.4 ($R^2 = .544$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเลือกถือบัตรเครดิต ด้านคุณภาพการให้บริการ ได้ร้อยละ 42.7 ($R^2 = .427$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตมีการใช้วัสดุ ครุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และทันสมัย มีใบแจ้งหนี้แสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง และมีการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมอยู่เสมอ ลักษณะที่สำคัญเหล่านี้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตได้เป็นอย่างดี

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเลือกถือบัตรเครดิต ด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 43.1 ($R^2 = .31$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตมีการใช้วัสดุ ครุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และทันสมัย มีการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมอยู่เสมอ มีใบแจ้งหนี้แสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง และมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายลักษณะที่สำคัญเหล่านี้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของผู้ใช้บริการได้ดีที่สุด

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถร่วมกันพยากรณ์ การเลือกถือบัตรเครดิต ด้านคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 34.6 ($R^2 = .346$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตมีการใช้วัสดุ ครุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และทันสมัย มีการจัดฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมอยู่เสมอ และการมีใบแจ้งหนี้แสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง ลักษณะที่สำคัญเหล่านี้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา บัตรให้มีความแข็งแรง ทนทาน อัตราดอกเบี้ยเงินคืนให้กับสมาชิกให้สูงกว่าที่เป็นอยู่ บัตรเครดิตให้สามารถใช้ได้ในต่างประเทศ เพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ เพิ่มสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ บ้าง พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีการบริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ลำเอียง ปรับระยะเวลาการอนุมัติบัตรเครดิตให้เร็วกว่าเดิม สถานที่ให้บริการให้มีความสะอาด เรียบร้อย ปรับปรุงระบบการให้บริการ โดยให้สามารถติดต่อ Call center ได้ตลอดเวลา การนำคะแนนสะสมมาใช้ได้ เพื่อเป็นส่วนลดสำหรับลูกค้าในการใช้จ่ายครั้งต่อไปได้ มีระบบแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคในการใช้จ่ายเงินของประชาชนปัจจุบัน เพื่อทราบทิศทางทางธุรกิจบัตรเครดิต และแนวโน้มการทำตลาดในอนาคต
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก โดยเฉพาะกับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตัดสินใจสมัครบัตรเครดิตเพื่อจะได้ทราบถึงเหตุผลที่แท้จริง ในการตัดสินใจไม่สมัครบัตรเครดิต

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ปัญญาชนพัฒน. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระบริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฬารัตน์ อำนวยวุฒิกุล. (2560). *การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพูดของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี.
- จำลองรุ่ง เกตุสิงห์สร้อย. (2556). *ปัจจัยที่กำหนดความต้องการถือบัตรเครดิตเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาบัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเพื่อความมั่นคง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ทองศักดิ์ จิรวฒนวิจิตร. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุชนาถ คุ่มทรัพย์. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตแบบสมาร์ตการ์ดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย รามคำแหง.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

- ปริญานารถ ลายคราม. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรประภา โทตธา. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (PROCEEDINGS) การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2561.** (หน้า 42-51).
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. (2555). **รายงานการวิจัย เรื่องการศึกษาการเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีความเหมาะสมกับองค์กรธุรกิจไทย**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนสุนันทา.
- พัชรี กังสดาลโฆษิต. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้บัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา**. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รัตนภรณ์ บุญแต่ง. (2557). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา:ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วัฒน์ เพชรสุวรรณ. (2555). **มิตินคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับรอง ระบบคุณภาพ HA และ JCI ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2557). **กลยุทธ์การบริหารแบรนด์**. กรุงเทพฯ: แพลน พรินต์ติ้ง.
- รัสรินทร์ อินทรสมพันธ์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ สาขานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศรวรรณ มาลาลอย. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.