

**ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย :
ศึกษาเฉพาะผู้มาใช้บริการที่ ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ**

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวปรางทอง สุวิสิทธิ์

**เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ**

ตุลาคม 2546

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.8342

ป442ป

ร.3

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย :
ศึกษาเฉพาะผู้มาใช้บริการที่ ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวปรางทอง สุวิสิษฐ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ตุลาคม 2546

76 ส.ย. 2547

ปรางทอง สุวิสิทธิ์. (2546). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. พนิต กุลศิริ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่จะได้จากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการตลาด และพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ในด้านระยะเวลาการถือครองบัตร ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง และสถานที่ใช้บัตร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ จำนวน 462 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกันด้วยวิธี LSD(Least Significant Difference) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. ด้านพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรโดยเฉลี่ย 38.09 เดือน ส่วนใหญ่นิยมถือบัตรเครดิต 2 ใบ และใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ยอดการใช้จ่ายผ่านเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

3. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มี ดังนี้

3.1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีเพียงสิทธิพิเศษในการทำบัตรเสริมโดยไม่จำกัดจำนวน และสิทธิในการกำหนดวงเงินในการใช้บัตรเสริมได้เองเท่านั้นที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง นอกจากนั้นให้ระดับความสำคัญมาก

3.2 ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตจะให้ความสำคัญมากกับทุกข้อ

3.3 ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตจะให้ความสำคัญมากกับทุกข้อเช่นเดียวกัน

**FACTORS AFFECTING BEHAVIOR OF KASIKORN BANK'S CREDIT CARD'S
HOLDERS : A STUDY OF CUSTOMERS OF KASIKORN BANK, BANGSUE BRANCH**

**AN ABSTRCT
BY
MISS PRANGTHONG SUVISITH**

**Presented in partial fulfillment of requirement for the Master of Business
Administration in Management At Srinakharinwirot University
October 2546**

Prangthong Suvisith. (2003). *Factors affecting behavior of Kasikorn Bank's Credit Card's Holders : A Study of customers of Kasikornbank, Bangsue Branch*. Master's project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Panid Kulsiri.

This study aimed to investigate factors affecting behavior of Kasikorn Bank credit card holders. The study selected only clients of Bangsue branch. Variables included personal data, i.e., gender, marital status, education level, income and occupation ; marketing mix in relation to characteristics and benefits, interest and fee, promotion and behavior of Kasikorn Bank's credit card holders in terms of card holding duration, amount of expense, number of credit cards holding and place of expenditure.

The sample comprised 462 Kasikorn Bank's credit card members who contacted the branch. Questionnaire was used as the instrument to collect data. Statistics that were used to analyze data included percentage, frequency, mean, standard deviation, t-test, ANOVA, Least Significant of difference test, Pearson coefficient correlation and multiple regression analysis.

The results were as follows :

1. Most of respondents were female with age of 26-35 years old, single, had undergraduate degree, earned 15,001-30,000 baht/month and were employee in private offices.

2. Most of the credit card holders had duration of card holding about 38.09 months. Most of them held 2 cards and used them to buy consumer goods in the department store and supermarket. The average amount of money spending per month was below or equal to 15,000 baht.

3. The marketing mix affecting behavior of Kasikorn Bank credit card holders were as follows :

- 3.1 Most of the credit card holders concerned about characteristics and accountability at high level when considered each aspects, the credit card holders concerned about the privilege of unlimited extra card and right of self budgeting on extra card at moderate level, whereas the credit card holders concerned about other aspects at high level.

- 3.2 Most of the credit card holders concerned about interest rate and fee at high level.

- 3.3 Most of the credit card holders concerned about promotion at high level.

4. Difference gender affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding, the amount of money spending and place of expenditure at the statistical significant level of 0.05. However, there was no difference of the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the number of credit card holding.

5. Difference age affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior at the statistical significant level of 0.05

6. Difference marital status affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding, the amount of money spending per month and the number of credit card holding at the statistical significant level of 0.05. However, there was no difference of the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the place of expenditure.

7. Difference education affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding, the amount of money spending per month and the number of credit card holding at the statistical significant level of 0.05. However, there was no difference of the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the place of expenditure.

8. Difference income affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding, the amount of money spending per month and the number of credit card holding at the statistical significant level of 0.05. However, there was no difference of the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the place of expenditure.

9. Difference occupation affected on the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the amount of money spending per month, the number of credit card holding and the place of expenditure at the statistical significant level of 0.05. However, there was no difference of the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding.

10. Card characteristics and accountability had relationship with the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the amount of money spending per month and the number of credit card holding at the statistical significant level of 0.05. However, there was no relationship with the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding and the place of expenditure.

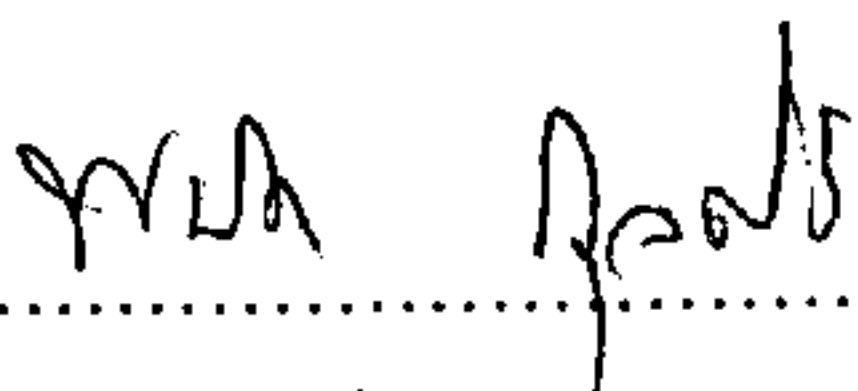
11. Interest rate and fee had relationship with the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding and the amount of money spending per month at the statistical significant level of 0.05. However, there was no relationship with the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the number of credit card holding and the place of expenditure.

12. Promotion had no relationship with the Kasikorn Bank credit card holders behavior.

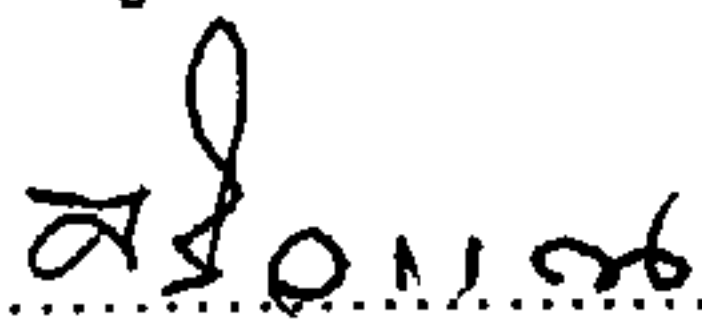
13. The marketing mix can predict the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of the amount of money spending per month and the number of credit card holding at the statistical significant level of 0.05. However, the marketing mix can't predict the Kasikorn Bank credit card holders behavior in the aspect of duration of card holding.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร.พนิท กุลศิริ)

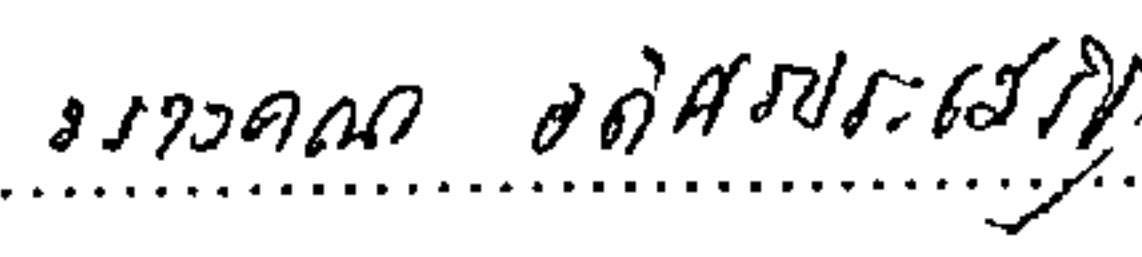
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

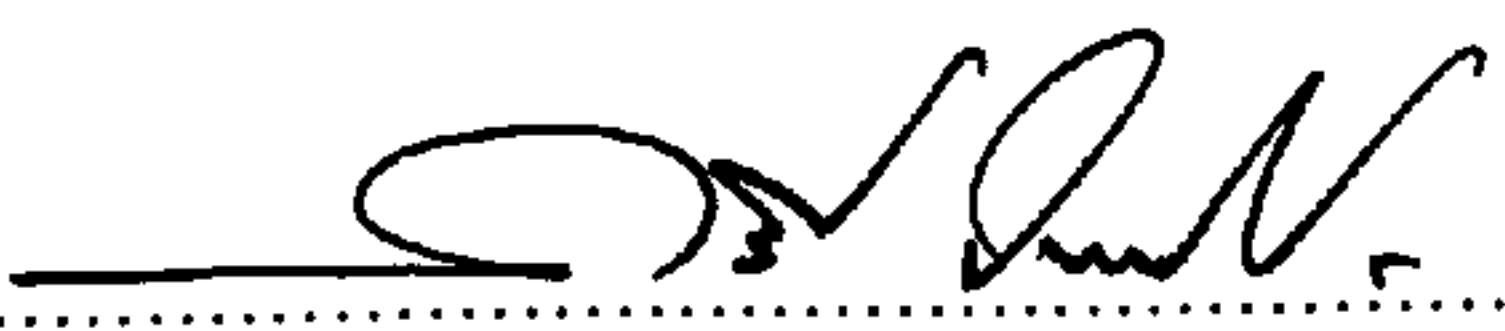
คณะกรรมการสอบ


..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.พนิท กุลศิริ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยดา สมบัติวัฒนา)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อ.ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยดา สมบัติวัฒนา และอ.ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อการปรับปรุงเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้เพื่อประยุกต์ใช้กับการทำงานและดำรงชีพต่อไปในอนาคต

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ และสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยทุกท่านที่อนุเคราะห์ให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถาม

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่ ๆ เพื่อน ๆ MBA สาขาการจัดการทุกท่านที่เป็นกำลังใจให้ความช่วยเหลือแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดา และบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอนข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

ปรางทอง สุวิสิทธิ์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
	ความสำคัญของการวิจัย.....	2
	ขอบเขตของการวิจัย.....	2
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	2
	ตัวแปรที่จะศึกษา.....	2
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
	สมมติฐานในการวิจัย.....	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
	ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด.....	10
	บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย.....	13
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3	วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	19
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	19
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	20
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	21
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	72
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	72
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	73

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ)	
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	73
การเก็บรวบรวมข้อมูล	74
สรุปผลการศึกษาดังกล่าว	76
การอภิปรายผล	82
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	85
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	89
ภาคผนวก ก	96
ภาคผนวก ข	93
ภาคผนวก ค	112
ภาคผนวก ง	115
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	117

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและค่าธรรมเนียมทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
2	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด	31
3	แสดงจำนวนและร้อยละพฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	33
4	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	35
5	แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามเพศ	36
6	แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้าน สถานที่ใช้บัตรตามเพศ	37
7	แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามอายุ	38
8	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครอง บัตรที่มีอายุแตกต่างกัน	39
9	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตโดยเฉลี่ยที่มีอายุแตกต่างกัน	40
10	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่มีอายุแตกต่างกัน	41
11	แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ ใช้บัตรตามอายุ	40
12	แสดงผลการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตาม สถานภาพสมรส	42
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครอง บัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	43
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตโดยเฉลี่ยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	44
15	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	45

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรตามสถานภาพสมรส.....	45
17 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามระดับการศึกษา.....	46
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	47
19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	48
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน.....	49
20 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรตามระดับการศึกษา.....	50
21 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามรายได้ต่อเดือน.....	51
22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน.....	52
23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน.....	52
24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน.....	53
25 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรตามรายได้ต่อเดือน.....	55
26 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามอาชีพ.....	56
27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่มีอาชีพแตกต่างกัน.....	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน.....	58
29	แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ ใช้บัตรตามอาชีพ.....	59
30	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ที่ได้รับจากบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย.....	60
31	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ที่ได้รับจากบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้าน สถานที่ใช้บัตร.....	61
32	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย.....	62
33	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่า ธรรมเนียมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้าน สถานที่ใช้บัตร.....	63
34	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย.....	64
35	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร.....	65
36	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการ ตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะ เวลาในการถือครองบัตรเครดิต.....	66
37	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการ ตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอด การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	67
38	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการ ตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวน บัตรเครดิตที่ถือครอง.....	68
39	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตร เครดิตที่ถือครอง โดยใช้วิธี Multiple Regression.....	69
40	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	70

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 Model of Buyer Behavior	8
2. Factors Influencing Behavior	9
3. The Four Ps of the Marketing Mix	11

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในระยะแรกการค้าขายเป็นการนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (Barter system) เนื่องจากในขณะนั้นยังไม่มีสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ต่อมาการค้าขายเจริญก้าวหน้าขึ้น จนทำให้การแลกเปลี่ยนสินค้าไม่คล่องตัวเท่าที่ควร จึงเริ่มนำโลหะมีค่า เช่น ทอง เงิน มาใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน เมื่อมีการใช้โลหะมีค่าดังกล่าวมากขึ้นทุกปี ปริมาณการผลิตจึงไม่เพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการได้ ทำให้มีการผลิตเหรียญกษาปณ์และธนบัตรเพื่อใช้ทดแทนโลหะที่ลดลงเป็นลำดับ ในระยะหลังธนบัตรได้เข้ามามีบทบาทและเป็นที่แพร่หลายในทุกประเทศ

โลกปัจจุบันนี้ซึ่งเป็นยุคของเทคโนโลยี ความสะดวกสบายและความรวดเร็วนับเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจและการดำเนินชีวิต การใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดจึงเป็นที่นิยมแพร่หลายในทุกระดับชั้นไม่จำกัดเฉพาะกับนักธุรกิจและผู้รายได้สูงเช่นแต่ก่อน เนื่องจากบัตรเครดิตมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับเงินมากจนกระทั่งมีการเปรียบเทียบว่าบัตรเครดิตก็คือเงินพลาสติกนั่นเอง เมื่อพิจารณาแล้วบัตรเครดิตหรือเงินพลาสติกมิได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ทดแทนเงินสดในการซื้อสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังหมายถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับจากการเป็นผู้ถือบัตรนั้น ซึ่งประเภทของบัตรเครดิตก็มีให้เลือกหลากหลายตามคุณสมบัติเฉพาะตัวของบัตรนั้น ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในทุกระดับชั้นแตกต่างกันไป (คุณีรัตน์ แวมณีวรรณ. 2539 : 1)

บัตรเครดิตได้เข้ามามีบทบาทต่อระบบการเงินของไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 โดยสถาบันการเงินทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งองค์กรต่าง ๆ ต่างก็เร่งส่งเสริมบัตรเครดิตของตนเองเพื่อที่จะครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มาก ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการบริการลูกค้าในกลุ่มของตนเอง และหวังผลตอบแทนจากค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อันเกิดจากรูกระบบบัตรเครดิต เพื่อนำมาชดเชยกับอัตรากำไรที่ลดลงเนื่องจากการแข่งขันกันระดมเงินฝากและแข่งขันกันด้านเงินกู้มากขึ้น (ภาณุรัตน์ รัตนวราหะ. 2540 : 1) จากการขยายตัวของการใช้บัตรเครดิตดังกล่าว ทำให้พฤติกรรมการบริโภคผ่านบัตรเครดิตมีจำนวนสูงขึ้น เนื่องจากผู้ออกบัตรแต่ละรายไม่ว่าจะเป็นธนาคารพาณิชย์ทั้งไทยและต่างประเทศได้ใช้กลยุทธ์การตลาดหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคใช้จ่ายโดยผ่านบัตรเครดิตของตนเอง (พลยุทธ์ ตัณฑจรรย์. 2542 : 1)

กลยุทธ์หลักที่แต่ละธนาคารนำมาใช้เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ถือบัตรนั้น นอกเหนือจากการเสนอให้ถือบัตรฟรีปีแรกแล้ว ยังมีของแถมในมูลค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 500-1,500 บาท ทันทีที่ได้รับการอนุมัติบัตร นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอจูงใจอื่น ๆ อีก เช่น ถือบัตรฟรีตลอดชีพ การรับโอนหนี้ (refinance) บัตรเครดิตจากธนาคารอื่น โดยให้ข้อเสนออัตราดอกเบี้ยต่ำพิเศษในช่วงระยะเวลา 1-3 ปี เหล่านี้ล้วนแต่กระตุ้นให้เกิดความต้องการถือบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบทั้งสิ้น การรณรงค์ให้ลูกค้าใช้บัตรเครดิต ธนาคารต้องคืนกำไรในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับผู้ถือบัตรที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตร เพื่อดึงดูดใจให้ผู้ถือบัตรเลือกใช้บัตรของตน ไม่ว่าจะเป็นการจับมือกับภาคธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการ เพื่อเสนอส่วนลด หรือสิทธิพิเศษอื่นให้กับผู้ถือบัตร และการจัดโครงการสะสมคะแนนจากยอดใช้จ่ายบัตรเพื่อแลกของรางวัล (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. 2541 : 25)

จากสภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า บัณฑิตเป็นนวัตกรรมทางการเงินที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การแข่งขันในตลาดเป็นไปอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ออกบัตรเครดิต และสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด และปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถครองใจผู้บริโภคได้ดีขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อให้ผู้ออกบัตรหรือธนาคารพาณิชย์ได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย เพื่อนำข้อมูลนี้พัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ ตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จะคัดเลือกจากสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ราย และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงมีการสำรองไว้ 20% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 77 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 462คน

การสุ่มตัวอย่างมี 2 ขั้นตอน คือ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 2) การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยการกำหนดสถานที่สุ่มตัวอย่างที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ช่วงเวลาเก็บรวบรวมตั้งแต่ 1-30 มิถุนายน 2546

3. ตัวแปรที่จะศึกษา สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ : ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

3.1.1 เพศ ซึ่งแบ่งเป็น

- 1) เพศชาย
- 2) เพศหญิง

3.1.2 อายุ ซึ่งแบ่งเป็น

- 1) ต่ำกว่า 25 ปี
- 2) 25-35 ปี
- 3) 36-45 ปี
- 4) 46 ปีขึ้นไป

3.1.3 สถานภาพสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หย่าร้าง / หม้าย

3.1.4 ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2) ปริญญาตรี
- 3) สูงกว่าปริญญาตรี

3.1.5 รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- 2) 15,001 – 30,000 บาท
- 3) 30,001 – 45,000 บาท
- 4) 45,001 – 60,000 บาท
- 5) 60,001 บาทขึ้นไป

3.1.6 อาชีพ

- 1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 2) พนักงานบริษัทเอกชน
- 3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.1.7 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่

- 1) ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้จากบัตร
- 2) ด้านอัตราดอกเบี้ย และ ค่าธรรมเนียม
- 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยวัดจาก

3.2.1 ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

3.2.2 ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

3.2.3 จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

3.2.4 สถานที่ใช้บัตรเครดิต

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย หมายถึง บัตรเครดิตซึ่งออกโดยธนาคารกสิกรไทย และเป็นบัตรหลัก ซึ่งแบ่งออกเป็นบัตรทองและบัตรเงิน โดยบัตรทองมีวงเงินใช้จ่าย 80,000 บาทขึ้นไป และบัตรเงินมีวงเงินใช้จ่าย 30,000 บาทขึ้นไป และสามารถใช้จ่ายเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น

2. ผู้ถือบัตร หมายถึง ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยซึ่งไปใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารกสิกรไทย สาขาบางชื่อ

3. ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาและอาชีพ

4. พฤติกรรมของผู้ถือบัตร หมายถึง พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยโดยวัดจาก

4.1 ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต หมายถึง ระยะเวลาการเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

4.2 ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อเดือน หมายถึง ปริมาณเงินที่ใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

4.3 จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง หมายถึง จำนวนบัตรสมาชิกที่ผู้บริโภคนับเป็นสมาชิกบัตรหลัก

4.4 สถานที่ใช้บัตร หมายถึง สถานที่ที่ผู้บริโภคชำระค่าใช้จ่ายต่อผู้ขายด้วยการใช้บัตรเครดิต ได้แก่ โรงพยาบาล ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด วัดจาก

5.1 ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์

5.1.1 คุณลักษณะ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บัตรเครดิตเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของธนาคารด้านเทคโนโลยี ความมีชื่อเสียงของธนาคารด้านคุณภาพบริการ ความมั่นคงของฐานะและการสงวนข้อมูลของลูกค้า

5.1.2 สิทธิประโยชน์ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บัตรเครดิตเกี่ยวกับสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตจะได้รับจากบัตรเครดิต ได้แก่ วงเงินที่ได้รับอนุมัติ วงเงินของบัตรเสริม จำนวนสถานที่ที่รับบัตร ความสามารถในการถอนเงินจากบัญชี การสมัครบัตรเสริม การซื้อประกันผ่านทางตู้เอทีเอ็ม วันตัดยอดใช้จ่าย

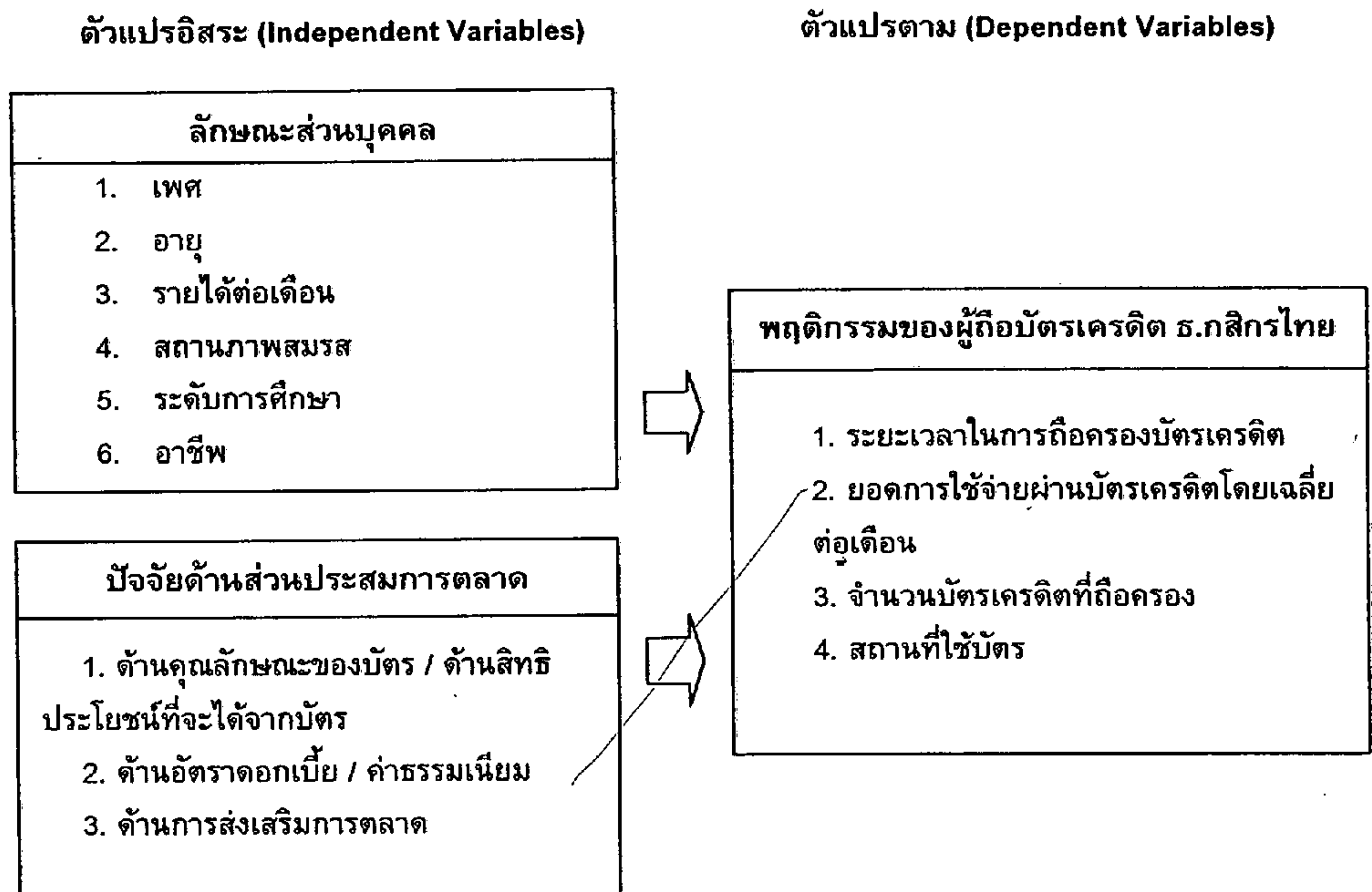
5.2 ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม

5.2.1 อัตราดอกเบี้ย หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้ถือบัตรต้องชำระแก่ธนาคารในกรณีผิดนัดชำระเมื่อครบกำหนดชำระเงิน และแผนการผ่อนชำระ

5.2.2 ค่าธรรมเนียม หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการสมัครเป็นสมาชิกบัตรแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี ทั้งบัตรหลักและบัตรเสริม ค่าธรรมเนียมในการขอใบแจ้งยอด ค่าธรรมเนียมในการขอสำเนาใบบันทึกรายการ ค่าธรรมเนียมอายุบัตรหาย

5.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่ธนาคารกสิกรไทยดำเนินการเพื่อช่วยสนับสนุนการขายสิทธิพิเศษต่าง ๆ ได้แก่ ประเภทของรางวัล การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายด้านการกุศลและด้านอื่นๆ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมบัตรเสริม สิทธิพิเศษหรือส่วนลดร่วมกับสถานประกอบการอื่น รวมทั้งการให้บริการของพนักงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
2. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
3. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
4. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
5. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
6. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
7. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

8. ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตร
เครดิตธนาคารกสิกรไทย
9. ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร
กสิกรไทย
10. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต
ธนาคารกสิกรไทย

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัย และหาข้อสรุปแนวความคิด ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
3. บัณฑิต
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายซึ่งส่วนบุคคลและครอบครัวจะเป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการสำหรับบริโภคส่วนตัว (Kotler and Armstrong. 1993 : 123)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย

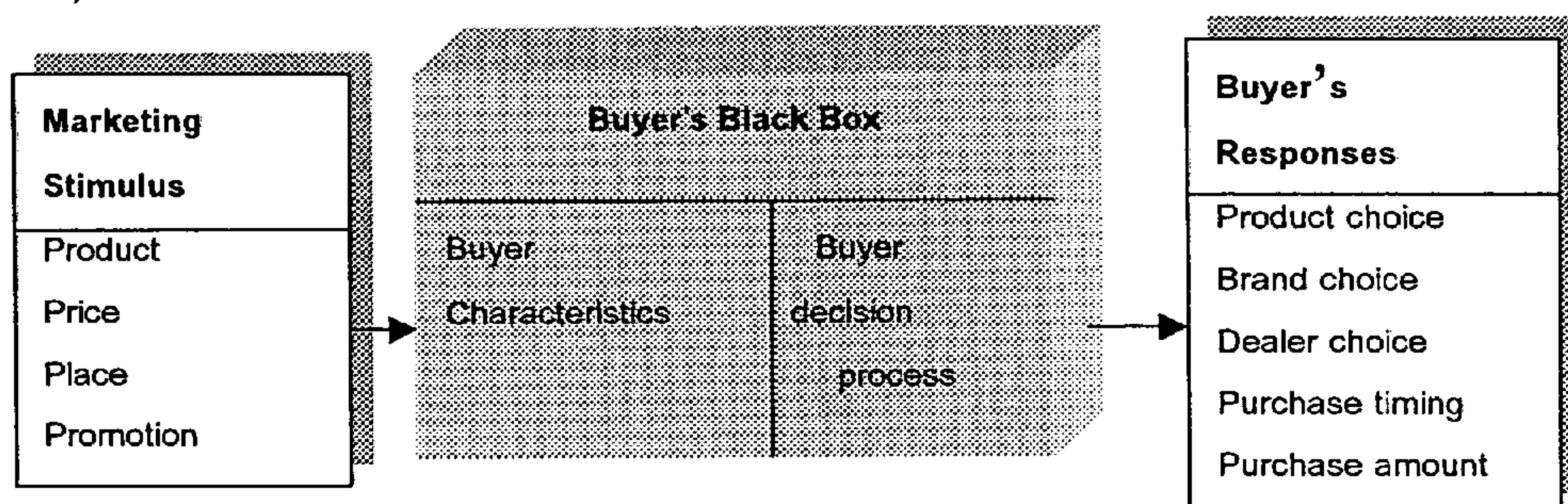
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวันโอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ
5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ

6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (Information search) (3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) (4) ตัดสินใจซื้อ (Purchase decisions) (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

7. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 125-126 ; อ้างอิงจาก Kotler. 2000 : 162)

การอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมที่แสดงออกย่อมเกิดขึ้นจากอิทธิพลของปัจจัยบางอย่างมาเป็นต้นเหตุทำให้เกิดอย่างหนึ่งที่เรามองหรือสำรวจเห็นได้ก็คือ ตัวกระตุ้น ซึ่งส่งผลกระทบทำให้เกิดการกระทำ (ธงชัย สันติวงษ์. 2517 : 41)

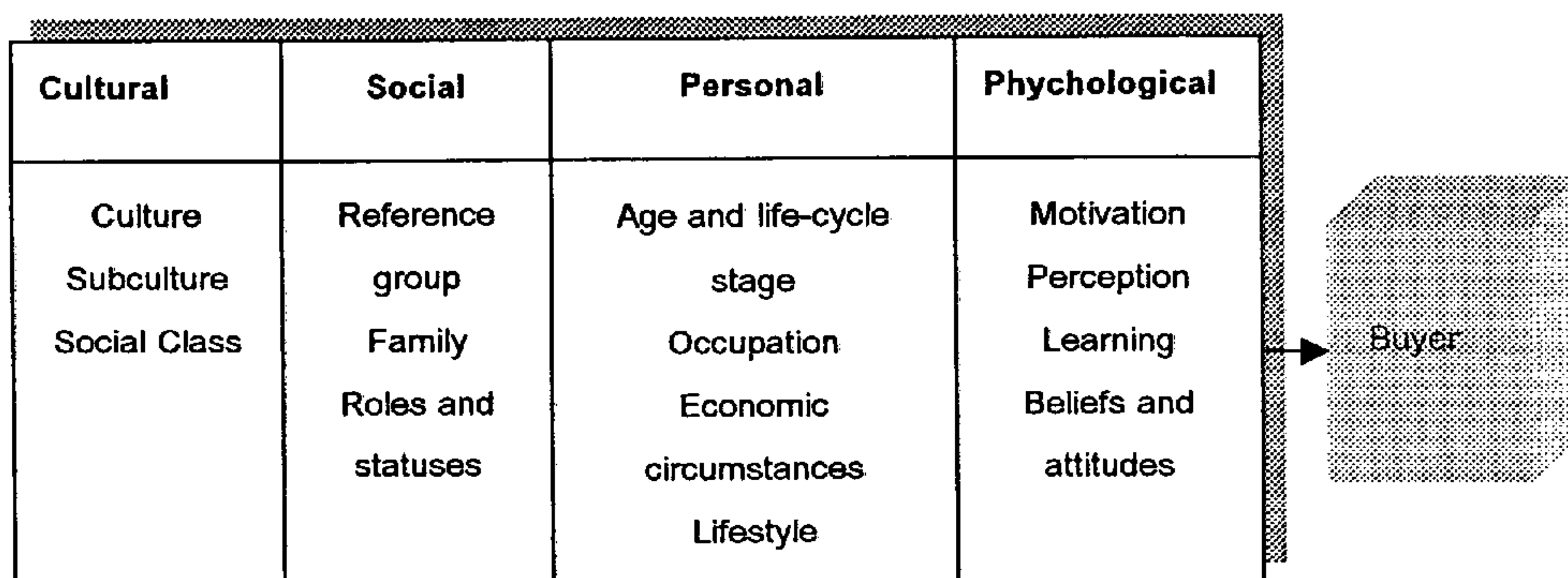


ภาพประกอบ 1 Model of Buyer Behavior

ภาพประกอบ 1 ทางด้านซ้ายมือตัวกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วย 4 Ps คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ตัวกระตุ้นทั้งหมดนี้ได้เข้าไปสู่กล่องดำของผู้ซื้อ (Black box) ในกล่องดำประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และการแสดงพฤติกรรม อีกตัวหนึ่งคือ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ และตอบสนองออกมาทางพฤติกรรม (Kotler and Armstrong. 1993 : 123-124)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (Factors Influencing Behavior)

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ จึงต้องค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ดูภาพประกอบ 2) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541 : 130)



ภาพประกอบ 2 Factors Influencing Behavior

ที่มา : Kotler and Armstrong. 1993 : 124

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 130-131 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1997 : 664)

ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ (Kotler. 2000 : 163)

ปัจจัยส่วนบุคคล(Personal Factors) ลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ สิ่งเหล่านี้ คือ อายุและขั้นตอนวัฏจักรชีวิต อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้ (Kotler. 2000 : 167)

1. อายุ (Age) และขั้นตอนวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Stage) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ส่วนขั้นตอนวัฏจักรชีวิต เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียิทธิพลต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

2. อาชีพ (Occupation) อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการ

3. โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Situation) โอกาสทางเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อการเลือกสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ เช่น คนสามารถซื้อของราคาแพงได้ถ้าเขามีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย

4. รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) รูปแบบของการดำรงชีวิตแสดงออกในรูปของ AIOs

5. บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล(Personality and Self-Concept) บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ บุคลิกภาพคือลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกัน ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมของบุคคลเหล่านั้น ส่วนแนวความคิดส่วนบุคคล คือ ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร (Kotler and Armstrong. 1993 : 131-134)

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) การจูงใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อถือและทัศนคติ (Kotler and Armstrong. 1993 : 134)

1. การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังผลักดัน(Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 138 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1987 : 649) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ(Kotler. 2000 : 171)

2. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 139 ; อ้างอิงจาก Kotler. 2000 : 161) หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ(การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึกร (Kotler. 200 : 173)

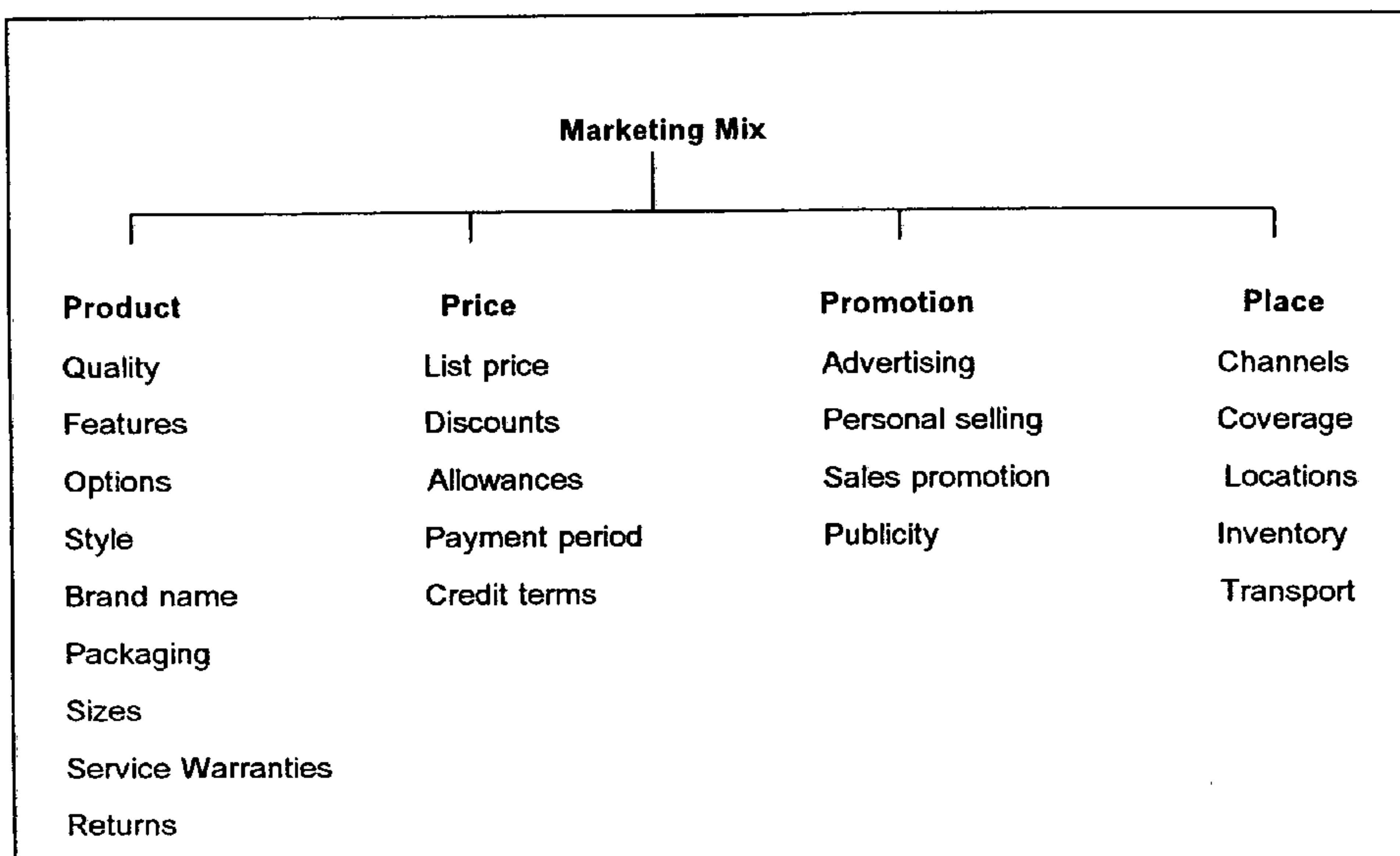
3. การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ (Kotler. 2000 : 173) การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎีสิ่งกระตุ้น-การตอบสนอง (Stimulus-Response (SR) theory) (Kotler. 2000 : 173)

4. ความเชื่อถือและทัศนคติ (Beliefes and Attitudes) การกระทำและการเรียนรู้ของผู้บริโภคได้รับมาจากความเชื่อถือและทัศนคติ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ ความเชื่อถือ หมายถึง ความคิดที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับบางสิ่งบางอย่าง เช่น เชื่อว่ากล้องนิคอนถ่ายภาพได้สวย ง่ายต่อการใช้นักการตลาดให้ความสนใจกับความเชื่อของบุคคล เพราะความเชื่อเหล่านี้สร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวสินค้าและตราสินค้า ส่วนทัศนคติ หมายถึง ความสัมพันธ์ของคนซึ่งเกี่ยวกับการประเมินผล ความรู้สึก ความชอบ ทัศนคติเป็นกรอบที่อยู่ภายในใจของความชอบหรือไม่ชอบบางสิ่ง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นสิ่งที่ยาก ส่วนใหญ่จะใช้ความพยายามปรับสินค้ามากกว่าจะเปลี่ยนทัศนคติของผู้ซื้อ ทัศนคติประกอบด้วย 3 ส่วนต่อไปนี้ คือ ความเข้าใจ หรือส่วนของความเชื่อ (cognitive or belief component) ความชอบพอ หรือส่วนของความรู้สึก (affection or feeling component) และพฤติกรรมหรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำ หรือแสดงออก (behavioral or action-tendency component) (Kotler and Armstrong. 1993 : 124)

2. แนวคิดส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง “ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทฯ ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย”

McCarthy ได้แบ่งเครื่องมือเหล่านี้เป็น 4 กลุ่ม ซึ่งเรียกว่า 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตัวแปรทางการตลาดภายใต้แต่ละ P อยู่ในภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 The Four Ps of the Marketing Mix

ที่มา : Kotler. 2000 : 15 ; อ้างอิงจาก McCarthy. 1996 : 13

ผลิตภัณฑ์ (Product)

หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถเสนอให้กับตลาดสำหรับได้รับ ใช้จ่าย หรือบริโภค และสามารถทำให้เกิดความต้องการหรือจำเป็น ซึ่งรวมถึงลักษณะทางกายภาพ บริการ บุคคล สถานที่ องค์กร และความ คิด ผู้วางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จำเป็นที่จะต้องนึกถึงว่าผลิตภัณฑ์มี 3 ระดับ ระดับพื้นฐาน คือ ผลิตภัณฑ์หลัก เพื่อตอบคำถามว่า โดยแท้จริงแล้วผู้ซื้อซื้ออะไร ดังนั้นเมื่อมีการออกแบบผลิตภัณฑ์นักการตลาดต้องคิดถึงผลประโยชน์หลักของสินค้าก่อน ถัดมาสิ่งที่นักวางแผนสร้าง คือ ผลิตภัณฑ์จริง ซึ่งอยู่รอบ ๆ ผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งจะมี 5 ลักษณะคือ ระดับคุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ และตราสินค้า สุดท้ายที่นักวางแผนสร้างคือ ผลิตภัณฑ์ควบ ซึ่งอยู่รอบ ๆ ผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์จริง โดยเสนอเงื่อนไขด้านบริการและผลประโยชน์ให้กับผู้บริโภค (Kotler and Armstrong. 1993 : 221)

ราคา (Price)

หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ

มูลค่า (Value) คือ คุณค่าสินค้า หรือบริการเพื่อจูงใจให้ผลิตภัณฑ์เกิดการแลกเปลี่ยน ผลิตภัณฑ์ที่เสนอให้กับลูกค้าต้องมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541 : 35)

การจัดจำหน่าย (Distribution)

หมายถึง กิจกรรมของบริษัทที่ทำให้สินค้าสามารถไปสู่ตลาดผู้บริโภค (Kotler and Armstrong. 1993 : 41) หรือเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ(หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่อง

ทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 36)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ(Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) หรือหมายถึง เครื่องมือที่ใช้เพื่อแจ้งข่าวสาร(Inform) เพื่อบริการ(Persuade) และเตือนความทรงจำ (Remind) ตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หมายถึง องค์ประกอบรวมของการใช้ความพยายามในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ หรือหมายถึง การประสมประสานการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย จากความหมายจะเห็นลักษณะของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีการจัดประเภทเป็น

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบค่าใช้จ่ายในการเสนอขายโดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวกับความคิด(Idea) สินค้า(Goods) หรือบริการ(Services) โดยผู้อุปถัมภ์รายการ การโฆษณาจึงประกอบด้วย (1) เป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารใด ๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับการเสนอและ(หรือ) การส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือความคิด (2) มีผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายในการโฆษณา (3) เป็นการติดต่อสื่อสารที่ใช้สื่อ (Media) ซึ่งถือว่าเป็นการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal selling) ลักษณะของการโฆษณามีดังนี้

1.1 การเสนอต่อชุมชน (Public presentation) ในกรณีนี้การโฆษณาเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มชนจำนวนมาก จึงต้องเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไม่ผิดกฎหมายและมีมาตรฐานที่ดี

1.2 การเผยแพร่ข่าวสาร(Pervasiveness) การโฆษณาเป็นวิธีการที่ผู้ขายเสนอข้อมูลซ้ำกันหลายครั้งเพื่อให้ผู้ซื้อยอมรับและเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างคู่แข่งกันต่าง ๆ

1.3 การแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง (Amplified expressiveness) การโฆษณาเป็นการแสดงความคิดเห็นออกมาในรูปภาพ เสียง สิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท

1.4 ไม่เกี่ยวกับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ (Impersonality) การโฆษณาเป็นการให้ข้อมูลกับคนจำนวนมากไม่ใช้การเสนอขายกับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้า ระหว่างผู้ขายกับลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย มีคุณสมบัติดังนี้

2.1 การเผชิญหน้าระหว่างบุคคล (Personal confrontation) การใช้พนักงานขายเป็นการขายแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป ผู้ขายสามารถสังเกตลักษณะและความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างใกล้ชิด และสามารถปรับปรุงการเสนอขายได้ทันทีทันใด เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อ

2.2 การสร้างความสัมพันธ์อันดี (Cultivation) การใช้พนักงานขายจะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเพื่อบริการให้เกิดการซื้อ พนักงานขาย(Salesman) หรือตัวแทนขาย(Sales representatives) จะใช้ศิลปะเพื่อชักจูงผู้ซื้อให้เกิดการซื้อและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

2.3 การตอบสนอง (Response) การใช้พนักงานขายจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีเงื่อนไข โดยจะต้องยอมรับหรือปฏิเสธ ทำให้ผู้ขายรู้ผลการเสนอขายได้ทันทีทันใด

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อของแต่มีคุณสมบัติที่เห็นเด่นชัด คือ (1) เป็นการติดต่อสื่อสาร(Communication) การส่งเสริมการขายทำให้เกิดความตั้งใจและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (2) เป็นสิ่งกระตุ้น (Incentive) เป็นการจูงใจที่มีคุณค่าพิเศษที่จะมอบให้กับผู้บริโภค (3) เป็นการชักจูง (Invitation) เป็นการจูงใจให้เกิดการซื้อหรือใช้ความพยายามในระยะเวลาที่กำหนดให้

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว เป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลที่ไม่มีการจ่ายเงินจากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี การเป็นบริษัทที่ดี (Good corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์และเรื่องราวที่ดี

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่ใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วยการขายทางโทรศัพท์ จดหมายตรง แคตตาล็อก โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ที่จูงใจให้ผู้บริโภคตอบกลับเพื่อการซื้อ เพื่อรับของตัวอย่าง หรือนำคู่มือจากสื่อไปใช้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2541 : 453-457)

3. บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย

เป็นบริการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าเพื่อนำไปใช้ซื้อสินค้า และหรือบริการจากบริษัท ห้างร้าน ที่มีเครื่องหมายของธนาคารติดอยู่ สามารถใช้แทนเงินสดได้ในยอดที่ธนาคารกำหนดให้ ธนาคารจะหักเงินจำนวนที่ลูกค้าจ่ายไปออกจากบัญชีของลูกค้าภายใน 45 วัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้บัตรเครดิตถอนเงินได้จากทุกสาขาของธนาคารถึงวันละ 10,000 บาท ต่อวัน สำหรับบัตรธรรมดา ส่วนบัตรทองจะถอนได้ 20,000 บาทต่อวัน โดยคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสด 3,000 บาท ต่อ 150 บาท และดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนด

ชนิดของบัตรเครดิต

1. บัตรเครดิตกสิกรไทย ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

คุณลักษณะและสิทธิประโยชน์สำหรับบัตรเครดิตกสิกรไทย

- 1.1 วงเงินรวมของบัตรเงิน 30,000 บาทขึ้นไป วงเงินรวมบัตรทอง 80,000 บาทขึ้นไป
- 1.2 มีวงเงินพิเศษชั่วคราวโดยเมื่อรวมกับวงเงินเครดิตรวมแล้วไม่เกิน 200,000 บาทสำหรับบัตรเงิน และ 3,000,000 บาทสำหรับบัตรทอง (กำหนดระยะเวลาไม่เกิน 30 วัน)
- 1.3 ถอนเงินสดผ่านเครื่อง A.T.M ของทุกธนาคารจากบัญชีบัตรเครดิต หรือบัญชีกระแสรายวัน / บัญชีออมทรัพย์ได้
- 1.4 สามารถเปลี่ยนรหัสประจำบัตรเครดิตได้ด้วยตนเองที่เครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคาร
- 1.5 เลือกชำระค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรแต่ละเดือนได้ ทั้งตัดบัญชีอัตโนมัติจากบัญชีออมทรัพย์ กระแสรายวันหรือชำระผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์ เครื่อง A.T.M หรือชำระด้วยเช็คหรือเงินสดผ่านสาขาของธนาคาร

1.6 ใช้ซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลกับบริษัท ภัทรประกันภัย จำกัด ผ่านเครื่องฝาก - ถอน อัตโนมัติ (ATM) ของธนาคาร

1.7 ชำระค่าสินค้าที่สั่งซื้อทางไปรษณีย์

1.8 สามารถถอนเงินสดผ่านเครื่อง ATM และเบิกเงินสดผ่านเคาน์เตอร์สาขาได้สูงสุด 10,000 บาทสำหรับบัตรเงิน และ 20,000 บาทสำหรับบัตรทอง นอกจากนี้กรณีที่มิวันหยุดติดต่อกันสามารถถอนเงินเพิ่มได้เป็นทวีคูณโดยไม่เสียค่าธรรมเนียม (ยกเว้นถอนข้ามจังหวัด)

1.9 สามารถโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคารผ่านเครื่องฝากถอนอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคาร โดยใช้บัตรเครดิตทำการโอนเงินจากบัญชีออมทรัพย์ / กระแสรายวัน ไปยังบัญชีต่างธนาคารผ่านเครื่องเอทีเอ็มของธนาคารเจ้าของบัตร หรือธนาคารเจ้าของบัญชีผู้รับโอน โอนได้ครั้งละไม่เกิน 20,000 บาท

1.10 ถอนเงินสดจากบัญชีเงินฝากได้สูงสุด 120,000 บาท / บัตร / วัน

1.11 ถอนเงินสดล่วงหน้าจากบัญชีบัตรเครดิตสูงถึง 10,000 บาท / บัตร / วัน สำหรับบัตรเงิน 20,000 บาท / บัตร / วัน สำหรับบัตรทอง ยกเว้นบัตร TFB-VISA สามารถถอนได้ 15,000 บาท / บัตร / วัน สำหรับบัตรเงิน และ 30,000 บาท / บัตร / วัน สำหรับบัตรทอง

1.12 บัตรหลักสามารถกำหนดวงเงินการใช้บัตรเสริมได้ โดยกำหนดให้มีวงเงินเท่ากับบัตรหลัก หรือครึ่งหนึ่งของบัตรหลัก หรือหนึ่งในสี่ของบัตรหลัก

1.13 ชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบเซลลูลาร์ 900 และระบบดิจิตอล GSM ระบบเวลด์โฟน 1800 ดิจิตอล วิทยุติดตามตัว สำหรับบัตรเครดิตที่ผูกไว้กับบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน / ออมทรัพย์

1.14 ชำระค่าสมาชิก Internet ค่าสินค้าธุรกิจขายตรงและค่าบริการเช่าซื้อรถจักรยานยนต์ผ่านเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคารที่ผูกไว้กับบัญชีเงินฝากกระแสรายวันและออมทรัพย์

1.15 ได้รับการประกันอุบัติเหตุการเดินทางในวงเงินทุนประกันรายละ 1,000,000 บาทสำหรับผู้ถือบัตรเงิน / ทองทันทีที่ใช้บัตรชำระค่าตัวโดยสารยานพาหนะขนส่งสาธารณะที่ได้รับอนุญาต และมีตารางเดินทางที่แน่นอน โดยคุ้มครองถึงคู่สมรสตามกฎหมายและบุตรที่มีอายุไม่เกิน 23 ปีบริบูรณ์

2. บัตร TFB-Visa ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

คุณลักษณะและสิทธิประโยชน์สำหรับบัตร TFB-Visa

2.1 วงเงินรวมบัตรเงิน 30,000 บาทขึ้นไป วงเงินรวมบัตรทอง 80,000 บาทขึ้นไป

2.2 ได้รับทุนประกันอุบัติเหตุการเดินทางในวงเงินทุนประกันรายละ 4 ล้านบาทสำหรับบัตรทอง และ 1 ล้านบาทสำหรับบัตรเงิน เมื่อผู้ใช้บัตรชำระค่าตัวโดยสารด้วยบัตรเครดิตวีซ่าโดยคุ้มครองถึงคู่สมรสและบุตรที่มีอายุไม่เกิน 23 ปี

2.3 ผู้ถือบัตรทองจะได้รับ 6 บริการทองฉุกเฉินต่างแดนตลอด 24 ชั่วโมง คือ การแจ้งอายัดบัตรหาย การรักษาพยาบาลฉุกเฉิน บริการช่วยเหลือการเดินทางยามคับขัน บริการช่วยเหลือด้านกฎหมายต่างประเทศ บริการขึ้นเงินสดฉุกเฉินเมื่อบัตรสูญหาย และบริการออกบัตรวีซ่าทองฉุกเฉินโดยแจ้งผ่านศูนย์ VEAC

2.4 เป็นบัตรเครดิตที่ใช้ได้สะดวกที่สุดกับร้านค้าที่รับบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกว่า 45,000 แห่งในประเทศและยังสามารถใช้กับร้านสมาชิกที่มีสติ๊กเกอร์บัตรเครดิตวีซ่ากว่า 112,000 แห่งในประเทศ และร้านค้ากว่า 21 ล้านแห่งใน 210 ประเทศทั่วโลก

2.5 เบิกถอนเงินสดสกุลท้องถิ่นจากเครื่อง ATM ที่มีสัญลักษณ์วีซ่าและ / หรือสัญลักษณ์ Plus ทั่วโลกกว่า 140,000 แห่ง / เคา์เตอร์สาขาของธนาคารหรือธนาคารในเครือข่าย VISA ทั่วโลก

2.6 สิทธิประโยชน์อื่นเหมือนบัตรเครดิตกสิกรไทย

3. บัตร TFB-มาสเตอร์การ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

คุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ของบัตร TFB-มาสเตอร์การ์ด

3.1 วงเงินรวมบัตร 30,000 บาทขึ้นไป วงเงินรวมบัตรทอง 80,000 บาทขึ้นไป

3.2 ได้รับทุนประกันอุบัติเหตุการเดินทางในวงเงินทุนประกันรายละ 4 ล้านบาทสำหรับบัตรทอง และ 1 ล้านบาทสำหรับบัตรเงิน เมื่อผู้ใช้บัตรชำระค่าตัวโดยสารด้วยบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดโดยคุ้มครองถึงคู่สมรสและบุตรที่อายุไม่เกิน 23 ปี

3.3 สำหรับผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศ สามารถใช้บริการพิเศษผ่าน Thomas Cook โดยไม่เสียค่าบริการ คือ บริการออกบัตรฉุกเฉิน บริการรับแจ้งสื่อสารฉุกเฉิน บริการวางแผนการเดินทาง

3.4 เป็นบัตรเครดิตที่ใช้ได้สะดวกที่สุดกับร้านค้าที่รับบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกว่า 45,000 แห่งในประเทศและยังสามารถใช้กับร้านค้าสมาชิกที่มีสติ๊กเกอร์บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดกว่า 90,000 แห่งในประเทศ และร้านค้ากว่า 20 ล้านแห่งใน 210 ประเทศทั่วโลก

3.5 เบิกถอนเงินสดสกุลท้องถิ่นจากเครือข่าย Master Card ATM ทั่วโลกได้กว่า 120,000 แห่ง จากเครื่องเอทีเอ็มที่มีเครื่องหมาย Cirrus หรือธนาคารสมาชิกในจำนวนวงเงินตามที่ธนาคารต่างประเทศกำหนด

3.6 สิทธิประโยชน์อื่นเหมือนบัตรเครดิตกสิกรไทย

4. บัตรกสิกรไทยวีซ่าแพลทินัม

คุณลักษณะและสิทธิประโยชน์สำหรับบัตรกสิกรไทยวีซ่าแพลทินัม

4.1 วงเงินรวมตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป

4.2 บริการพิเศษส่วนบุคคลในการให้ข้อมูล หรือช่วยอำนวยความสะดวกเพื่อการเดินทางและสถานการณ์ คือ

4.3 รับบริการจากวีซ่าแพลทินัม คลับ อาทิจ บริการด้านโรงแรม บริการรถเช่า บริการสนามกอล์ฟ บริการด้านข่าวสารจากสำนักข่าว Reuters บริการภัตตาคาร ร้านอาหารชั้นนำ และบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.4 บริการ Concierge Service ซึ่งมีเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงไม่เว้นวันหยุด โดยมีศูนย์บริการ 6 แห่งในเอเชียแปซิฟิก และมีภาษาหลักในกลุ่มอาเซียน เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษามาเลย์ ภาษาจีนกลาง เป็นต้น

5. บัตรเครดิตร่วมในประเทศ ได้แก่

5.1 บัตรกสิกรไทย – เมืองไทยเงิน ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

5.2 บัตรกสิกรไทย – เมืองไทยมาสเตอร์การ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

5.3 บัตรกสิกรไทย – โรบินสันวีซ่า ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

5.4 บัตรกสิกรไทย – ไทมอนการ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

- 5.5 บัตรกสิกรไทย – โดเมนมาสเตอร์การ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.6 บัตรกสิกรไทย – โรบินสันการ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.7 บัตรกสิกรไทย – เดอะมอลล์การ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.8 บัตรกสิกรไทย – เมอร์เซเดสการ์ด
- 5.9 บัตรกสิกรไทย – เดอะมอลล์วีซ่า ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.10 บัตร TFB แพทยสภา ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.11 บัตร TFB แพทยสภา – VISA ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.12 บัตรกสิกรไทย – ABACA –VISA ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.13 บัตรกสิกรไทย – วิวาดี แคร่ ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.14 บัตรร่วมสมาคมภาษาชาวไทย – กสิกรไทย ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.15 บัตรกสิกรไทย – FTI ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.16 บัตรกสิกรไทย – FTI – VISA ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.17 บัตรกสิกรไทยนิติบุคคล – VISA ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.18 บัตรกสิกรไทยนิติบุคคล ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง
- 5.19 บัตรกสิกรไทย FTI มาสเตอร์การ์ด ได้แก่ บัตรเงินและบัตรทอง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณิรัตน์ แววมณีวรรณ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมในการบริโภค และการออมของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคเพิ่มขึ้น และมีพฤติกรรมในการออมลดลงเมื่อมีบัตรเครดิต และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิตที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 คือ อายุ และรายได้เท่านั้น ส่วนปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิต คือ รายได้ และปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงิน โดยปัจจัยทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กับการบริโภคในทิศทางเดียวกัน มีค่าความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้าย (Marginal propensity to consume) เท่ากับ 0.73 มีค่าความโน้มเอียงในการออม (Marginal propensity to save) เท่ากับ 0.27 ค่าความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค (Average propensity to consume) เท่ากับ 0.77 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นอย่างค่อนข้างชัดเจนว่าผู้ถือบัตรเครดิตมีพฤติกรรมในการบริโภคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคในลักษณะค่อนข้างฟุ่มเฟือยและมีพฤติกรรมในการออมลดลง ดังนั้นองค์กรต่างๆ รวมทั้งภาครัฐบาลควรจะได้ตระหนักถึงผลดังกล่าวนี้ และหาแนวทางการกำกับดูแลการออกบัตรเครดิตและการใช้บัตรเครดิตอย่างเหมาะสม เพราะถ้าพฤติกรรมที่ค้นพบดังกล่าวเกิดขึ้นโดยทั่วไปไม่เพียงแต่เฉพาะผู้ถือบัตรเครดิตในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผลอันไม่พึงปรารถนาต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมอาจจะบังเกิดขึ้นได้

สาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตกรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โสด มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท ส่วนใหญ่นิยมถือบัตรเพียง 1 ใบ และบัตรเครดิตที่นิยมถือมากที่สุดคือบัตรเครดิตวีซ่าส่วนเหตุผลในการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตเนื่องจากเตรียมไว้ใช้ฉุกเฉิน มีความสะดวก ปลอดภัย และสามารถผ่อนชำระได้ส่วนผลการวิเคราะห์โดยค่าไคสแควร์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือ

บัตรเครดิตเมื่อมีบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยที่กำหนดการบริโภคโดยใช้บัตรเครดิต คือ รายได้และวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยที่ปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันกับการบริโภคพฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ในการซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่ใช้เดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.4 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เฉลี่ยใน 1 เดือน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.8 และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการโดยส่วนใหญ่คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 52.9 ส่วนทางด้านสถานที่ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งมีความถี่ในระดับมาก คือ ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต สำหรับด้านเหตุผลที่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ในเกณฑ์ระดับมาก คือ เหตุผลความสะดวกสบายในการใช้ ความปลอดภัยแทนการถือเงินสด สามารถใช้แล้วผ่อนทีหลัง ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย พฤติกรรมในการชำระเงินบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ด้านวิธีการชำระส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คที่ธนาคารกรุงเทพ ด้านเงื่อนไขในการชำระเงิน ชำระเต็มยอดหนี้ ที่แจ้งในใบแจ้งยอดบัตรเครดิต เป็นส่วนใหญ่ และส่วนใหญ่ชำระตรงกับวันที่กำหนดชำระที่ระบุในใบแจ้งยอด

พลยุทธ ตันตจรัญ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพในการซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ เดือนละ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.4 จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการเฉลี่ยใน 1 เดือน ส่วนใหญ่เดือนละ 1,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.8 ด้านผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 52.9 ด้านสถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการในระดับมาก คือ ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11 และ 3.83 ตามลำดับด้านเหตุผลที่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการในระดับมากคือ ความสะดวกสบายในการใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.33 ความปลอดภัยแทนการถือเงินสด ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.97 สามารถใช้แล้วผ่อนทีหลังค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 และระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.52 ด้านวิธีการชำระเงินบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสดหรือเช็คที่ธนาคารกรุงเทพคิดเป็นร้อยละ 52 ด้านการชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตตามเงื่อนไขการชำระเงิน โดยส่วนใหญ่ชำระเต็มยอดหนี้คิดเป็นร้อยละ 56.7 ด้านการชำระเงินบัตรเครดิตตามวันที่ระบุในใบแจ้งยอดบัตรเครดิต โดยส่วนใหญ่ชำระตรงกับวันที่กำหนดชำระคิดเป็นร้อยละ 63.5 ความคิดเห็นในการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ในระดับเห็นด้วยคือ ความมั่นคง และน่าเชื่อถือของธนาคารค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25 ร้านค้ารับบัตรแพร่หลายค่าคะแนนเฉลี่ย 4.14 และมีสาขาของธนาคารให้บริการครอบคลุม 3.97

รัชชัย ประจักษ์เทรณี (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตซีทีแบงก์วิซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตซีทีแบงก์วิซ่าเพื่อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยจำนวนเงินโดยเฉลี่ยใช้จ่ายต่อเดือนผ่านบัตรเครดิตอยู่ในช่วง 2,501 - 5,000 บาท ในด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิตส่วนมากจะใช้ 1-5 ครั้งต่อเดือน สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตส่วนมากจะใช้ที่ห้างสรรพสินค้า เวลาที่ใช้บัตรเครดิตส่วนมากจะอยู่ในช่วงเวลา 17.01 - 24.00 นาฬิกา วันที่ใช้บัตรเครดิตส่วนมากใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในวันหยุดสุดสัปดาห์ ในด้านส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อใช้บัตรเครดิตส่วนมากจะตัดสินใจด้วยตนเอง ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีการศึกษา

ต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีประเภทของบัตรเครดิตต่างกัน มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตต่างกันมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยและความถี่ต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย คือ สมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณจากสูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 26)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

โดยที่

n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)

E แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากร เท่ากับ .50 ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5%

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น} \quad n &= (1.96)^2 / 4(0.05)^2 \\ &= 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 385 คน และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงมีการสำรองไว้ 20% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 77 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 462 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดสถานที่ที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

ขั้นที่ 2. ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ถือบัตรเครดิตที่ใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย ที่สาขาบางซื่อ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม (ดูภาคผนวก) แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นการวัดโดยใช้คำถามลักษณะเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 26 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นของส่วนที่ 2 เป็นเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert) ลักษณะคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในแต่ละด้าน โดยในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำนวน 6 ข้อ

3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาจากงานวิจัย ตำรา ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ ระดับของการศึกษา อาชีพ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำนวน 26 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดแบบมาตรวัด 5 ระดับ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำนวน 6 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่เสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ แก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่แก้ไข นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา (Content Validity)

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

6. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดข้อคำถามที่ใช้เก็บข้อมูลของตัวแปรแต่ละตัวที่ประกอบด้วยคำถามหลายข้อ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของ Cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126) การทดสอบความเชื่อมั่น หมายถึง การทดสอบความคงที่ของผลที่ได้จากการวัดด้วยเครื่องมือชุดเดียวกัน กับคนกลุ่มเดียวกัน ในเวลาที่ต่างกัน การวัดด้วยวิธี Cronbach แอลฟาเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน หมายถึง การประมาณค่าความเที่ยงในการทดสอบเพียงครั้งเดียว โดยพิจารณาว่าข้อคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามนั้นวัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ ถ้าวัดในเรื่องเดียวกันก็น่าจะมีความสอดคล้องโดยที่จะมีการทดสอบเพียงครั้งเดียว (สุวิมล จีรภานันท์. 2541 : 133-135) ซึ่งจากการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีจำนวน 26 ข้อ พบว่า ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีดังนี้

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ค่าความเชื่อมั่นรายด้านเป็นดังนี้

ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่จะได้จากบัตร ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7900

ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7560

ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.7866

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง คือ

3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตวารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ผู้วิจัยทำหนังสือถึงผู้จัดการฝ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

3.2.2 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 462 คน โดยการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลและรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 1 – 30 มิถุนายน 2546

5. การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม (Editing) ต่อมาทำการลงรหัส (Coding) เพื่อทำการป้อนข้อมูลต่าง ๆ ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Spss / Pc + Version 10 ในการประมวลผล หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนต่าง ๆ ของแบบสอบถามและทดสอบสมมติฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

2.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด โดยใช้การแจกแจงค่าคะแนนเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งเกณฑ์เฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย(Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

2.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมี 4 ลักษณะ คือ ในข้อ 33 , 34, 35 และ 36 ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลข้อ 37 และ 38 จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

3. การทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 คือ ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ยอดการใช้ จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรที่ถือครองและสถานที่ใช้บัตรแตกต่างกัน

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ One-Way Analysis of Variance เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ถึงข้อที่ 6

3.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สถิติที่ใช้ คือ Pearson Product Moment Correlation เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ถึงข้อที่ 9

3.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สถิติที่ใช้ คือ Multiple Regression เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10

3.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตเฉพาะที่เป็นสถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ คือ Chi-Square

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ผู้วิจัยจะใช้สถิติต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ เพื่อแปลความหมายของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 1-6 ส่วนที่ 3 ข้อ 37-38 โดยใช้สูตรดังนี้ (อภิรักษ์ จันทานี. 2538 : 75)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ

P	แทน ค่าร้อยละ
f	แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
n	แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2541 : 56)

$$\bar{x} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ

$\bar{x}$	แทนค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง
$\sum X$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทนจำนวนตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด. 2541 : 87)

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

เมื่อ

S.D.	แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทนจำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
$\sum X^2$	แทนผลรวมของคะแนนแต่ละตัวที่ยกกำลังสอง
$(\sum X)^2$	แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 125-126)

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

เมื่อ

α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
n	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
S^2	แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ค่า t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาภิรุทธิ์. 2543 : 136)

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

โดยมี

$$df = \frac{\left\{ \frac{S^2_1 + S^2_2}{n_1 + n_2} \right\}}{\left\{ \frac{S^2_1}{n_1} \right\} + \left\{ \frac{S^2_2}{n_2} \right\}}$$

เมื่อ

t	=	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
df	=	ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)
$\bar{X}_1$	=	ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 1
$\bar{X}_2$	=	ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มที่ 2
S^2_1	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S^2_2	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$$\begin{aligned} n_1 &= \text{จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างที่ 1} \\ n_2 &= \text{จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างที่ 2} \end{aligned}$$

3.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2543 : 172)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

โดยมี

$$df_B = k - 1$$

เมื่อ

$$df_W = n_t - k$$

F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F – Distribution
MS _B	แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS _W	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
K	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n _t	แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมด
df _B	แทน ชั้นความเป็นอิสระของแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (k-1)
df _W	แทน ชั้นความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (n-k)

ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม ในกรณีที่ค่า F พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณโดยวิธีการของ LSD(Least Significant Diference) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545 : 333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2 ; n-k} \sqrt{\frac{2 MSE}{n_i}}$$

โดยที่

$$\begin{aligned} n_i &\neq n_j \\ r &= n - k \end{aligned}$$

เมื่อ

LSD	แทน การหาค่าแตกต่างนัยสำคัญที่น้อยที่สุดที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j
MSE	แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n	แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน ค่าความเชื่อมั่น

3.3 Pearson Product Moment Correlation ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด ใช้สูตรดังนี้ (สุณี รักษาเกียรติศักดิ์. 2539 : 117)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ

r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับตัวแปร Y
n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนนรวม (Total) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum XY$	แทน ผลรวมของผลคูณของคะแนน X และคะแนน Y
$\sum X^2$	แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนน X
$\sum Y^2$	แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนน Y

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ดังนี้ (ชูตรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 123)

1. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ 1 (ประมาณ .70 ถึง .90) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันสูง (ถ้าสูงกว่า .90 ถือว่าอยู่ในระดับสูงมาก)
2. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ .50 (ประมาณ .30 ถึง .70) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง
3. ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้ .00 (ประมาณ .30 และต่ำกว่า) ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ

3.4 Multiple Regression ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัว (X_i) โดยตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเอง แต่จะมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม (Y) สามารถเขียนอยู่ในรูปของสมการดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว. 2544 : 13-18)

$$\begin{aligned} \text{สมการถดถอยเชิงซ้อนของประชากร } Y &= \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon \\ \text{สมการถดถอยเชิงซ้อนของตัวอย่าง } \hat{Y} &= b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k \end{aligned}$$

เมื่อ

Y	= ค่าของตัวแปรตาม
$\hat{Y}$	= ค่าพยากรณ์ของตัวแปรตาม

- X_i = ค่าของตัวแปรอิสระตัวที่ i
 B_i = ค่าพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า
 b_i = ค่าสถิติที่คำนวณได้จากตัวอย่างเพื่อใช้ประมาณค่า B_i

3.5 ค่า Chi-Square เป็นการทดสอบตัวแปรทั้ง 2 ตัวนั้นมีความเป็นอิสระต่อกันหรือไม่ ใช้สูตรดังนี้
 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 182)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

โดย

- O_i แทน ความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิดในระดับที่ i ที่เกิดขึ้นจริงของตัวอย่าง
 ขนาด n
 E_i แทน ความถี่หรือจำนวนครั้งที่ของระดับที่ i ที่คาดว่าจะเกิด(ภายใต้ H_0)
 k แทน จำนวนกลุ่มหรือจำนวนระดับของตัวแปรหรือลักษณะที่สนใจศึกษา
 n แทน ขนาดตัวอย่าง หรือจำนวนครั้งที่ทดลอง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ" โดยสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อโดยมีสมมุติฐานทั้งสิ้น 462 ชุด ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob.,p แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ	
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้จากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามระยะเวลาการถือครองบัตร ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง สถานที่ใช้บัตร

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ถือบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตร
เครดิตธนาคารกสิกรไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้
ต่อเดือน และอาชีพ โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	213	46.1
	หญิง	249	53.9
	รวม	462	100.0
2.	อายุ		
	ไม่เกิน 25 ปี	75	16.2
	26-35 ปี	256	55.4
	36-45 ปี	89	19.3
	46-55 ปี	39	8.4
	56 ปีขึ้นไป	3	0.6
	รวม	462	100.0
3.	สถานภาพสมรส		
	โสด	266	57.6
	สมรส	176	38.1
	หย่าร้าง / หม้าย	20	4.3
	รวม	462	100.0
4.	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	69	14.9
	ปริญญาตรี	303	65.6
	สูงกว่าปริญญาตรี	90	19.5
	รวม	462	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

	สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	93	20.1
	15,001-30,000 บาท	231	50.0
	30,001-45,000 บาท	89	19.3
	45,001-60,000 บาท	32	6.9
	60,001 บาทขึ้นไป	17	3.7
	รวม	462	100.0
6.	อาชีพ		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	62	13.4
	พนักงานบริษัทเอกชน	354	76.6
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	46	9.7
	รวม	462	100.0

จากตาราง 1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ถือบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.9 อีกร้อยละ 46.1 เป็นเพศชาย

2. อายุ

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.2 มีอายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.4 และอายุ 56 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.6

3. สถานภาพสมรส

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 38.1 ส่วนสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.3

4. ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตรณาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.5 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.9

5. รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ที่มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือเงินเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.1 มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีเงินเดือนอยู่ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.9 และมีเงินเดือนมากกว่า 60,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7

6. อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมา คือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย

การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย โดยแจกแจง ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 2 แสดงระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร			
1. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้านความถูกต้องของระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ของธนาคาร	3.92	0.739	มาก
2. ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป	3.62	0.816	มาก
3. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ	3.92	0.731	มาก
4. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้านการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า	3.82	0.802	มาก
5. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้านความมั่นคงของฐานของธนาคาร	3.95	0.739	มาก
6. จำนวนร้านค้าและสถานที่ที่รับบัตรมีหลายแห่ง	4.11	0.743	มาก
7. วงเงินที่ได้รับอนุมัติให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	4.16	0.650	มาก
8. สิทธิพิเศษในการทำบัตรเสริมโดยไม่จำกัดจำนวน	3.30	0.942	ปานกลาง

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
9. สิทธิในการกำหนดวงเงินในการใช้บัตรเครดิตได้เอง	3.39	0.929	ปานกลาง
10. สามารถถอนเงินสดจากบัญชีเงินฝากได้เป็นจำนวนมาก	3.56	2.202	มาก
11. สามารถซื้อประกันผ่านทางตู้เอทีเอ็มได้	3.16	1.002	ปานกลาง
12. วันตัดยอดใช้จ่ายที่ธนาคารกำหนด	3.52	0.843	มาก
รวม	3.70	0.59	มาก
ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม			
13. อัตราดอกเบี้ยที่กำหนดสำหรับวงเงินค้างชำระ	3.83	0.856	มาก
14. การกำหนดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำ	3.79	0.876	มาก
15. การเสียค่าธรรมเนียมในการขอใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต	3.72	0.895	มาก
16. การเสียค่าธรรมเนียมในการขอสำเนาใบบันทึกการขาย (Sales Slip)	3.76	0.905	มาก
17. การเสียค่าธรรมเนียมอายุบัตรเครดิตหายหรือถูกขโมย	3.74	0.916	มาก
รวม	3.77	0.71	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
18. ประเภทรายการสินค้าแลกซื้อจากการสะสมแต้ม	3.69	0.982	มาก
19. การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี	4.15	0.921	มาก
20. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมีสิทธิพิเศษหรือส่วนลดจากร้านค้า	3.84	0.927	มาก
21. การบริจาคหรือกิจกรรมการกุศล เช่น มอบทุนการศึกษาให้กับเด็กผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา	3.43	0.919	มาก
22. กิจกรรมรยาทของพนักงานธนาคารเมื่อติดต่อเรื่องบัตรเครดิต	3.77	0.857	มาก
23. ความรู้ความสามารถของพนักงานธนาคารในข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต	3.76	0.824	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
24. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานธนาคาร	3.83	0.820	มาก
25. ความชัดเจนและความถูกต้องในการให้ข้อมูลด้านบัตรเครดิตของพนักงานธนาคาร	3.81	0.820	มาก
26. ความรวดเร็วในการออกบัตรใหม่	3.76	0.871	มาก
รวม	3.78	0.615	มาก

จากข้อมูลดังกล่าวในตาราง 2 พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่โดยรวมจะให้ระดับความสำคัญมากในด้านปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ($\bar{x} = 3.70$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่ามีเพียงสิทธิพิเศษในการทำบัตรเสริมโดยไม่จำกัด สิทธิในการกำหนดวงเงินในการใช้บัตรเสริมได้เอง และสามารถซื้อประกันผ่านทางตู้ A.T.M ได้เท่านั้นที่อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นให้ระดับความสำคัญมาก

ทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมโดยรวมจะให้ระดับความสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.77$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตจะให้ระดับความสำคัญมากกับทุกข้อ

ทางด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมจะให้ระดับความสำคัญมาก ($\bar{x} = 3.78$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตจะให้ระดับความสำคัญมากกับทุกข้อกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละพฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต		
น้อยกว่า 12 เดือน	96	20.8
12 - 24 เดือน	145	31.4
24 เดือนขึ้นไป	221	47.8
รวม	462	100.0
2. ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	425	92.0
15,001-30,000 บาท	33	7.1
30,001-45,000 บาท	3	0.6
45,001-60,000 บาท	1	0.2

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
60,001 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	462	100.0
3. ปีที่เริ่มเป็นสมาชิกบัตรเครดิต		
2525-2530	5	1.1
2531-2536	26	5.6
2537-2542	81	17.5
2543 ขึ้นไป	350	75.8
รวม	462	100.0
4. จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง		
1-2 ใบ	313	67.7
3-4 ใบ	148	32.0
มากกว่า 4 ใบ	1	0.20
รวม	462	100.0
5.. สถานที่ใช้บัตร		
ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต	285	61.7
โรงพยาบาล	8	1.7
ศูนย์บริการรถยนต์	31	6.7
ปั้มน้ำมัน	81	17.5
ภัตตาคาร / ร้านอาหาร	57	12.3
รวม	462	100.0
6. ประเภทสินค้าและบริการที่ชำระด้วยบัตรเครดิต		
ทานอาหารนอกบ้าน	58	12.6
ศูนย์บริการรถยนต์	24	5.2
สินค้าอุปโภค / บริโภค	191	41.3
เติมน้ำมันรถ	82	17.7
เครื่องแต่งกาย	74	16.0
ค่ารักษาพยาบาล	8	1.7
เครื่องสำอางค์	25	5.4
รวม	462	100.0

จากตาราง 3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละด้านพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งจำแนกได้ดังนี้

1. ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตมากกว่า 24 เดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ 12-24 เดือน และ น้อยกว่า 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และ 20.8 ตามลำดับ

2. ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่มียอดการใช้จ่ายต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมา คือ 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท และ 45,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.1, 0.6 และ 0.2 ตามลำดับ

3. ปีที่เริ่มเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตปี 2543 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมา คือ 2537-2542, 2531-2536 และ 2525-2530 คิดเป็นร้อยละ 17.5, 5.6 และ 1.1 ตามลำดับ

4. จำนวนบัตรที่ถือครอง

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตจำนวน 1-2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 67.7 รองลงมา คือ 3-4 ใบ และมากกว่า 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 32.0 และ 0.20 ตามลำดับ

5. สถานที่ใช้บัตร

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาคือ ปั๊มน้ำมัน ภัตตาคาร / ร้านอาหาร ศูนย์บริการรถยนต์ และโรงพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 17.5, 12.3, 6.7 และ 1.7 ตามลำดับ ส่วนโรงแรมไม่มีสมาชิกบัตรเครดิตไปใช้บริการ ดังนั้นจะไม่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

6. ประเภทสินค้าและบริการที่ชำระด้วยบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภค/บริโภค คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา คือ เติมน้ำมันรถ เครื่องแต่งกาย ทานอาหารนอกบ้าน เครื่องสำอางค์ ศูนย์บริการรถยนต์ และค่ารักษาพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 17.7, 16.0, 12.6, 5.4, 5.2 และ 1.7 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงพฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยแจกแจง ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมของผู้ถือบัตร	Minimum	Maximum	Mode	$\bar{x}$	S.D.
1.ระยะเวลาในการถือครองบัตร เครดิต (เดือน)	2	240	12	38.09	3.09
2.ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อเดือน	200	46000	5000	6919.81	6307.339
3. ปีที่ถือครองบัตรเครดิต	2525	2546	2545	-	-
4. จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	1	5	2	2.15	0.992

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ผู้ถือบัตรเครดิตมีระยะเวลาโดยเฉลี่ย 38.09 เดือน โดยมีถือครองบัตรน้อยที่สุด 2 เดือน และระยะเวลาถือบัตรมากที่สุด 240 เดือน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตจะมีระยะเวลาในการถือครองบัตร 12 เดือน

2. ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ถือบัตรเครดิตมียอดการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 6919.81 บาท โดยมียอดการใช้จ่ายน้อยที่สุด 200 บาท และยอดการใช้จ่ายมากที่สุด 46000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตจะมียอดการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท

3. ปีที่เริ่มถือครองบัตรเครดิต ปีที่ผู้ถือบัตรเครดิตเริ่มถือบัตรน้อยที่สุด คือ 2525 และปีที่เริ่มถือครองสูงสุด คือ 2546 ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตจะเริ่มถือครองที่ปี 2545

4. จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ผู้ถือบัตรเครดิตมีจำนวนบัตรที่ถือครองโดยเฉลี่ย 2 ใบ โดยมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือบัตรน้อยที่สุด คือ 1 ใบ และจำนวนบัตรเครดิตที่ถือมากที่สุด คือ 5 ใบ ส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตจะมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง 2 ใบ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 – 34 และ 36 คือ ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent Sample t-test

ตาราง 5 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามเพศ

t – test of Equality of Means						
พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	t	df	p
ระยะเวลาในการถือครองบัตร เครดิต	ชาย	43.46	3.4264	2.845	392.473	0.005*
	หญิง	33.51	3.4978			
ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ชาย	7998.12	7207.93	3.357	381.551	0.001*
	หญิง	5997.39	5261.65			
จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	ชาย	2.17	1.025	0.401	460	0.689
	หญิง	2.14	0.966			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยใช้สถิติ Independent Samples t - test ในการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร ในการทดสอบพบว่าระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตมีค่า Probability (p) 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นเพศชาย และเพศหญิงจะมีระยะเวลาในการถือครองบัตรโดยเฉลี่ย 43.46 และ 33.51 เดือนตามลำดับ

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ในการทดสอบพบว่ายอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นเพศชาย และเพศหญิงจะมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 7,998.12 และ 5,997.39 บาทตามลำดับ

จำนวนบัตรที่ถือครอง ในการทดสอบพบว่าจำนวนบัตรที่ถือครอง มีค่า Probability (p) 0.689 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านจำนวนบัตรที่ถือครองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นเพศชาย และเพศหญิงจะมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองโดยเฉลี่ย 2.17 และ 2.14 ใบตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 6 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามเพศ

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต		สถานที่ใช้บัตร					รวม
		ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรงพยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
เพศ	ชาย	110	1	21	55	26	213
	หญิง	175	7	10	26	31	249
	รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square		$\chi^2 = 31.435$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.000					

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้ถือบัตรที่มีอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และข้อ 36 คือ ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง สถิติที่ใช้ทดสอบคือการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

ตาราง 7 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob
ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	4	64060.18	16015.04	12.902	0.000*
	ภายในกลุ่ม	457	567276.4	1241.305		
	รวม	461	631336.6			
ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	4	2.4(10) ⁹	594235832	17.012	0.000*
	ภายในกลุ่ม	457	1.6(10) ¹⁰	34929532.0		
	รวม	461	1.8(10) ¹⁰			
	รวม	461	454.089			
จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	ระหว่างกลุ่ม	4	16.426	4.107	4.288	0.002*
	ภายในกลุ่ม	457	437.663	0.958		
	รวม	461	454.089			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุต่างกันกับ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

อายุ	$\bar{x}$ (เดือน)	ไม่เกิน 25 ปี 21.5067	26-35 ปี 34.1797	36-45 ปี 57.0674	46-55 ปี 51.2051	56 ปีขึ้นไป 54.0000
ไม่เกิน 25 ปี	21.5067		-12.6730* (0.006)	-35.5607* (0.000)	-29.6985* (0.000)	-32.4933 (0.118)
26-35 ปี.	34.1797			-22.8877* (0.000)	-17.0254* (0.005)	-19.8203 (0.333)
36-45 ปี.	57.0674				5.8623 (0.387)	3.0674 (0.882)
46-55 ปี	51.2051					-2.7949 (0.895)
56 ปีขึ้นไป	54.0000					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.006, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีมีระยะเวลาการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -12.6730, -35.5607 และ -29.6985 เดือนตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี และ 46-55 ปี จากการวิเคราะห์ พบว่า มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 และ 0.005 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุ 26-35 ปีแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี และ 46-55 ปี ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 26-35 ปีมีระยะเวลาการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี และ 46-55 ปี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -22.8877 และ -17.0254 เดือนตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุต่างกันกับ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

อายุ	$\bar{x}$ (บาท)	ไม่เกิน 25 ปี 5212.00	26-35 ปี 5858.79	36-45 ปี 8479.88	46-55 ปี 12884.62	56 ปีขึ้นไป 16333.33
ไม่เกิน 25 ปี	5212.00		-646.79 (0.405)	-3267.78* (0.000)	-7672.62* (0.000)	-11121.33* (0.000)
26-35 ปี	5858.79			-2620.99* (0.000)	-7025.83* (0.000)	-10474.54* (0.002)
36-45 ปี	8479.88				-4404.84* (0.000)	-7853.56* (0.024)
46-55 ปี	12884.62					-3.448.72 (0.331)
56 ปีขึ้นไป	16333.33					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีแตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3267.78, -7672.62 และ -11121.23 บาท ตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000, 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุ 26-35 ปีแตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2620.99, -7025.83 และ -10474.54 บาทตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 36-45 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป จากการวิเคราะห์ พบว่า มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 และ 0.024 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุ 36-45 ปีแตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 36-45 ปี มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี และ 56 ปีขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4404.84 และ -7853.56 บาทตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุต่างกันกับ พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองจำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{x}$ (ใบ)	ไม่เกิน 25 ปี 1.85	26-35 ปี 2.11	36-45 ปี 2.35	46-55 ปี 2.54	56 ปีขึ้นไป 2.33
ไม่เกิน 25 ปี	1.85		-0.26* (0.044)	-0.49* (0.001)	-0.69* (0.000)	-0.48 (0.405)
26-35 ปี	2.11			-0.24 (0.052)	-0.43* (0.012)	-0.22 (0.699)
36-45 ปี	2.35				-0.19 (0.312)	0.01 (0.979)
46-55 ปี	2.54					0.21 (0.727)
56 ปีขึ้นไป	2.33					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุไม่เกิน 25 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.044, 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุไม่เกิน 25 ปีมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 26-35 ปี 36-45 ปี และ 46-55 ปี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.26, -0.49 และ -0.69 ใบ ตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุไม่เกิน 26-35 ปี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 46-55 ปี จากการวิเคราะห์พบว่า มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุ 26-35 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุ 46-55 ปี ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 26-35 ปีมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีอายุ 46-55 ปี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.43 ใบ

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 11 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรงพยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
อายุ						
ไม่เกิน 25 ปี	50	0	6	10	9	75
26-35 ปี	162	5	19	43	27	256
36-45 ปี	53	1	3	22	10	89
46-55 ปี	18	1	3	6	11	39
56 ปีขึ้นไป	2	1	0	0	0	3
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 36.318$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.003					

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง โดยสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance)

ตาราง 12 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ระยะเวลาในการถือ ครองบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	2	27331.75	13665.874	10.385	0.000*
	ภายในกลุ่ม	459	604004.9	1315.915		
	รวม	461	631336.6			
ยอดการใช้จ่ายผ่าน บัตรเครดิตโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	2	7.1(10) ⁸	352956587	9.187	0.000*
	ภายในกลุ่ม	459	1.8(10) ¹⁰	38417926.		
	รวม	461	1.8(10) ¹⁰	2		
จำนวนบัตรเครดิต ที่ถือครอง	ระหว่างกลุ่ม	2	11.234	5.617	5.822	0.003*
	ภายในกลุ่ม	459	442.855	0.965		
	รวม	461	454.089			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรสต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

สถานภาพสมรส	$\bar{x}$ (เดือน)	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
		31.9211	47.8864	34.1000
โสด	31.9211		-15.9653*	-2.1789
			(0.000)	(0.796)
สมรส	47.8864			13.7864
				(0.108)
หย่าร้าง / หม้าย	34.1000			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพโสด กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพโสด แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -15.9653 เดือน

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรส ต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

สถานภาพสมรส	$\bar{x}$ (บาท)	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
		5987.77	7886.36	10850.00
โสด	5984.77		-1901.56* (0.002)	-4865.23* (0.001)
สมรส	7886.36			-2963.64* (0.043)
หย่าร้าง / หม้าย	10850.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพโสด กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้าง / หม้าย มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.002 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพโสด แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้าง / หม้าย ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้าง / หม้าย มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1901.56 และ -4865.23 บาท

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรส มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2963.64 บาท

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรส ต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

สถานภาพสมรส	$\bar{x}$ (ใบ)	โสด	สมรส	หม้าย / หย่า
		2.03	2.35	2.00
โสด	2.03		-0.32* (0.001)	0.03 (0.882)
สมรส	2.35			0.35 (0.129)
หย่าร้าง / หม้าย	2.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพโสด กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพโสด แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรส ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด มีจำนวนปีที่ถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.32 ใบ

สมมติฐานที่ 3.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 16 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรงพยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
สถานภาพสมรส						
โสด	174	3	16	44	29	266
สมรส	99	5	13	36	23	176
หย่าร้าง/หม้าย	12	0	2	1	5	20
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 10.160$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.254					

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.254 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One - Way Analysis of Variance)

ตาราง 17 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ระยะเวลาในการถือ ครองบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	2	15091.64	7545.822	5.620	0.004*
	ภายในกลุ่ม	459	616245.0	1342.582		
	รวม	461	631336.6			
ยอดการใช้จ่ายผ่าน บัตรเครดิตโดยเฉลี่ย ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.0(10) ⁹	505808583	13.398	0.000*
	ภายในกลุ่ม	459	1.7(10) ¹⁰	37751904.4		
	รวม	461	1.8(10) ¹⁰			
จำนวนบัตรเครดิตที่ ถือครอง	ระหว่างกลุ่ม	2	10.778	5.389	5.579	0.004*
	ภายในกลุ่ม	459	443.311	0.966		
	รวม	461	454.089			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษากับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.004, 0.000 และ 0.004 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษา
ต่างกับกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$ (เดือน)	ต่ำกว่าปริญญาตรี 34.3623	ปริญญาตรี 35.5050	สูงกว่าปริญญาตรี 49.6886
ต่ำกว่าปริญญาตรี.	34.3623		-1.1426 (0.815)	-15.3266* (0.009)
ปริญญาตรี	35.5050			-14.1839* (0.001)
สูงกว่าปริญญาตรี	49.6886			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -15.3266 เดือน

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -14.1839 เดือน

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$ (บาท)	ต่ำกว่าปริญญาตรี 5975.36	ปริญญาตรี 6243.07	สูงกว่าปริญญาตรี 9922.22
ต่ำกว่าปริญญาตรี.	5975.36		-267.71 (0.744)	-3946.89* (0.000)
ปริญญาตรี	6243.07			-3679.15* (0.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	9922.22			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3946.89 บาท

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -3679.15 บาท

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษา
ต่างกับกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$ (ใบ)	ต่ำกว่าปริญญาตรี 1.83	ปริญญาตรี 2.17	สูงกว่าปริญญาตรี 2.34
ต่ำกว่าปริญญาตรี.	1.83		-0.35* (0.009)	-0.52* (0.001)
ปริญญาตรี	2.17			-0.17 (0.144)
สูงกว่าปริญญาตรี	2.34			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.009 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวนบัตรที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.35 และ -0.52 ใบ ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 21 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรงพยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	1	4	13	7	69
ปริญญาตรี	193	3	22	50	35	303
สูงกว่าปริญญาตรี	48	4	5	18	15	90
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 8.837$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.356					

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.356 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance)

ตาราง 22 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมของผู้ ถือบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ระยะเวลาในการถือ ครองบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	4	42188.73	10547.182	8.181	0.000*
	ภายในกลุ่ม	457	589147.9	1289.164		
	รวม	461	631336.6			
ยอดการใช้จ่ายผ่าน บัตรเครดิตโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	4	3.1 (10) ⁹	786782709	23.667	0.000*
	ภายในกลุ่ม	457	1.5 (10) ¹⁰	33244224.		
	รวม	461	1.8 (10) ¹⁰	2		
จำนวนบัตรที่ถือ ครอง	ระหว่างกลุ่ม	4	31.409	7.852	8.490	0.000*
	ภายในกลุ่ม	457	422.680	0.925		
	รวม	461	454.0890			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ออกเดือนกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ออกเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน
ต่างกับกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนระยะเวลาในการถือครองบัตร
เครดิตที่ถือครอง

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$ (เดือน)	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
		26.6129	34.7056	48.4719	58.0938	55.0588
ต่ำกว่า 15,000 บาท	26.6129		-8.0927 (0.067)	-21.8950* (0.000)	-31.4808* (0.000)	-28.4459* (0.003)
15,001-30,000 บาท	34.7056			-13.7663* (0.002)	-23.3881* (0.000)	-20.3532* (0.025)
30,001-45,000 บาท	48.4719				-9.6218 (0.194)	-6.5869 (0.489)
45,001-60,000 บาท	58.0938					3.0349 (0.778)
60,001 บาทขึ้นไป	55.0588					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000, 0.000 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -21.8590, -31.4808 และ -28.4459 เดือนตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.002, 0.000 และ 0.025 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีระยะเวลาในการ

ถือครองบัตรเครดิตน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -13.7663, -23.3881 และ -20.3532 เดือนตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$ (บาท)	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
		4417.20	5946.54	8676.40	11525.00	15970.59
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4417.20		-1529.33* (0.031)	-4259.20* (0.000)	-7107.80* (0.000)	-11553.38* (0.000)
15,001-30,000 บาท	5946.54			-2729.87* (0.031)	-5578.46* (0.000)	-10024.05* (0.000)
30,001-45,000 บาท	8676.40				-2848.60* (0.017)	-7294.18* (0.000)
45,001-60,000 บาท	11525.00					-4445.59* (0.011)
60,001 บาทขึ้นไป	15970.59					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.031, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1529.33, -4259.20, -7107.80 และ -11553.38 บาทตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.031, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2729.87, -5578.46 และ -10024.05 บาท ตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.017 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-45,000 บาท มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -2848.60 และ -7294.18 บาท ตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -4445.59 บาท

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน
ต่างกับกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนจำนวนบัตรที่ถือครอง

รายได้ต่อเดือน	$\bar{x}$ (ใบ)	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001- 30,000 บาท	30,001- 45,000 บาท	45,001- 60,000 บาท	60,001 บาทขึ้นไป
		1.69	2.20	2.27	2.56	2.65
ต่ำกว่า 15,000 บาท	1.69		-0.52* (0.000)	-0.58* (0.000)	-0.87* (0.000)	-0.96* (0.000)
15,001-30,000 บาท	2.20			-0.07 (0.581)	-0.36* (0.048)	-0.44 (0.067)
30,001-45,000 บาท	2.27				-0.29 (0.140)	-0.38 (0.139)
45,001-60,000 บาท	2.56					-0.08 (0.770)
60,001 บาท ขึ้นไป	2.65					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001-60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.52, -0.58, -0.87 และ -0.96 ใบตามลำดับ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่

ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.36 ใบ

สมมติฐานที่ 5.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 26 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรง พยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำ มัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 15,000 บาท	69	1	5	11	7	93
15,001-30,000 บาท	145	3	18	41	24	231
30,001-45,000 บาท	48	2	5	17	17	89
45,001-60,000 บาท	14	1	1	10	6	32
60,001 บาทขึ้นไป	9	1	2	2	3	17
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 22.710$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.122					

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.122 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรที่ถือครอง สถิติที่ใช้ทดสอบคือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance)

ตาราง 27 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ระยะเวลาในการถือ ครองบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	2	3941.015	1745.507	1.276	0.280
	ภายในกลุ่ม	459	627845.6	1367.855		
	รวม	461	631336.6			
ยอดการใช้จ่ายผ่าน บัตรเครดิตโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	2	2.3 (10) ⁹	1130356650	32.268	0.000*
	ภายในกลุ่ม	459	1.6 (10) ¹⁰	35030562.1		
	รวม	461	1.8 (10) ¹⁰			
จำนวนบัตรที่ถือ ครอง	ระหว่างกลุ่ม	2	10.349	5.175	5.353	0.005*
	ภายในกลุ่ม	459	443.739	0.967		
	รวม	461	454.089			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.280 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน ส่วนยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่ามีค่า F - Prob. เท่ากับ 0.000 และ 0.005 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน (Multiple comparisons) ด้วยวิธี LSD ดังต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

อาชีพ	$\bar{x}$ (บาท)	รับราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พนักงานบริษัท เอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
		5535.48	6303.81	13526.09
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5535.48		-768.33 (0.346)	-7990.60* (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน	6303.81			-7222.27* (0.000)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13526.09			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -7990.60 และ -7222.27 บาทตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง

อาชีพ	$\bar{x}$ (ใบ)	รับราชการ / พนักงานรัฐ วิสาหกิจ 1.77	พนักงานบริษัท เอกชน 2.21	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว 2.24
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1.77		-0.43* (0.001)	-0.46* (0.015)
พนักงานบริษัทเอกชน	2.21			-0.03 (0.845)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.24			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.001 และ 0.015 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีอาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.43 และ -0.46 ใบ ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 6.1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 30 แสดงการทดสอบพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรจำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรง พยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้ม น้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
อาชีพ						
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	42	1	5	10	4	62
พนักงานบริษัท	225	4	21	67	37	354
เอกชน						
ประกอบธุรกิจ	18	3	5	4	16	46
ส่วนตัว						
รวม	285	8	31	81	51	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 36.934$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.000					

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือ ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรที่ถือครอง

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิ ประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร เครดิต	-0.075	0.109	ไม่มีความสัมพันธ์
ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	0.143**	0.002	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	0.125**	0.007	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากการวิเคราะห์ด้วย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ดังแสดงในตาราง 31 พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนและด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.002 และ 0.007 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.143 และ 0.125 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ เมื่อผู้ถือบัตรเครดิตได้รับปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์มากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ถือบัตรมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองมากขึ้น แต่ไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.109 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 7.1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านสถานที่ใช้บัตร

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรง พยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
ปัจจัยด้านคุณลักษณะ และสิทธิประโยชน์ที่ ได้รับจากบัตร						
1 = น้อย	4			5		9
2 = ปานกลาง	66	1	6	21	10	104
3 = มาก	215	7	25	55	47	349
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 12.562$					
	Asymp. Sig.(2-sided) = 0.128					

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.128 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติวิจัย ซึ่งหมายความว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรที่ถือครอง

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียม		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร	0.120*	0.010	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	0.137**	0.003	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	-0.060	0.196	ไม่มีความสัมพันธ์เลย

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากการวิเคราะห์ด้วย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ดังแสดงในตาราง 33 พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ตามลำดับ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.010 และ 0.003 ตามลำดับ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.120 และ 0.137 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ เมื่อผู้ถือบัตรได้รับปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมดีขึ้น จะทำให้ผู้ถือบัตรมีระยะเวลาในการถือครองบัตรยาวนานขึ้น และมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น แต่ไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.196 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 8.1 ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านสถานที่ใช้บัตร

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรง พยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
ปัจจัยด้านอัตรา ดอกเบี้ยและ ค่าธรรมเนียม						
1 = น้อย	17			9	1	27
2 = ปานกลาง	89	3	12	23	15	142
3 = มาก	179	5	19	49	41	293
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 9.852$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.276					

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.276 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 คือ ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรที่ถือครอง

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย โดยใช้วิธี Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation	Sig. (2 – tailed)	
ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร	-0.055	0.237	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	0.048	0.299	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	0.021	0.646	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากการวิเคราะห์ด้วย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ดังแสดงในตาราง 35 พบว่า ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.241, 0.299 และ 0.646 ตามลำดับ นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 9.1 ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 37 คือ สถานที่ใช้บัตร สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Chi-Square

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ด้านสถานที่ใช้บัตร

พฤติกรรมของ ผู้ถือบัตรเครดิต	สถานที่ใช้บัตร					รวม
	ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต	โรง พยาบาล	ศูนย์บริการ รถยนต์	ปั้มน้ำมัน	ภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด						
1 = น้อย	6			4	3	13
2 = ปานกลาง	76	1	9	19	11	116
3 = มาก	203	7	22	58	43	333
รวม	285	8	31	81	57	462
Pearson Chi-Square	$\chi^2 = 6.337$ Asymp. Sig.(2-sided) = 0.610					

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร โดยใช้สถิติ Chi-Square พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.610 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 10 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบโดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33-34 และ 36 ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรที่ถือครอง

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (β)	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่ (Constant) (β_0)	65.495	4.816	0.000
ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร (β_1)	-1.700	-0.453	0.651
ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม (β_2)	-5.692	-2.003	0.046
ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (β_3)	0.00914	0.028	0.977

Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	F-Ratio	F-Prob.
0.008	36.85088	2.302	0.076

จากการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression ดังแสดงในตารางที่ 37 ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 65.495 - 1.700 \beta_1 - 5.692 \beta_2 + 0.00914 \beta_3$$

(0.000) (0.651) (0.046) (0.977)

เมื่อ	$\hat{Y}$	แทน	ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	β_1	แทน	ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร
	β_2	แทน	ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม
	β_3	แทน	ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ 65.495 หมายความว่าผู้ถือบัตรเครดิตจะมีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตโดยทั่วไป 65.495 เดือน และตัวแปรที่มีส่วนร่วมในการอธิบายระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต คือ ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ -5.692 แปลว่า ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับระยะเวลาในการถือครองบัตร กล่าวคือ ถ้า ธนาคารเพิ่มอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ระยะเวลาในการถือครองบัตรจะลดลง 5.692 เดือน และจากค่า Adjusted R Square พบว่า สมการนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตได้ร้อยละ 0.008 แต่สมการนี้ไม่สามารถอธิบายได้อย่างมีนัยสำคัญ เพราะค่า F-Prob เท่ากับ 0.078 ซึ่งมากกว่า 0.05

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธี Multiple Regression

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (β)	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่ (Constant) (β_0)	235.864	0.102	0.918
ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร (β_1)	1345.908	2.118	0.035
ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม (β_2)	904.146	1.879	0.061
ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (β_3)	-450.703	-0.828	0.408

Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	F-Ratio	F-Prob.
0.022	6237.911	4.440	0.004

จากการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression ดังแสดงในตารางที่ 38 ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 235.864 + 1345.908 \beta_1 + 904.146 \beta_2 - 450.703 \beta_3$$

(0.918) (0.035) (0.061) (0.408)

เมื่อ	$\hat{Y}$	แทน	ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน
	β_0	แทน	ค่าคงที่
	β_1	แทน	ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร
	β_2	แทน	ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม
	β_3	แทน	ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ 235.864 หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตจะมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนโดยทั่วไป 235.864 บาท และตัวแปรที่มีส่วนร่วมในการอธิบายยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน คือ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 1345.908 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อธิบายได้ว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน กล่าวคือ ถ้าได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนจะเพิ่มขึ้น 1345.908 บาท

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง โดยใช้วิธี Multiple Regression

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (B)	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่ (Constant) (B ₀)	2.753	7.580	0.000
ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร (B ₁)	0.284	-2.832	0.005
ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม (B ₂)	-0.004.37	-0.576	0.565
ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (B ₃)	0.163	1.898	0.058

Adjust R Square	Std. Error of the Estimate	F-Ratio	F-Prob.
0.017	0.984	4.440	0.004

จากการวิเคราะห์ด้วย Multiple Regression ดังแสดงในตารางที่ 39 ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.753 + 0.284 B_1 - 0.004.37 B_2 + 0.163 B_3$$

(0.000) (0.005) (0.565) (0.058)

เมื่อ	$\hat{Y}$	แทน	จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง
	B_0	แทน	ค่าคงที่
	B_1	แทน	ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร
	B_2	แทน	ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม
	B_3	แทน	ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าคงที่มีค่าเท่ากับ 2.753 หมายความว่าผู้ถือบัตรเครดิตจะมีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองโดยทั่วไป 2.753 ใบ และตัวแปรที่มีส่วนร่วมในการอธิบายจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง คือ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร โดยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ -0.284 ระดับนัยสำคัญ 0.05 อธิบายได้ว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง กล่าวคือ ถ้าได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองจะเพิ่มขึ้น 0.284 ใบ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 40 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
1.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
1.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
2.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	เป็นไปตามสมมติฐาน
3.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
3.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	เป็นไปตามสมมติฐาน
3.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
3.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
3.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
4.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	เป็นไปตามสมมติฐาน
4.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
4.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
4.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
5.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
5.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	เป็นไปตามสมมติฐาน
5.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
5.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
5.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 40 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สรุปผลการทดสอบ
6.	ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน	
6.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
6.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
6.3	ด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
6.4	ด้านสถานที่ใช้บัตร	เป็นไปตามสมมติฐาน
7.	ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Pearson's Product Moment Correlation)	
7.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
7.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
7.3	ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน
8.	7.4 ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย / ค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Pearson's Product Moment Correlation)	
8.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร	เป็นไปตามสมมติฐาน
8.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
8.3	ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
9.	8.4 ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Pearson's Product Moment Correlation)	
9.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
9.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
9.3	ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
10.	9.4 ด้านสถานที่ใช้บัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Multiple Regression)	
10.1	ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
10.2	ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	เป็นไปตามสมมติฐาน
10.3	ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
2. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
3. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
4. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
5. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
6. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน
7. ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
8. ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย
9. ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

10. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จะคัดเลือกจากสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มาทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ราย และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงมีการสำรองไว้ 20% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 77 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 462 คน

การสุ่มตัวอย่างมี 2 ขั้นตอน คือ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 2) การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling) โดยการกำหนดสถานที่สุ่มตัวอย่างที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) คำถามแบบเปิด (Open – ended question) และคำถามแบบ Semantic differential

ตัวแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นการวัดโดยใช้คำถามลักษณะเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 26 เป็นเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคอร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 6 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาจากงานวิจัย ตำรา ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับรายได้ ระดับของการศึกษา อาชีพ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร

กลสิกรไทย จำนวน 26 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดแบบมาตรวัด 5 ระดับ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกลสิกรไทย จำนวน 6 ข้อ

3. นำแบบสอบถามที่เสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบ แก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่แก้ไข นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา (Content Validity)

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

6. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดข้อคำถามที่ใช้เก็บข้อมูลของตัวแปรแต่ละตัวที่ประกอบด้วยคำถามหลายข้อ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) โดยใช้สูตรของ Cronbach

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่กำหนดคือ ธนาคารกลสิกรไทย สาขาบางซื่อ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลและรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามครบตามจำนวน และไม่มีความผิดพลาด คิดเป็น 100%

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประมวลผลและนำเสนอการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ทุกฉบับและนำผลการสำรวจที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window Version 10 โดยการใช้การคำนวณค่าสถิติ ดังนี้

การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) กับแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อ 1 - 6 และ ตอนที่ 3 ข้อ 33 - 38

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) กับแบบสอบถามตอนที่ 2 และ ตอนที่ 3 ข้อ 33 - 36

3. ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับแบบสอบถามตอนที่ 2 และ ตอนที่ 3 ข้อ 33 - 36

4. หาเกณฑ์การประเมินของแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ได้แก่ แบบสอบถามตอนที่ 2

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกลสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Independent t - test ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกลสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการ

วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 5 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 6 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน ทดสอบกับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 - 34 และ 36 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ ค่า F- test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบมีปัจจัยเดียว (One – Way Analysis of Variance) ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 -34 และ 36 ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 -34 และ 36 ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 -34 และ 36 ส่วนข้อที่ 37 สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Chi-Square

สมมติฐานข้อที่ 10 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) กับแบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อ 33 -34 และ 36

เกณฑ์การประเมินแบบสอบถามที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) ในระดับคะแนน 1 - 5 คะแนน โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 ดังนี้

การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีลักษณะการให้คะแนนเป็นสเกล (Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท Semantic differential scale กับแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตมากที่สุด	เท่ากับ	5 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตมาก	เท่ากับ	4 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตปานกลาง	เท่ากับ	3 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตน้อย	เท่ากับ	2 คะแนน
มีระดับความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตน้อยที่สุด	เท่ากับ	1 คะแนน

เกณฑ์คะแนนของค่าเฉลี่ย มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งไปใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ เป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.9 โดยส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.4 ด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนั้นโดยมากจะมีสภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.6 ในด้านระดับการศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.6 ในด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50 ในด้านอาชีพโดยส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 76.6

2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อพิจารณาในแง่ของปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร จะพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญมากด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์โดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70 เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญมากแทบทุกข้อ ยกเว้นสิทธิพิเศษในการทำบัตรเสริมโดยไม่จำกัด สิทธิในการกำหนดวงเงินในการใช้บัตรเสริมได้เอง และสามารถซื้อประกันผ่านทางตู้ A.T.M ได้เท่านั้น ที่อยู่ในระดับปานกลาง

2. ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญมากด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมโดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตทั้งหมดให้ความสำคัญมากกับทุกข้อ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความสำคัญมากด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 เมื่อวิเคราะห์แยกเป็นรายข้อ พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตทั้งหมดให้ความสำคัญมากกับทุกข้อ

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยเท่ากับ 38.09 เดือน ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 6919.81 บาท ปีที่ถือบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ปี 2545 จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองโดยเฉลี่ย เท่ากับ 2 ปี สถานที่ใช้บัตรบ่อยที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 61.7 และประเภทสินค้าและบริการที่ชำระด้วยบัตรเครดิตมากที่สุด คือ สินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 41.7

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนบัตรที่ถือครอง พบว่า ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในด้านจำนวนบัตรที่ถือครองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานที่ใช้บัตร พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัย ซึ่งหมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านสถานที่ใช้บัตรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนบัตรที่ถือครอง พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรที่ถือครองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานที่ใช้บัตร พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.109 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.002 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย

จำนวนบัตรที่ถือครอง พบว่า ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.007 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สถานที่ใช้บัตร พบว่า ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยด้านสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.010 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.003 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานวิจัย

จำนวนบัตรที่ถือครอง พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.196 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สถานที่ใช้บัตร พบว่า ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร พบว่า ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการถือครองบัตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.237 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.299 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

จำนวนบัตรที่ถือครอง พบว่า ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านจำนวนบัตรที่ถือครอง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.646 นั่นคือ ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย

สถานที่ใช้บัตร พบว่า ไม่ยอมรับสมมติฐานวิจัย หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยตามสถานที่ใช้บัตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 10 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ใช้การทดสอบสมมติฐานวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) จำแนกตามพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยดังนี้

ระยะเวลาในการถือครองบัตร ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ เพราะค่า F-Prob เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ เพราะค่า F-Prob เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

จำนวนบัตรที่ถือครอง ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตร ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถ

อธิบายพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ เพราะค่า F-Prob เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ถือบัตรเครดิต ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ มีดังนี้

1.1 เพศ พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับสาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และรัชชัย ประจักษ์เศรษฐี (2545 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตชนิดบัตรวีซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย และในปัจจุบันเพศหญิงมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นและสามารถออกไปทำงานนอกบ้านได้

1.2 อายุ พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ พลยุทธ ตันทจรรย์ (2542 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี อาจจะเนื่องมาจากอยู่ในวัยทำงาน มีหน้าที่รับผิดชอบเลี้ยงดูบิดามารดา รวมไปถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ภายในครอบครัว

1.3 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และรัชชัย ประจักษ์เศรษฐี (2545 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตชนิดบัตรวีซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาจจะเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งน่าจะมีความรู้ความเข้าใจในการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างเหมาะสม

1.4 สถานภาพสมรส พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อาจจะเนื่องมาจากในปัจจุบันผู้ถือบัตรเครดิตมีการศึกษาสูง สามารถทำงานพึ่งตนเองได้ จึงทำให้มีการตัดสินใจที่จะสมรสช้าลง

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ สาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท อาจจะเนื่องมาจากมีรายได้เพียงพอที่จะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายอันเกิดจากการใช้บัตรเครดิต และมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถทำบัตรเครดิตได้

1.6 อาชีพ พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชชัย ประจักษ์เศรษฐี (2545 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตชนิดบัตรวีซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท

เอกชน อาจจะเนื่องมาจากมีรายได้ประจำอยู่เกณฑ์ค่อนข้างที่ดี และอาชีพการทำงานทำให้ต้องมีกิจกรรมนอกบ้านบ่อย เช่น ออกไปรับประทานอาหารกับเพื่อน ซื้อเครื่องแต่งกายเพื่อสวมใส่ไปทำงาน เป็นต้น

2. ด้านพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ซึ่งได้แก่ ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง และสถานที่ใช้บัตร มีดังนี้

2.1 ด้านระยะเวลาในการถือครองบัตรจากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตร 38.09 เดือนขึ้นไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธวัชชัย ประจักษ์เทรณี (2545 : 41) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตซึ่งได้แบ่งตัวชี้วัดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรมากกว่า 5 ปี อาจจะเนื่องมาจากสิทธิประโยชน์ของผู้ถือบัตรเครดิตแต่ละรายแตกต่างกัน โดยแต่ละบริษัทจะให้สิทธิประโยชน์มากมาย เพื่อกกระตุ้นให้ผู้ถือบัตรใช้บัตรของตน

2.2 ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มียอดการใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลยุทธ ตันพจจำรูญ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และสาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่า มียอดการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1,000-5,000 บาท อาจจะเนื่องมาจากเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มจึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ประกอบกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรเครดิตของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน เช่น วงเงินที่ได้รับอนุมัติ หรือจำนวนร้านค้าที่รับบัตร

2.3 ด้านจำนวนบัตรที่ถือครองส่วนใหญ่นิยมถือบัตร 2 ใบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสาลิพา ลิ้มโอภาสมณี (2541 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ซึ่งพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่นิยมถือบัตรเพียง 1 ใบ อาจจะเนื่องจากในปัจจุบันบัตรเครดิตได้มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย สภาพตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง แต่ละบริษัทได้นำเสนอสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มากมายเพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง เป้าหมายคือ กระตุ้นให้ลูกค้าสนใจหันมาถือบัตรของตนเพิ่มจากที่มีบัตรเครดิตอยู่แล้ว

2.4 ด้านสถานที่ใช้บัตรพบว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลยุทธ ตันพจจำรูญ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ใช้บัตรที่ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมากมายครบวงจร อีกทั้งยังมีความสะดวกสบาย และมีการจัดมหกรรมลดราคาสินค้าต่าง ๆ

3. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ วงเงินที่ได้รับอนุมัติให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ($X = 4.16$) และจำนวนร้านค้าและสถานที่ที่รับบัตรมีหลายแห่ง ($X = 4.11$) ทั้งนี้เนื่องจากถ้าวงเงินที่ได้รับอนุมัติให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีมากเพียงพอ และจำนวนสถานที่รับบัตรมีหลายแห่ง ทำให้ผู้ถือบัตรมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น และมีความต้องการถือบัตรเครดิตของธนาคารมากกว่า 1 ใบ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ถือบัตรเครดิตเห็นสัญลักษณ์ของธนาคารเป็นที่ยอมรับของหลาย ๆ สถานที่

3.2 ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยที่กำหนดสำหรับวงเงินค้างชำระ ($X = 3.83$) และการ

กำหนดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำ ($\bar{X} = 3.79$) ทั้งนี้เนื่องจากถ้าอัตราดอกเบี้ยสำหรับวงเงินค้างชำระ และ อัตราผ่อนชำระขั้นต่ำต่ำกว่าธนาคารอื่น ทำให้ผู้ถือบัตรเต็มใจที่จะใช้เงินซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น และต้องการถือบัตรเครดิตของธนาคารต่อไป

3.3 ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีผู้ออกบัตรเครดิตมากมาย สภาพตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในการแย่งชิงฐานลูกค้าบัตรเครดิต ทำให้ผู้ออกบัตรมีการออกกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมาในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตร โดยแต่ละบริษัทก็จะเสนอรูปแบบการส่งเสริมการตลาด เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด โดยมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมีสิทธิพิเศษหรือส่วนลดจากร้านค้า ซึ่งปัจจุบันเป็นโปรแกรมส่งเสริมการขายที่นิยมใช้ และได้รับการตอบสนองอย่างดีจากผู้ถือบัตร โดยผู้ถือบัตรใช้เหตุผลหลักนี้ช่วยในการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิต

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษา พบว่ามีหลายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันทำให้ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีระยะเวลาในการถือครองบัตร และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนผ่านบัตรเครดิตต่างกัน โดยที่เพศหญิงจะมีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตและยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าเพศชาย ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยควรดำเนินการด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายตลาดลูกค้าเพศหญิงให้มากขึ้น เช่น อาจจะให้สิทธิประโยชน์พิเศษให้กับเพศหญิง

2. เนื่องจากระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีระยะเวลาในการถือครองบัตรแตกต่างกัน โดยผู้ถือบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระยะเวลาในการถือครองบัตรน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบกับผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ต้องการให้ธนาคารปรับปรุงเรื่องกิจกรรมการตลาด การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกระดับให้เท่าเทียมกัน ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยควรปรับปรุงโดยมีการอบรมพนักงานด้านการให้บริการ รวมไปถึงกิจกรรมการตลาดดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยไม่แบ่งแยกโดยดูแลเฉพาะลูกค้าระดับสูงเท่านั้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

3. เนื่องจากรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน โดยผู้ถือบัตรเครดิตที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมียอดการใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนที่มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยควรปรับปรุงด้านอัตราดอกเบี้ยสำหรับวงเงินค้างชำระ หรือการกำหนดอัตราผ่อนชำระขั้นต่ำให้ต่ำกว่าธนาคารอื่น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยสามารถใช้จ่ายเงินทัดเทียมกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,001 บาท

4. เนื่องจากปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรมีความสัมพันธ์กับยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ประกอบกับผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ต้องการให้ธนาคารเพิ่มวงเงินใช้จ่ายให้มากขึ้น ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยควรเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งเพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีถือบัตรเครดิตของธนาคารเพียงแห่งเดียว โดยเพิ่มวงเงินใช้จ่ายให้มากขึ้น เพื่อกระตุ้นยอดการใช้จ่ายให้มากขึ้น และให้ลูกค้าหันมาถือบัตรของธนาคารเพียงแห่งเดียว

5. จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองบัตร ประกอบกับการที่ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ต้องการให้ธนาคารจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านค่าธรรมเนียมรายปีและแรกเข้า ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยจึงควรปรับปรุงในด้านการส่งเสริมการตลาดด้านค่าธรรมเนียมและแรกเข้าและรายปี โดยอาจจะมีการยกเว้นเป็นช่วงเวลาหรือตลอดชีพ เพื่อแสวงหาลูกค้าใหม่ และรักษาความพึงพอใจของลูกค้าเก่าด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิจัยเฉพาะธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ซึ่งเป็นย่านธุรกิจและเป็นที่ตั้งของหลายบริษัทฯ จึงได้ผลการวิจัยในด้านพฤติกรรมของพนักงานบริษัทเอกชนมากกว่าข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยโดยกระจายไปในเขตปริมณฑล และต่างจังหวัด

2. เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้ออกบัตรเครดิตมีหลายรายต่างก็เสนอสิทธิประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มากมาย ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในด้านความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตโดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ออกบัตรเครดิตรายอื่นกับธนาคารกสิกรไทย เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของธนาคารสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

3. เนื่องจากสถิติที่ใช้วิเคราะห์งานวิจัย เช่น Chi-Square เป็นวิธีการทดสอบที่มีข้อจำกัดเรื่องจำนวนตัวอย่างที่ใช้เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีการแบ่งตัวอย่างออกเป็นหลายกลุ่ม ทำให้บางกลุ่มมีขนาดเล็กกว่าที่กำหนดในเงื่อนไขของ Chi-Square ทำให้การประมวลผลเกิดความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสม เพื่อความถูกต้องของผลการวิจัย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์. (2545). ความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กเพรสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.บ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กล้า วาณิชย์ปัญญา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณิรัตน์ แววมณีวรรณ. (2539). "พฤติกรรมในการบริโภคและการออมของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร". วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงษ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพนิมิตการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2517). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธวัชชัย ประจักษ์เศรษฐ์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตชนิดเดบิตในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.บ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2541). "กระแสทรรศน์ ธุรกิจบัตรเครดิต : ปรับตัวรับภัยเศรษฐกิจ". รายงานสรุปข่าวธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธนาคารกสิกรไทย
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). วิธีการทางสถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจกิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.
- พลยุทธ ตันตจจำรูญ. (2542). พฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพในการซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ บช.ม.(บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2538). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2544). สถิติเพื่อการวิจัยโดยใช้คอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟันนี้พับบลิชชิง.
- ภาณุรัตน์ รัตนวราหะ. (2540). "พฤติกรรมในการบริโภคและการออมของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร". วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม.
- สุวิมล ตีรภานนท์. (2541). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุณี รักษาเกียรติศักดิ์. (2539). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คอมพิวเตอร์

สาลิพา ลิมโสภาสมณี. (2541). "พฤติกรรมใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร". วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.

อภิรักษ์ จันทานี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิ.เจ.พรินติ้ง.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (1993). *Marketing : An Introduction*. 3rd ed. Englewood Cliffs : Prentice – Hall.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium ed. New Jersey : Prentice – Hall.

McCarthy, Jerome E. (1996). *Basic Marketing : A Managerial Approach*. 12th ed. Homewood IL : Irwin.

Stanton, William J. and Charles Futrell. (1987). *Fundamentals of marketing*. 8th ed. New York : McGraw-Hill, Inc.

Websites

[http :\\www.kasikorn.com](http://www.kasikorn.com)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

**ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร กสิกรไทย :
ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ**

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคาร กสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

คำชี้แจง :

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการพิเศษบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีการศึกษา 2546 โดยแบบสอบถามฉบับนี้ประกอบไปด้วยคำถาม 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ไม่เกิน 25 ปี

☐ 26-35 ปี

☐ 36-45 ปี

☐ 46-55 ปี

☐ 56 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง / หม้าย

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

☐ 15,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 – 45,000 บาท

☐ 45,001 – 60,000 บาท

☐ 60,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 2 : ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมของของผู้ถือบัตร
เครดิตของธนาคารกสิกรไทย**

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านว่าลักษณะต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการเลือกใช้
บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยของท่านมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ที่ได้รับจากบัตร</u>					
7. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้าน ความถูกต้องของระบบข้อมูล คอมพิวเตอร์ของธนาคาร					
8. ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ของบุคคลทั่วไป					
9. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือเกี่ยว กับคุณภาพของการบริการ					
10. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้าน การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า					
11. ธนาคารมีความน่าเชื่อถือด้าน ความมั่นคงของฐานะของธนาคาร					
12. จำนวนร้านค้าและสถานที่ที่ รับบัตรมีหลายแห่ง					
13. วงเงินที่ได้รับอนุมัติให้ใช้จ่าย ผ่านบัตรเครดิต					
14. สิทธิพิเศษในการทำบัตรเสริมโดย ไม่จำกัดจำนวน					

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15. สิทธิในการกำหนดวงเงิน ในการใช้บัตรเสริมได้เอง					
16. สามารถถอนเงินสดจากบัญชี เงินฝากได้เป็นจำนวนมาก					
17. สามารถซื้อประกันผ่านทาง ตู้เอทีเอ็มได้					
18. วันตัดยอดใช้จ่ายที่ธนาคาร กำหนด					
<u>ด้านอัตราดอกเบี้ยและ</u> <u>ค่าธรรมเนียม</u> 19. อัตราดอกเบี้ยที่กำหนด สำหรับวงเงินค้างชำระ					
20. การกำหนดอัตราผ่อนชำระ ขั้นต่ำ					
21. การเสียค่าธรรมเนียมในการขอ ใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต					
22. การเสียค่าธรรมเนียมในการขอ สำเนาใบบันทึกการขาย(Sales Slip)					
23. การเสียค่าธรรมเนียมอายุัด บัตรหายหรือถูกขโมย					
<u>ด้านส่งเสริมการตลาด</u> 24. ประเภทรายการสินค้าแลกซื้อ จากการสะสมแต้ม					

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
25. การยกเว้นค่าธรรมเนียม แรกเข้าและรายปี					
26. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการ ขายโดยมีสิทธิพิเศษหรือส่วนลด จากร้านค้า					
27. การบริจาค หรือกิจกรรมการ กุศล เช่น มอบทุนการศึกษาให้กับเด็ก ผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา					
28. กิริยามารยาทของพนักงาน ธนาคารเมื่อติดต่อเรื่องบัตรเครดิต					
29. ความรู้ความสามารถของพนักงาน ธนาคารในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต					
30. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ของพนักงานธนาคาร					
31. ความชัดเจนและความถูกต้องใน การให้ข้อมูลด้านบัตรเครดิตของ พนักงานธนาคาร					
32. ความรวดเร็วในการออกบัตร ใหม่					

ส่วนที่ 3 : พฤติกรรมผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

33. ท่านเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยมาประมาณ.....ปี.....เดือน
34. ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยของท่านโดยเฉลี่ย.....บาท/เดือน
35. ท่านเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.....
36. ท่านมีบัตรเครดิตที่ท่านถือครองเป็นสมาชิกบัตรหลักที่ออกโดยธนาคารต่าง ๆ และห้างสรรพสินค้า ซึ่งท่านสามารถใช้ซื้อของหรือใช้บริการได้โดยไม่ต้องชำระเงินสด บัตร
37. สถานที่ที่ท่านมักชำระค่าสินค้าหรือบริการด้วยบัตรเครดิตบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- | | |
|---|-------------------------------------|
| ☐ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต | ☐ โรงพยาบาล |
| ☐ ศูนย์บริการรถยนต์ | ☐ ปั๊มน้ำมัน |
| ☐ ภัตตาคาร / ร้านอาหาร | ☐ โรงแรม |
| ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |
38. ประเภทสินค้าและบริการที่ท่านชำระด้วยบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| ☐ ทานอาหารนอกบ้าน | ☐ ศูนย์บริการรถยนต์ |
| ☐ สินค้าอุปโภค / บริโภค | ☐ เติมน้ำมันรถ |
| ☐ เครื่องแต่งกาย | ☐ ค่ารักษาพยาบาล |
| ☐ เครื่องสำอางค์ | ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

ภาคผนวก ข.
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบัตรเครดิต

ประเภทของบัตรเครดิต

การแบ่งประเภทของบัตรเครดิตสามารถทำได้หลายวิธี แล้วแต่จะพิจารณาว่าใช้ปัจจัยอะไรเป็นเกณฑ์การแบ่ง แต่โดยทั่วไปนิยมแบ่งตามลักษณะของผู้ถือบัตรเป็นเกณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการแบ่งตามลักษณะการใช้บัตรเครดิต และการแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตรตามหน้าที่ ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย (2536 : 13) ได้จัดประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การแบ่งตามลักษณะของผู้ถือบัตร แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. บัตรเครดิตของธนาคาร (Bank Card) ธนาคารหรือกลุ่มของธนาคารเป็นผู้ถือบัตร เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยและบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น สำหรับบัตรเครดิตบางบัตรมีสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการบัตรเครดิตกระจายอยู่ทั่วโลก เช่น บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด เป็นต้น

2. บัตรเครดิตของบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต (Company Card) ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กเพรส, บัตรไดเนอร์สคลับและซิตีแบงก์วีซ่า ซึ่งแต่ละบัตรมีตัวแทนและสถานที่รับบัตรอยู่ในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกผู้ถือบัตร

3. บัตรเครดิตของธุรกิจอื่น ๆ (Private House Credit) เช่น บัตรเครดิตของโรงแรม, โรงพยาบาลเอกชน, ภัตตาคารและห้างสรรพสินค้า บัตรเครดิตประเภทนี้มีขอบเขตค่อนข้างจำกัด เนื่องจากสมาชิกสามารถใช้บริการได้เฉพาะที่เท่านั้น เช่น บัตรเครดิตดุสิต ซึ่งเป็นการร่วมระหว่างโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตธานีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จะสามารถใช้บริการจากโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตธานี และโรงแรมรอยัลปริ้นเซสและสถานบริการแจ้งข่าวสารรายการสินค้าราคาพิเศษที่มีให้เฉพาะสมาชิกได้เลือกสรร และบัตรเครดิตเซ็นทรัล บัตรเครดิตโรบินสัน ซึ่งจะใช้บริการได้ภายในสถานบริการของตนเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีบัตรประเภทเดียวกันนี้ที่กำลังเป็นที่นิยม คือบัตรเครดิตของกลุ่มชินวัตร และสยามกลการ เป็นต้น

การแบ่งตามลักษณะการให้เครดิต แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. เครดิตการ์ด (Credit Card) จะจำกัดวงเงินเครดิตในแต่ละเดือน หรือวงวดการชำระเงิน ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด และบัตรวีซ่าการ์ด เป็นต้น

2. ชาร์จการ์ด (Charge Card) ไม่จำกัดวงเงินใช้จ่าย ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กเพรส บัตรไดเนอร์สคลับ บัตรซิตีแบงก์วีซ่า เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในประเภทเครดิตการ์ด

การแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตร (Area of Usage) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทที่ใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย (Domestic Card) ได้แก่ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ บัตรไดเนอร์สคลับ(ประเทศไทย) บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และอื่น ๆ

2. ประเภทที่ใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (International Card) ได้แก่ บัตรวีซ่า บัตรวีซ่าพรีเมียม บัตรมาสเตอร์ บัตรอเมริกันเอ็กเพรส บัตรไดเนอร์สคลับ(สากล) บัตรซิตีแบงก์วีซ่า เป็นต้น

การที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บัตรประเภทใด อาจจะพิจารณาจากความจำเป็นเรื่องการใช้จ่ายหรือความจำเป็นในการเดินทาง สถานที่ที่ประกอบอาชีพ เช่น นักธุรกิจที่ต้องเดินทางไปทำธุรกิจต่างประเทศเป็นประจำ ก็อาจเลือกใช้บัตรที่สามารถใช้ในต่างประเทศได้สะดวกหรือคนเดียวอาจมีหลาย ๆ ใบ เพื่อความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยของตนเองมากขึ้น

ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิต

หน้าที่และผลประโยชน์ ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิตอาจจำแนกเป็น 4 ฝ่าย คือ ผู้ออกบัตร ผู้ถือบัตร ร้านค้าผู้รับบัตร และผู้ควบคุมดูแลธุรกิจบัตรเครดิต

ผู้ออกบัตรเครดิต

ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิตบริษัทห้างร้านต่างๆ เป็นต้น มีหน้าที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิตและดำเนินการให้ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถใช้ประโยชน์จากบัตรเครดิตในการชำระค่าใช้จ่ายและค่าบริการต่างๆ จากร้านค้าและสถานบริการที่ได้ตกลงกับผู้ออกบัตรเครดิตไว้แล้ว โดยผู้ออกบัตรเครดิตจะได้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่งหรือหลายทางในลักษณะต่อไปนี้ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการออกบัตร ทั้งค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี รวมทั้งค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่ผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด เช่น ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า ธรรมเนียมรายปี รวมทั้งค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด เช่น ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า ดอกเบี้ยค้างชำระจากผู้ถือบัตรเครดิต เบี้ยปรับ และส่วนลดการทำเคลียร์รายการซื้อขาย (Sales Slip) ต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ออกบัตรเครดิตยังยอมเป็นผู้รับความเสี่ยงทั้งหมดในกรณีที่ไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรเครดิตอีกด้วย

ผู้ถือบัตรเครดิต

จะได้รับประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการในด้านต่างๆ เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยอันเกิดจากการที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก การเป็นที่ยอมรับของร้านค้าผู้รับบัตรเครดิต การได้รับสิทธิพิเศษบางประการที่ร้านค้าหรือ(ผู้ออกบัตรเครดิตจัดให้มีขึ้น สามารถเบิกเงินสดฉุกเฉินล่วงหน้า สำหรับบรรเทาความเดือดร้อนได้ สำหรับบัตรเครดิตบางประเภทผู้ถือบัตรอาจได้รับประโยชน์จากการได้รับข้อมูลข่าวสารบางประการ จากผู้ออกบัตรเครดิตส่งมาให้ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ถือบัตรเครดิตมีหน้าที่ที่ต้องชำระเงินภายในระยะเวลาตามข้อตกลง ตลอดจนชำระค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ยหรือเบี้ยปรับตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้แล้วเช่นกัน

ร้านค้าผู้รับบัตร

มีหน้าที่ยินยอมให้ผู้ถือบัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตแทนการชำระด้วยเงินสดด้วยความสุจริตและระมัดระวังตามสมควรโดยร้านค้าจะเรียกเก็บเงินจากผู้ออกบัตรเครดิตในภายหลังต่อไปประโยชน์ที่ได้รับคือการเพิ่มปริมาณการขายสินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้นจากสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตและการจัดรายการพิเศษที่อาจจัดขึ้นมาเองหรือร่วมกับผู้ออกบัตรเครดิตโดยสามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางช่องสื่อสารระหว่างผู้ออกบัตรเครดิตกับผู้ถือบัตรเครดิต โดยยอมเสียส่วนลดให้แก่ผู้ออกบัตรเครดิตเพื่อเป็นค่าบริการเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรเครดิต

ผู้ควบคุมดูแลธุรกิจบัตรเครดิต

ให้เกิดความเป็นธรรมและผลประโยชน์แก่เศรษฐกิจของชาติได้แก่ คณะกรรมการว่าด้วยสัญญาสำนักงานคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในฐานะที่บัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่ควบคุมสัญญา โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ทั้งนี้ทำให้บัตรเครดิตทุกชนิดและทุกประเภทจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายดังกล่าว อันก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ใช้บริการซึ่งแต่เดิมมีความแตกต่างในสาระของสัญญาของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแต่ละรายอยู่พอสมควร ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะเป็นผู้กำกับดูแลธนาคารพาณิชย์ ตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ ซึ่งควบคุมดูแล

และธุรกิจบัตรเครดิตในส่วนของการเงินได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิตชนิด Bank Card และการควบคุมการใช้จ่ายอันเกิดจากการนำบัตรเครดิตไปใช้ในต่างประเทศ

ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยควบคุมด้านคุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต ดูแลการใช้จ่ายอันเกิดจากบัตรเครดิตเพื่อให้เหมาะสมกับพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการเงินของประเทศ ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงเป็นต้น อย่างไรก็ตามธนาคารแห่งประเทศไทยไม่อาจควบคุมและกำกับดูแลบัตรเครดิตภายในประเทศที่ผู้ออกบัตรไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ได้ อันอาจก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำด้านการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตในขนาดอันใกล้นี้

ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

ประเทศที่คิดค้นและนำบัตรเครดิตมาใช้เป็นประเทศแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1914(พ.ศ.2457) โดยบริษัทเยนเนอร์ลีโอโทรเลียม คอร์ปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย (ปัจจุบัน คือ บริษัทโมบิลลอยล์) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งให้แก่พนักงานของบริษัทและลูกค้าของตนเองบางรายที่ได้เลือกสรรแล้วให้ใช้บัตรดังกล่าวแทนเงินสดได้ โดยสามารถนำไปใช้ชำระค่าน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ใช้ได้เฉพาะในกลุ่มของตนเองเท่านั้น นำไปใช้กับบุคคลอื่นไม่ได้ และบัตรเครดิตฉบับแรกนี้มีลักษณะเป็นเหรียญโลหะ

ครั้นต่อมาในปี ค.ศ.1920(พ.ศ.2463) บริษัทจำหน่ายน้ำมันก็ได้ออกบัตรในทำนองนี้ให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก (Courtesy Card) แต่ก็ปรากฏว่าเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือในวงจำกัดแค่บริษัทที่จำหน่ายน้ำมันนั้นเท่านั้นและยังคงจำกัดอยู่ในท้องถิ่นนั้นด้วย หลังจากนั้นก็มีการตกลงกันระหว่างบริษัทว่าจะมีการยอมรับและให้ความเชื่อถือบัตรที่ออกโดยบริษัทที่เป็นคู่สัญญากัน จากข้อตกลงนี้ทำให้ลูกค้าสามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการตามหน่วยบริการน้ำมันได้กว้างขวางขึ้น แต่ก็ยังคงจำกัดเฉพาะตามหน่วยบริการน้ำมันของบริษัทคู่สัญญาเท่านั้น

ปัญหาก็ตามขึ้นมา เนื่องจากบริษัทจำหน่ายน้ำมันมีเป็นจำนวนมาก ลูกค้าก็ต้องพกบัตรติดตัวเป็นจำนวนมากขึ้นเช่นกันทำให้เกิดความไม่สะดวกในการใช้บริการ จึงทำให้เกิดความคิดที่ต้องจัดตั้งหน่วยงานกลางขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนในการติดตามเก็บเงินจากลูกค้าให้กับบริษัทน้ำมันทุกบริษัท และให้เป็นผู้ออกบัตรที่จะใช้ในธุรกิจการจำหน่ายน้ำมัน

ต่อมาในปี ค.ศ.1950(พ.ศ. 2493) นาย แฟรงค์ แมคนามารา(Frank Mc. Namara) นักธุรกิจชาวนิวยอร์ก ได้ไปรับประทานอาหารเย็นที่ภัตตาคารแห่งหนึ่ง แล้วลืมพกกระเป๋าสตางค์ติดตัวไป จึงไม่มีเงินชำระค่าอาหาร ต้องโทรศัพท์ให้ภรรยานำเงินไปให้ จากเหตุการณ์นี้เองทำให้เขาคิดว่าน่าจะมีบัตรพิเศษใช้แทนเงินได้ เขาจึงนำความคิดนี้ไปหารือกับนายราล์ฟ ชไนเดอร์(Ralph Schneider) ทนายความที่ปรึกษาของเขาว่า วิธีการดังกล่าวจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และในที่สุดทั้งสองจึงได้จัดตั้งบริษัท ไดเนอร์สคลับ (Diners Club) และออกบัตรเครดิต "Diners Club" เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ ฯลฯ แทนการชำระด้วยเงิน ซึ่งคำว่า Diners นั้นก็มาจากคำว่า Dinner ที่แปลว่าอาหารเย็นนั่นเอง

บัตรเครดิต Diners นี้ได้แพร่หลายทั่วไป ผู้ถือบัตรสามารถนำไปใช้กับโรงแรมและภัตตาคารในนิวยอร์กได้ ในระยะแรกเริ่มนั้นมีภัตตาคารเพียง 40 แห่งที่ยอมรับและให้ความเชื่อถือบัตร Diners Club แต่ในปัจจุบันการใช้ และการยอมรับบัตรนี้แพร่หลายไปทั่วโลก และนับเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่แตกต่างไปจากบัตรเครดิตของบริษัทโมบิลลอยล์ เพราะบริษัท Diners Club ไม่ได้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าเอง เพียงแต่มีข้อตกลงกับสมาชิกผู้รับบัตรว่า บริษัท Diners Club จะเป็นผู้ชำระเงินให้ เมื่อสมาชิกบัตรหรือผู้ถือบัตรได้ใช้บัตรนั้น

ซื้อสินค้าหรือบริการ จากนั้นจึงเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร ทุกวันนี้ปรากฏว่าบัตรดังกล่าวได้รับความนิยมแพร่หลายเป็นที่รู้จักกันในรูปแบบของ “บัตรเครดิตอเนกประสงค์(All Purposes Credit Card)

ปี ค.ศ.1951 (พ.ศ.2494) ธนาคารแฟรงก์กลิน เนชั่นแนล(Franklin National Bank) ซึ่งถือว่าเป็นธนาคารแห่งแรกได้เข้ามาดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต แต่ต้องประสบกับปัญหาการถูกปลอมบัตรเครดิต ทำให้ธนาคารได้รับความเสียหายอย่างมาก

ต่อมาในปี ค.ศ.1958(พ.ศ.2501) บริษัท อเมริกัน เอ็กซ์เพรส(American Express) ได้ออกบัตรเครดิต เพื่อการเดินทางและรับรองโดยใช้ชื่อว่า บัตรอเมริกัน เอ็กซ์เพรส มีการเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ถือบัตรเป็นรายปี และเก็บค่าธรรมเนียมในการเป็นร้านค้ารับบัตรเครดิตในอัตราส่วนตามราคาสินค้าและบริการ บัตรนี้ได้มีวิวัฒนาการขึ้นเรื่อยๆ จนปัจจุบันแพร่หลายไปยังทวีปยุโรป เอเชีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา

ในปี ค.ศ.1969 (พ.ศ.2512) ธนาคารหลายแห่งได้ร่วมกันทำธุรกิจบัตรโดยใช้ชื่อว่า มาสเตอร์ชาร์จ(Master Charge) ซึ่งต่อมาในปี ค.ศ. 1983 (พ.ศ.2526) เปลี่ยนชื่อเรียกเป็น มาสเตอร์การ์ด (Master Card) และได้ใช้ชื่อนี้มาตลอดจนถึงปัจจุบัน

ความเป็นมาของบัตรเครดิตในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย เริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรก เมื่อ พ.ศ.2512(ค.ศ.1969) ผู้ออกบัตรคือ บริษัท ไคเนอร์ส คลับ(ประเทศไทย) จำกัด แต่ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร เพราะผู้ถือบัตรส่วนใหญ่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้บริหารระดับสูงไม่กี่คน

ปี พ.ศ.2513 (ค.ศ.1970) ธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศที่เรียกว่า Bank Americard หรือที่รู้จักกันในขณะนี้ว่า วิซ่า (Visa) เข้ามาใช้ในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2515 (ค.ศ.1972) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตร ชื่อ “บัตรเครดิตอเนกประสงค์” ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของคนไทย โดยธนาคารของไทยเป็นผู้ออก

ปี พ.ศ. 2517 (ค.ศ.1974) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทน (Franchisee) ในการออกบัตรมาสเตอร์การ์ด (Master Card) ซึ่งเป็นบัตรเครดิตต่างประเทศให้เผยแพร่ในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2521 (ค.ศ.1978) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตของตนเอง เรียกชื่อว่า “บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย” และในขณะเดียวกัน ธนาคารศรีนคร จำกัด ก็ได้ออกบัตรเครดิตที่มีชื่อเรียกว่า “บัตรอเนกประสงค์ ธนาคารศรีนคร” ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นการแข่งขันการทำธุรกิจบัตรเครดิตขึ้นในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2522 (ค.ศ.1979) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของ วิซ่าอินเตอร์เนชั่นแนล (Visa International) และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทน (Franchisee) ออกบัตรเครดิต วิซ่า(Visa) ในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2524 (ค.ศ.1981) บริษัท ซี ทัวร์ จำกัด (Sea Tour Co., Ltd.) ตกลงร่วมกับ บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด โดยมีธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร่วมทุนกันตั้ง บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด(American Express (Thailand) Co., Ltd.) ออกบัตรเครดิต อเมริกันเอ็กซ์เพรส

ปรากฏว่า บัตรเครดิต ได้รับความนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก มีการประมาณการว่า ในปี พ.ศ.2536 มีผู้ถือบัตรเครดิตทั้งบัตรในประเทศและบัตรเครดิตระหว่างประเทศมากกว่า 1.7 ล้านใบ

ปี พ.ศ.2540 มีจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้น 2,010,215 ใบ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2539 คิดเป็นร้อยละ 19.6 โดยแยกเป็นบัตรธนาคารพาณิชย์ไทย 1,484,001 ใบ ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2539 ถึง 2.02% ทั้งนี้เพราะธนาคารไทยจำกัดการออกบัตรเครดิต และมีการตรวจสอบคุณสมบัติผู้ขอมีบัตรเครดิตเข้มงวดยิ่งขึ้น และในขณะเดียวกันมีบัตรเครดิตที่ครบกำหนดแต่ลูกค้าไม่ต่ออายุ เพราะต้องปฏิบัติตามกฎหมายใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เข้มงวดขึ้น

ส่วนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศมียอดผู้ถือบัตร 526,214 ใบ เพิ่มขึ้น 15.16 %

สำหรับปริมาณการใช้บัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2540 นั้นมีมูลค่าทั้งสิ้น 149,392 ล้านบาท ลดลง 0.12% เป็นปริมาณการใช้ในประเทศ 138,451 ล้านบาท โดยคนไทยใช้ 100,278 ล้านบาท ปริมาณการใช้ลดลง 3.34%

แต่ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของชาวต่างประเทศในไทยทั้งสิ้น 38,171 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.92%

ส่วนปริมาณการใช้บัตรเครดิตของคนไทยในต่างประเทศมีทั้งสิ้น 10,941 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2539 คิดเป็น 21.79% ทั้งนี้เป็นผลมาจากค่าเงินบาทอ่อนตัวลง

แต่หากรวมการใช้บัตรเครดิตของคนไทยทั้งหมด จะเป็นจำนวนถึง 111,219 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2539 ถึง 5.53% ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

นอกจากบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารหรือบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตแล้วยังมีห้างสรรพสินค้าหลาย ๆ แห่งทำการออกบัตรเครดิตด้วยเพื่อให้ใช้ซื้อสินค้าและบริการเฉพาะในกิจการของห้างสรรพสินค้าหรือสาขาของตน เรียกว่า บัตรเครดิตห้างสรรพสินค้า (Department Store Card) โดยเป็นบัตรที่ทางห้างออกให้กับผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกของห้าง บัตรนี้จะไม่มีการเก็บค่าสมาชิกแรกเข้าหรือค่าสมาชิกรายปี บัตรประเภทนี้ผู้ถือบัตรของห้างฯ สามารถนำบัตรไปซื้อสินค้าหรือบริการจากห้างฯ ได้ เช่น บัตรห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล บัตรห้างสรรพสินค้าไอโก้ เป็นต้น

แต่บัตรประเภทนี้กำลังลดน้อยลงไป เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับสิทธิเป็นตัวแทนออกบัตร (Franchisee) นั้น ได้เข้าไปดำเนินการออกบัตรให้กับห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ แทน โดยนำเอาชื่อ สัญลักษณ์ของห้างสรรพสินค้านั้น ๆ พิมพ์ลงบนบัตรเครดิตแทน ธนาคารผู้ทำหน้าที่ออกบัตรจะรับหน้าที่ชำระเงินแทนผู้ถือบัตรเครดิตของห้างไปก่อนเมื่อทางห้างฯ ส่ง Sales Slip ไปเรียกเก็บเงินจากธนาคาร จากนั้นธนาคารผู้ออกบัตรจะเรียกเก็บเงินกับผู้ถือบัตรในภายหลัง ทั้งนี้ ธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียม (Discount Fee) จากห้างสรรพสินค้าเล็กน้อย ทำให้ห้างสรรพสินค้าสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการออกบัตรและความรับผิดชอบลงไปได้มาก (พ.ต.ท.สุรเชษฐ ชีรวินิจ 2541 : 6-11)

สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต

ปัจจุบันระบบการใช้บัตรเครดิต ซึ่งถูกจัดให้อยู่ในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ และกำลังเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น ๆ ขึ้นไปอีก ธุรกิจบัตรเครดิตให้สิทธิประโยชน์กับบุคคล 3 กลุ่ม คือ ผู้ออกบัตรเครดิต ร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรเครดิตและผู้ถือบัตร ซึ่งทั้ง 3 กลุ่ม ต่างก็ได้รับสิทธิประโยชน์แตกต่างกันคือ ผู้ออกบัตรเป็นผู้ได้รับรายได้จากค่าธรรมเนียมที่เก็บจากผู้ใช้บัตร ค่าดอกเบี้ยจากกรณีใช้เงินเกินบัญชีและค่าส่วนลดที่หักจากร้านค้าสมาชิก นอกจากนี้ยังเป็นการลดปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้เช็คอีกด้วย ร้านค้าที่รับบัตรเครดิตเป็นผู้ใช้เครดิต โดยมีผู้ออกบัตรรับภาระความเสี่ยงในเรื่องหนี้สูญและในเรื่องธนบัตรปลอม นอกจากนี้ยอดขายของทางร้านค้ายังมีแนวโน้มสูงขึ้นและสะดวกในการที่ไม่ต้องเตรียมเงินไว้ทอนและร้านค้ายังอาจมีความ

สัมพันธ์ที่ดีกับธนาคาร อาจทำให้ธนาคารพิจารณาเพิ่มเครดิตให้มากขึ้น ส่วนผู้ถือบัตรจะได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น ความสะดวกและความปลอดภัยจากการที่ไม่ต้องพกเงินสดติดตัว และไม่ต้องเตรียมเบิกเงินสดไว้สำหรับวันหยุดธนาคาร อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในเวลาที่ต้องจ่ายเงินยามฉุกเฉิน สามารถซื้อสินค้าได้ก่อนโดยไม่ต้องชำระเงินสด ผู้ถือบัตรจะได้เครดิตในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (คือวันที่ซื้อสินค้าจนถึงวันที่ถูกตัดบัญชี) โดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยหรือสามารถซื้อของที่จำเป็นได้ถึงแม้จะไม่มีเงินตอนนั้น จากการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิต ทำให้ผู้ออกบัตรใช้วิธีส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เพื่อดึงดูดลูกค้าโดยเฉพาะการเสนอสิทธิประโยชน์ที่พิเศษหลาย ๆ ประการให้กับผู้ถือบัตรของตนและยังได้ประโยชน์อื่น ๆ อีก เช่น สามารถใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดได้ การได้รับวงเงินสินเชื่อจากผู้ออกบัตร เป็นต้น

จากสิทธิประโยชน์ของธุรกิจบัตรเครดิตที่มีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นทำให้บัตรเครดิตเข้ามามีบทบาทในการใช้จ่ายแทนเงินสด จนกลายเป็นบริการหลักของธนาคารที่มีส่วนแบ่งทางตลาดสินเชื่อสูงมาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตจึงประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินธุรกิจและยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกยี่ห้อบัตรด้วย ตามที่กองบรรณาธิการนิตยสารการเงินการธนาคาร กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการหาสมาชิกบัตรโดยทั่วไปนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการขายโดยธนาคารมีวัตถุประสงค์ในการออกบัตรเครดิต เพื่อให้บริการลูกค้าของธนาคาร ดังนั้นการหาสมาชิกบัตรและการส่งเสริมการขาย จึงไม่ใช่ความพยายามทางการตลาดมากนักแต่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายร่วมกับสายบริการของธนาคารไปพร้อม ๆ กัน ดังนี้ คือ

1. การใช้พนักงานขายโดยการส่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจของธนาคารออกชักชวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้หันมาใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร ซึ่งรวมทั้งบัตรเครดิตด้วย
2. การประชาสัมพันธ์ ใช้เพื่อแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบัตรเครดิตให้ผู้ใช้บริการหรือผู้สนใจทั่วไปทราบ
3. การโฆษณา ส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณาสถาบันออกบัตรมากกว่า เพื่อเป็นการเตือนความจำ นอกจากนั้นก็มีการวางแผนประชาสัมพันธ์การใช้บริการพร้อมแบบฟอร์มการขอใช้บัตรตามสาขาของธนาคารและห้างสรรพสินค้าด้วย

ส่วนสถาบันการเงิน เน้นการใช้ความพยายามทางการตลาดในการหาสมาชิกเป็นอย่างมาก โดยทั่วไปนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการขาย คือ

- การโฆษณา ใช้เพื่อกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักบัตรเครดิตและเป็นสมาชิกเน้นการขายทางจดหมายให้ประสบผลสำเร็จ สื่อในการโฆษณาจะยึดโทรทัศน์เป็นหลักและสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจทั่วไป
- การส่งเสริมการขาย ที่นิยมใช้กันมีการแถมของขวัญเมื่อสมัครเป็นสมาชิกและอีกวิธีคือการจัดรายการสมาชิกแนะนำสมาชิก โดยผู้ถือบัตรจะแนะนำให้คนรู้จักสมัครเป็นสมาชิกแล้วจะได้รับคูปองเพื่อสะสมไว้แลกของรางวัล

บัตรเครดิตนั้นแต่ละสถาบันที่ออกบัตรต่างก็แข่งขันกันให้บริการ และอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตรของตนมากมาย เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรของตน แต่ละบัตร ส่วนมากก็ให้สิทธิประโยชน์ที่เหมือนกันหลายประการ ทั้งบัตรภายในประเทศและบัตรสากลที่ใช้ได้ทั่วโลก ซึ่งพอจะสรุปสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต ดังต่อไปนี้

1. ด้านการใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการ

- มีร้านค้าที่รับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ
- ใช้ชำระค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำประปา , ไฟฟ้า, โทรศัพท์ผ่านเครื่อง ATM ได้)

- ใช้ถอนเงินสดจากเครื่อง ATM ในเครือข่ายเดียวกันทั่วประเทศไทย
- สามารถใช้สั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ในราคาพิเศษได้
- ใช้ชำระค่าตัวพาหนะและค่าบริการในการเดินทางได้
- ใช้ได้กับสถานบริการหลายประเภท เช่น โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร ห้อง

อาหาร

- โรงพยาบาลเอกชน คลินิก ร้านตัดเสื้อผ้า ปั๊มน้ำมัน อยู่ช้อปปิ้ง ร้านอะไหล่ ฯลฯ

2. ด้านการบริการรับจ่ายเงินคืนค่าสินค้าและบริการของสถานออกบัตร

- ให้เครดิต 45 วันโดยไม่คิดดอกเบี้ย
- ได้รับการยกเว้นค่าแปลงเงินสกุลอื่น เมื่อใช้จ่ายในต่างประเทศ
- ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทาง
- สามารถกำหนดวงเงินชำระคืนเองได้ตามต้องการ
- สามารถชำระเงินได้จากหลายบัญชีที่บัตรและรายวันหรือออมทรัพย์ก็ได้

3. ด้านการบริการคุ้มครองสมาชิกผู้ถือบัตรและคุ้มครองบัตร

- ประกันภัยอุบัติเหตุในการเดินทาง ทั้งผู้ถือบัตรและรวมถึงสมาชิกในครอบครัวด้วย เมื่อใช้บริการบัตรเครดิตในการเดินทาง

- หากบัตรเครดิตเกิดการสูญหายเมื่อแจ้งให้สถาบันออกบัตรทราบแล้ว ไม่ต้องรับผิดชอบอีกต่อไป

ขอบอีกต่อไป

- มีรูปผู้ถือบัตรพร้อมลายเซ็นเพื่อป้องกันการแอบอ้างใช้บัตร
- มีบริการประกันชีวิตคุ้มครองเครดิต (กรณีผู้ถือบัตรถึงแก่กรรม สมาชิกในครอบครัว

ไม่ต้องรับผิดชอบหนี้สินค้างชำระกับสถานออกบัตร)

- ชดใช้ค่าเสียหายจากการเดินทาง เช่น กระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย เป็นต้น

4. ด้านการแข่งขันเพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจ

- ไม่เก็บค่าบริการพิเศษอื่น ๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมรายปี
- วงเงินอนุมัติให้ใช้จ่ายสูง
- ออกบัตรเสริมได้ไม่จำกัดจำนวน และยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า รวมทั้งเสียค่าธรรมเนียมรายปีเพียงครั้งเดียว

- ไม่ต้องมีเงินฝากประจำหรือเป็นลูกค้าของธนาคารมาก่อน
- อนุมัติการจ่ายเงินตลอด 24 ชั่วโมง
- สามารถใช้จ่ายได้โดยไม่จำกัดวงเงิน
- แจกของกำนันเมื่อแรกสมัครเข้าเป็นสมาชิก
- ให้ความคุ้มครองสินค้าที่ซื้อโดยบัตรเครดิต หากเกิดการสูญหายหรือจากการ

โจรกรรมหรืออุบัติเหตุเป็นเวลา 90 วัน

- บริการจัดส่งของขวัญหรือ ใช้สำรองที่นั่งในการชมการแสดงต่างๆ ได้
- มีรายการคืนกำไร เช่น การสะสมเซลล์สลิป เพื่อแลกของกำนันหรือใช้ซื้อสินค้า

ราคาพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ ได้

- ใช้สื่อโฆษณาเป็นบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในวงสังคม
- บริการส่งใบสมัครและสามารถสมัครเป็นสมาชิกบัตรโดยทางไปรษณีย์ได้

5. ด้านบริการหลังขาย

การบริการหลังการขายที่สถานออกบัตรดำเนินการให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตร โดยทั่วไปแทบทุกบัตร จะให้บริการหลังจากขายที่เหมือน ๆ กัน คือเสนอสิทธิประโยชน์พร้อมทั้งบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่ กลุ่มผู้บริโภคจะสามารถนำมาพิจารณา เพื่อเลือกใช้บัตรของสถาบันใดได้อย่างถูกต้องและมีประโยชน์มากที่สุด การบริการหลังการขายมีเหมือนกันแทบทุกแห่ง คือ

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

ความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทยได้เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท มีพนักงานชุดเริ่มแรก 20 คน โดยมีนายโชติ ลำซำ เป็นกรรมการผู้จัดการคนแรก และมีสำนักงาน บริการด้านการเงินการธนาคารแก่ลูกค้า ประชาชน เพียงแห่งเดียวอยู่ที่ถนนเสือป่า จนกระทั่งวันที่ 10 ธันวาคม 2488 จึงได้ตั้งสำนักงานสาขาแห่งแรกขึ้น คือสาขาหาดใหญ่ และเมื่อสิ้นปี 2488 ยอดเงินฝากทุก ประเภทมีมากถึง 18,144,963.13 บาท ซึ่งเป็นมูลค่าจำนวนมากสำหรับภาวะเศรษฐกิจการเงินในสมัยนั้น

ในสิ้นปี 2503 ธนาคารกสิกรไทย มีเงินทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 20 ล้านบาท การประกอบกิจการของ ธนาคารได้เจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ ต่อมาในปี 2509 ธนาคารจึงได้มีการเพิ่มทุนจากเดิม 20 ล้านบาท เพื่อให้เป็นการรองรับการเติบโตใหญ่ของธนาคารและมีกองทุนสูงพอสำหรับการขยายสินเชื่อให้กับกิจการต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และในวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2510 ได้ย้ายสำนักงานใหญ่เดิมจากถนนเสือป่ามาตั้งอยู่ อาคาร 9 ชั้น เลขที่ 142 ถนนสีลม

ด้วยการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้ที่ทำการสำนักงานใหญ่ ถนนสีลมคับแคบลงไม่คล่องตัว ต่อการทำงานของพนักงานและการให้บริการแก่ลูกค้า ธนาคารจึงได้กำหนดให้สร้างสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ขึ้น ณ ย่านถนนพหลโยธิน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต โดยเป็นอาคารทันสมัยสูง 19 ชั้น บนเนื้อที่ 10 ไร่เศษ นับตั้งแต่ปลายปี 2535 นโยบายการเงินเสรี และการขยายขอบเขตการประกอบธุรกิจ ของสถาบันการเงินได้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ธนาคารไทยจะได้รับผลกระทบทางด้านลบเนื่องจากการแข่งขันที่มีมากขึ้น เพราะหากเปรียบเทียบในด้านประสิทธิภาพ ความสามารถทางการบริการ และทางด้าน เทคโนโลยี ต้นทุนในการให้สินเชื่อธนาคารไทย อยู่ในสภาพที่ด้อยประสิทธิภาพกว่าธนาคารต่างชาติ ดังนั้น ธนาคารไทยทุกแห่งจึงต้องพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานและบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรับมือกับการแข่งขันได้ทันทั่วทั้งที่ เมื่อยุทธศาสตร์ของการดำเนินงานมีอันต้องเปลี่ยนไป ธนาคารกสิกรไทยจึงได้ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการดำเนินงาน โดยเป็นธนาคารแห่งแรกที่นำระบบ Reengineering มาใช้ในปี พ.ศ. 2536 และเริ่มเปิดให้บริการโดยให้สาขาสนามเป้าเป็นสาขาแรกที่เปิดดำเนินการในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2537 ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยได้ทำการ Reengineering ครบทุกสาขาแล้ว โดยมีสาขาสานักพหลโยธินเป็นสาขา สุดท้ายที่ทำการ Reengineering ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยมีความเจริญเติบโตสูงขึ้นตามลำดับ (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนเมษายน 2540) ธนาคารมีสินทรัพย์รวม 682,771 ล้านบาท มีสาขาในประเทศรวม 514 สาขาและบริการเงินในต่างประเทศ รวม 16 แห่ง มีพนักงานทั้งสิ้นประมาณ 15,556 คน แบ่งเป็นพนักงานสังกัดสำนัก

งานใหญ่ 4,976 คน พนักงานสาขาในประเทศ 10,423 คน และพนักงานสาขาต่างประเทศอีก 157 คน ปัจจุบันสำนักงานใหญ่ของธนาคารกสิกรไทย ตั้งอยู่ เลขที่ 1 ซอยกสิกรไทย ถนนราชบุรีบูรณะ กรุงเทพฯ 10400 โดยมีคุณบัณฑิต ล่ำซำเป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่(ศรีสุตา ญานะณิสสร. 2540 : 7-24)

การบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)

1. บริการด้านเงินฝาก

1.1 เงินฝากกระแสรายวัน (Current Account)

เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถามเหมาะสำหรับผู้ประกอบกิจการที่มีเงินหมุนเวียนเข้าออกเป็นประจำ โดยใช้สมุดเช็คในการสั่งจ่ายเงิน ซึ่งอาจจะทำได้หลายวิธีคือ

- สั่งจ่ายเป็นเงินสด
- สั่งจ่ายเป็นเช็คขีดคร่อมทั่วไป
- สั่งจ่ายเป็นเช็คขีดคร่อมเข้าบัญชีผู้รับเงินโดยเฉพาะ

เงินฝากประเภทนี้ ธนาคารจะพิจารณาฐานะของลูกค้าและความจำเป็นทางธุรกิจ เป็นเงินฝากประเภทไม่มีดอกเบี้ย ยกเว้นของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และการเปิดบัญชีเงินฝากกระแสรายวันยังเปิดเป็นบัญชีประเภทอื่นได้อีก คือ

- บัญชีร่วมมีชื่อของผู้ขอเปิดบัญชีมากกว่า 1 คนขึ้นไป
- บัญชีหุ้นส่วนเป็นบัญชีที่ลูกค้าเป็นหุ้นส่วนและใช้ชื่อของหุ้นส่วนในการเปิดบัญชี ซึ่งธนาคารจะให้หุ้นส่วนแต่ละคนลงนามในเอกสารกำหนดอำนาจของหุ้นส่วนและการติดต่อกับธนาคาร
- บัญชีบริษัท เป็นบัญชีที่ลูกค้าเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัท และใช้ชื่อบริษัทในการเปิดบัญชี
- บัญชีของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น บัญชีสมาคม บัญชีสโมสร ฯลฯ

1.2 เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Account)

เป็นเงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ประเภทออมทรัพย์เหมาะสำหรับผู้ที่จะสะสมเงินไว้ใช้ในยามจำเป็น โดยสามารถเปิดบัญชีตั้งแต่ 100 บาทขึ้นไป ซึ่งธนาคารจะออกสมุดคู่ฝากไว้เป็นหลักฐานการรับฝาก-ถอนเงิน และไม่ใช้สมุดเช็คในการถอนเงิน ผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนดไว้ทุกสิ้นงวดบัญชีธนาคาร (6 เดือน/ครั้ง) แต่จะคิดดอกเบี้ยให้ทุกวันจากยอดคงเหลือในบัญชีแต่ละวัน และจะจ่ายดอกเบี้ยปีละ 2 ครั้งในวันสิ้นงวดบัญชี สำหรับผู้ที่เปิดบัญชี ณ สาขาใดในประเทศไทยสามารถถอน-ฝาก ได้ทุกสาขาทั่วประเทศเช่นกันด้วยระบบ Online

1.3 เงินฝากประจำ (Fixed Deposit Account)

เป็นเงินฝากประจำที่เหมาะสมสำหรับผู้ประสงค์จะได้รับดอกเบี้ยที่แน่นอน ในอัตราที่สูงกว่าเงินฝากประเภทอื่น ผู้ฝากจะได้รับสมุดคู่ฝากเป็นหลักฐาน ได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนดไว้ การเปิดบัญชีไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท เงินฝากประจำแบ่งเป็นฝากประจำ 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน ถ้าไม่ประสงค์จะถอนเงินธนาคารจะทบดอกเบี้ยเป็นเงินต้นของเงินฝากระยะต่อไป กรณีผู้ฝากต้องการถอนก่อนกำหนดธนาคารจะงดจ่ายดอกเบี้ย ยกเว้นประเภท 6 เดือน และ 12 เดือน จะได้รับดอกเบี้ยเป็นดอกเบี้ยออมทรัพย์ถ้าถอนเกิน 3 เดือนขึ้นไป

1.4 เงินฝากทวีทรัพย์

เป็นเงินฝากประเภทเงินฝากประจำในจำนวนเงินตั้งแต่ 3,000 ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 20,000 บาท ภายในระยะเวลา 2 ปี อัตราดอกเบี้ยเท่ากับดอกเบี้ยฝากประจำบวก .75% ถ้าฝากครบตามระยะเวลาที่กำหนดจะมีโบนัสพิเศษอีก 2% ของดอกเบี้ยที่ได้

1.5 เงินฝากที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

เป็นเงินฝากในรูปเงินตราต่างประเทศ ที่ผู้ฝากมิใช่เป็นผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศ ชาวต่างประเทศที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย หรือสถานทูตต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย โดยผู้ฝากสามารถเลือกประเภทบัญชีเงินฝากได้

2. บริการด้านเครดิต

2.1 การกู้เงิน (OD)

เป็นการกู้ยืมระยะสั้นที่ธนาคารยอมให้ลูกค้าเบิกเงินเกินกว่าจำนวนเงินฝากที่มีอยู่ ในบัญชีกระแสรายวันของตนเอง เพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน หรือใช้ลงทุนในทรัพย์สินถาวร โดยธนาคารจะเป็นผู้กำหนดวงเงิน ที่จะขอเบิกเงิน ภาษาอังกฤษเรียกว่า ตัวแดง ซึ่งผู้ขอกู้เงินแบบโอดี นั้นแรกจะต้องเปิดบัญชีเงินฝากกระแสรายวันก่อน การยื่นขอจะต้องนำหลักทรัพย์หรือบุคคลมาค้ำประกัน การขอเบิกเงินบัญชีมี 2 ลักษณะคือ

- เบิกเงินบัญชีแบบชั่วคราว เป็นการที่ธนาคารยอมให้เช็คเบิกเงินบัญชีได้ ลูกค้าต้องเป็นที่รู้จักของธนาคารดี และมีสภาพการหมุนเวียนการเงินดี
- เบิกเงินบัญชีแบบถาวร

2.2 การกู้ (Loan)

เป็นการให้กู้ยืมที่มีการกำหนดระยะเวลาการชำระคืนแน่นอน ธนาคารให้เงินกู้ประเภทนี้แก่ลูกค้าที่ประกอบธุรกิจด้านการพาณิชย์กรรมอุตสาหกรรม และเกษตรกรรม ตลอดจนลูกค้าทั่วไปโดยมีหลักทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ หรือบุคคลอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างมารวมกัน จะเป็นอสังหาริมทรัพย์ หรือสังหาริมทรัพย์ก็ได้ ในอัตราดอกเบี้ยทั่วไป คือเสียเท่ากับการกู้แบบโอดี แต่ไม่คิดดอกเบี้ยทบต้น ซึ่งผู้ขอกู้เงินควรจะมีแผนการกู้ยืมอย่างเป็นโครงการกำหนดวงเงินที่เปิด และระยะเวลาแน่นอน

2.3 การให้กู้แบบจำนำสินค้า (Packing Stock)

เมื่อผู้ส่งออกมีสินค้าอยู่จำนวนหนึ่งซึ่งกำลังคอยเวลาส่งออก ผู้ส่งออกสามารถขอกู้เงินเพื่อไปซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น หรือนำไปเป็นค่าใช้จ่าย ต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออก โดยขอจำนำสินค้าที่มีอยู่แล้วกับธนาคารให้ก็ได้ไม่เกิน 50% ของราคาสินค้า โดยถือราคาที่ธนาคารประเมินราคาตามท้องตลาด ระยะเวลาที่ขอกู้ได้ไม่เกิน 180 วัน ที่ขอกู้แบบนี้ผู้ส่งออกจะต้องมอบสินค้าให้ธนาคารครอบครอง และทำประกันภัย โดยมอบให้ธนาคารเป็นผู้รับประกันภัยตามกรมธรรม์ในวงเงินไม่น้อยกว่าจำนวนเงินที่ธนาคารให้กู้ยืม

2.4 การรับซื้อลดตั๋วแลกเงิน

เป็นการให้กู้ยืมระยะสั้น โดยธนาคารมีหลักเกณฑ์พิจารณาวัตถุประสงค์ของการทำตั๋วเงิน ความสามารถของผู้ที่นำตั๋วมาขายว่าจะชำระหนี้ได้เพียงใด ตรวจสอบความสมบูรณ์ของตั๋วแลกเงิน และเอกสารประกอบอื่น ๆ ซึ่งในการซื้อธนาคารจะคิดส่วนลดคำนวณตามระยะเวลาที่กู้ยืมในอัตราไม่เกินจากที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้เอาไว้ก่อน แล้วหักออกจากเงินต้นของตั๋วเงิน เป็นราคาซื้อและที่ธนาคารจะรับซื้อไว้ และเมื่อถึงกำหนดชำระเงิน ธนาคารจะเรียกเก็บเงินจากผู้เป็นเจ้าของตั๋วเงิน

2.5 รับซื้อลดเช็คลงวันที่ล่วงหน้า

เป็นการกู้ยืมระยะสั้น โดยมากจะมีระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน โดยธนาคารจะรับซื้อเช็คลงวันที่ล่วงหน้าของลูกค้าที่ประกอบธุรกิจโดยทั่วไปภายในวงเงินที่ได้ตกลงกันไว้ก่อน

2.6 รับซื้อลดตั๋วสัญญาใช้เงิน (P/N)

เป็นการให้กู้ยืมกับลูกค้าที่ประกอบธุรกิจการค้าที่ต้องการเงินหมุนเวียนระยะสั้น ๆ โดยธนาคารจะรับซื้อตั๋วสัญญาใช้เงินของลูกค้าภายในวงเงินที่ตกลงไว้

2.7 การอาวัล (Aval)

เป็นการค้ำประกันการใช้เงินตามตั๋วสัญญาใช้เงินของลูกค้าไม่สามารถจ่ายเงินตามตั๋วสัญญาใช้เงินฉบับที่ธนาคารได้อาวัลไปแล้ว ธนาคารจะจ่ายเงินตามตั๋วสัญญาใช้เงินฉบับนั้นแทน

2.8 การออกหนังสือค้ำประกัน

ธนาคารมีนโยบายที่จะบริการการให้เครดิตประเภทนี้แก่ผู้ที่เป็นลูกค้า โดยมุ่งการค้ำประกันที่ชอบด้วยกฎหมาย และปกติเกี่ยวกับธุรกิจการค้าโดยตรงเท่านั้น การค้ำประกันลูกค้าของธนาคารให้แก่หน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ ตามสัญญา หรือเงื่อนไขที่ผู้รับหนังสือค้ำประกันต้องการ การออกหนังสือค้ำประกันมี 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- ประเภททั่วไปที่ธนาคารไม่ต้องจ่ายเงินแทนให้ก่อน
- ประเภทที่ธนาคารต้องจ่ายเงินแทนให้ก่อน

2.9 การรับรองตัวแลกเงิน (Acceptance)

เป็นการค้ำประกันการใช้เงินอย่างหนึ่ง โดยการรับรองตัวแลกเงิน (Bill of exchange) ที่ลูกค้าของธนาคารออกให้กับผู้ขายสินค้า

2.10 การกู้เงินเพื่อการศึกษา

เป็นบริการที่ธนาคารให้กู้เพื่อเป็นค่าเล่าเรียน ห้องพัก และอาหาร ระยะเวลาในการกู้ยืมนั้น อาจจะครอบคลุมตลอดเวลาที่เรียนอยู่ โดยจะมีการชำระคืนเมื่อเรียนสำเร็จหรือสำหรับระยะเวลาหนึ่ง โดยกำหนดเวลาชำระคืนแน่นอน

2.11 สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

เป็นบริการที่ธนาคารให้กู้ยืมมาเพื่อซื้อบ้านพร้อมที่ดิน หรืออาคารพาณิชย์ประกอบการค้า และสร้างที่อยู่อาศัยบนที่ดินของตัวเอง รวมทั้งนำไปต่อเติมปรับปรุงที่อยู่อาศัย เพื่อบริการขยายตัวของครอบครัว และผู้กู้ต้องยื่นแบบแผนการก่อสร้าง หรือต่อเติมเพื่อประกอบการพิจารณาด้วย โดยธนาคารจะให้กู้อย่างไม่เกิน 1 ล้านบาท ระยะผ่อนชำระนาน 15 ปี และให้กู้ได้มากถึง 80% ของราคาซื้อขายปัจจุบัน (ไม่รวมราคาเฟอร์นิเจอร์) ผู้ที่ขอสินเชื่อไปซื้ออาคารพาณิชย์ เพื่อประกอบการกิจการค้าและเป็นที่อยู่อาศัย และอาจให้กู้ในรูปเงินกู้แต่เพียงอย่างเดียว เพื่อให้กู้โดยแบ่งวงเงินเป็นวงเงินกู้ 50% และวงเงินเบิกเกินบัญชี 50% เพื่อหมุนเวียนทางการค้า ทั้งนี้สัดส่วนของวงเงินเบิกเกินบัญชีอาจต่ำกว่า 50% ก็ได้ ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของลูกค้าแต่ละรายเดียวกันในจำนวนเงินที่สูงมาก

2.12 บัตรเครดิต

เป็นบริการออกบัตรเครดิตให้แก่ลูกค้าเพื่อนำไปใช้ซื้อสินค้า และหรือบริการจากบริษัท ห้างร้าน ที่มีเครื่องหมายของธนาคารติดอยู่ สามารถใช้แทนเงินสดได้ในยอดที่ธนาคารกำหนดให้ ธนาคารจะหักเงินจำนวนที่ลูกค้าจ่ายไปออกจากบัญชีของลูกค้าภายใน 45 วัน

2.13 Domestic Letter of Credit

เป็นการกู้ยืมประเภทหนึ่งที่ธนาคารให้กับลูกค้า จากผู้ผลิตในประเทศ โดยการเปิด L/C ภายในประเทศผ่านธนาคาร

2.14 สินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการของโครงการลงทุนประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมของรัฐบาลเป็นไปด้วยดี ธนาคารจึงได้ให้สินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม เพื่อใช้ลงทุนเป็นค่าที่ดิน ค่าปรับปรุงที่ดิน ค่าสิ่งปลูกสร้าง ค่าเครื่องจักร และอุปกรณ์รวมทั้งสินเชื่อหมุนเวียน และสินเชื่ออื่น ๆ แก่อุตสาหกรรมขนาดย่อม 4 ประเภทดังนี้

ก. อุตสาหกรรมการผลิต เช่น การปั้นถ้วย การทอเสื้อผ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องเรือน เครื่องจักร เป็นต้น

ข. อุตสาหกรรมหัตถกรรม เช่น โรงกลึง โรงหล่อ ยกเว้นโรงแรม การขนส่งและการท่องเที่ยว

ค. อุตสาหกรรมบริการ เช่น โรงกลึง โรงหล่อ ยกเว้นโรงแรม การขนส่งและการท่องเที่ยว

ง. เกษตรอุตสาหกรรม เช่น การทำอาหารกระป๋อง ทำน้ำตาล น้ำผลไม้ เป็นต้น

2.15 Letter of Credit

หนังสือรับรองการชำระเงินที่ธนาคาร (Issuing bank) เป็นผู้ออกโดยคำสั่งของผู้ซื้อ (ผู้สั่งซื้อสินค้าเข้า) เพื่อส่งไปให้แก่ผู้ขาย (ผู้รับผลประโยชน์หรือผู้ส่งสินค้าออก) ผ่านธนาคารตัวแทน (Advising Bank) เป็นการยืนยันพันธผูกพันว่าธนาคารจะชำระเงินให้แก่ผู้ขายเมื่อผู้ขายได้ปฏิบัติตามถูกต้องครบถ้วนตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ได้ระบุไว้ใน L/C ทุกประเภท ซึ่งมีใช้กันในทางการค้า 2 ชนิดคือ

ก. เครดิตแบบเพิกถอนได้ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายอาจจะเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข หรือยกเลิกได้ ก่อนที่จะมีการรับซื้อเอกสาร

ข. เครดิตแบบเพิกถอนไม่ได้ เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายที่สุด Letter of Credit ให้ความมั่นใจแก่ผู้ซื้อ (ผู้สั่งซื้อสินค้าเข้า) และผู้ขาย (ผู้รับประโยชน์) เนื่องจากมีธนาคารเป็นตัวกลางในการรับรองการชำระเงิน ถ้าผู้ขายได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขในเครดิตทุกประเภท ผู้ซื้อยังสามารถกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อชำระค่าสินค้าก่อนได้ ส่วนด้านผู้ขายสามารถยื่นคำขอวงเงินสินเชื่อสินค้าออกตาม L/C ต่อธนาคาร เพื่อนำเงินไปจัดหาสินค้าสำหรับส่งออกได้

2.16 Shipping Guarantee

เป็นการให้บริการลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าเข้ามาถึงท่าเรือแล้ว แต่ลูกค้ายังไม่ได้รับเอกสารต้นฉบับในตราส่งสินค้าจากผู้ขายต่างประเทศ จึงขอให้ธนาคารออกหนังสือค้ำประกันการออกสินค้าแก่ผู้สั่งเข้า เพื่อสามารถนำสินค้าออกไปจำหน่าย และเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าเช่าโกดัง กรณีผู้สั่งเข้าเป็นบริษัทที่ได้รับการส่งเสริมจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือได้รับยกเว้นภาษีหรือกรณีอื่น ๆ ธนาคารจะออกหนังสือค้ำประกันให้แก่กรมศุลกากร Shipping Guarantee ยกเว้นเลิกได้โดยการนำต้นฉบับ B/L ซึ่งผู้ซื้อได้สลักหลังเรียบร้อยแล้ว แลกคืนจากบริษัทเรือ เอกสารและแบบฟอร์มที่ต้องใช้ในการทำ Shipping Guarantee คือแบบฟอร์ม Letter of Credit Undertaking (คำขอออกหนังสือค้ำประกันถ้าธนาคารได้รับความเสียหายแทนธนาคาร และยินยอมรับเอกสารสินค้าเข้า และอนุญาตให้ธนาคารรับรองเอกสารและจ่ายเงินให้แก่ผู้ขาย) แบบฟอร์มหนังสือค้ำประกันจากบริษัทเรือ แบบฟอร์มทริสที่รี่ชิต สำเนารายจ่าย และ Copy Bill of Lading

2.17 วงเงินสินเชื่อ Letter of Credit Loan

เป็นการให้สินเชื่อเฉพาะรายเพื่อสั่งซื้อสินค้าประเภททุน เป็นสินเชื่อระยะยาวในรูปเงินบาท มีระยะเวลาผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ไป แล้วแต่ละงวดจะตกลงกัน สำหรับดอกเบี้ยเงินกู้จะกำหนดแน่นอนตอนอนุมัติตั้งวงเงิน และเมื่อตรวจเอกสารถูกต้องแล้ว ธนาคารจะโอนเป็นเงินกู้ตามที่ได้อนุมัติแล้ว และจะมอบเอกสารสินค้าเข้าให้ผู้สั่งเข้าต่อไป

2.18 วงเงินสินเชื่อเพื่อการค้านระหว่างประเทศ (Import – Export Loan)

เป็นบริการสินเชื่อระยะยาวอีกประเภทหนึ่ง โดยธนาคารจะจัดหาแหล่งเงินกู้จากต่างประเทศให้สำหรับใช้ในการชำระค่าสินค้าประเภททุนที่สั่งซื้อสินค้าจากประเทศผู้ให้กู้นั้น ๆ เพราะผู้ซื้ออาจไม่มีเงินพอที่จะชำระค่าสินค้าเป็นเงินได้ได้ จึงขอให้ธนาคารของตนภายในประเทศหาแหล่งเงินกู้ในต่างประเทศเป็นเงินจากต่างประเทศ เพื่อชำระค่าสินค้าให้ตน ซึ่งธนาคารจะตัดจ่ายธนาคารในต่างประเทศเพื่อเป็นแหล่งเงินกู้ โดยผู้ซื้ออาจจะเป็นผู้กู้โดยตรง โดยมีธนาคารในประเทศเป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ (Guarantee) หรือธนาคารจะเป็นผู้กู้เองนำมาให้ผู้ซื้อกู้ต่ออีกทอดหนึ่ง โดยเรียกหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้จากผู้ซื้อไว้ด้วย

2.19 Eximloan

คือเงินกู้สกุลต่างประเทศที่ธนาคารในประเทศผู้ขายปล่อยให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ โดยมีกำหนดระยะเวลาการกู้ และอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าธรรมดา เพื่อวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนผู้ส่งออกสินค้าสำคัญประเภททุนจากประเทศของผู้ขายมายังประเทศของผู้ซื้อ เนื่องจากผู้ซื้ออาจเป็นผู้กู้โดยตรงมีธนาคารเป็นผู้ค้ำประกัน หรือธนาคารกู้เองแล้วนำมาปล่อยกู้ต่อให้ผู้ซื้อ โดยส่วนใหญ่จะเป็นวงเงิน 85% ของมูลค่าสินค้าราคา F.O.B ส่วนอีก 15% รวมค่าใช้จ่ายผู้ซื้อจะต้องชำระทันที อายุการกู้ปกติจะอยู่ระหว่าง 2-10 ปี อัตราดอกเบี้ย 7%-10% ต่อปี ขึ้นอยู่กับประเทศผู้ขายสินค้า

2.20 Trust Receipt

เอกสารหรือหนังสือสัญญาที่ลูกค้า (ผู้สั่งซื้อสินค้าเข้า) ทำไว้ต่อธนาคารโดยอาศัยความเชื่อถือว่าธนาคารมีต่อลูกค้า เป็นการรับรองของลูกค้าว่า ธนาคารยังมีกรรมสิทธิ์ในสินค้านั้นและมีอำนาจที่จะเรียกกลับคืนมาได้ทุกโอกาส การที่ลูกค้าครอบครองสินค้าก็เพื่อจัดจำหน่ายเท่านั้น และจะกระทำไปเพื่อผลประโยชน์ของธนาคาร จะนำเงินที่ขายสินค้านั้นมาจ่ายให้แก่ธนาคาร ดังนั้นลูกค้าจึงเป็นเสมือนหนึ่งผู้พิทักษ์สินค้า และตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าของธนาคาร ทั้งนี้ธนาคารจะตกลงกับลูกค้า โดยให้วงเงินซึ่งตกลงกันไว้รวมถึงระยะเวลาการชำระเงิน ซึ่งโดยทั่วไปจะกำหนดไม่เกิน 180 วัน นับจากวันที่ในตั๋วแลกเงิน

อนึ่ง ผู้นำเข้าสามารถขอกู้เงินในรูปเงินบาท โดยทำตัวสัญญาใช้เงินไว้ต่อธนาคารแทนที่จะทำ Trust Receipt หากผู้นำเข้าไม่ต้องการความเสี่ยงในการขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

2.21 สินเชื่อสินค้าขาออก (Packing Credit)

เป็นการให้สินเชื่อหรือวงเงินกู้ยืมแก่ลูกค้าของธนาคารเพื่อการส่งออก เมื่อผู้ส่งออกได้รับ L/C ชนิดเพิกถอนไม่ได้เปิดมาจากต่างประเทศ เมื่อมีความประสงค์ขอกู้เงินจากธนาคาร ธนาคารจะพิจารณาให้กู้เงินได้ในอัตราไม่เกิน 80% ของจำนวนเงินตาม L/C ระยะเวลาต้องไม่เกินวันหมดอายุของ L/C แต่ละฉบับ และมอบต้นฉบับ L/C ให้ไว้กับธนาคาร โดยจะต้องเป็น L/C ชนิดเพิกถอนไม่ได้ (Irrevocable Letter of Credit) และต้องมีหลักประกัน

3. บริการด้านต่างประเทศ

3.1 บริการซื้อขายและแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

เป็นการรับซื้อขายเงินตราต่างประเทศ เช็คเดินทางต่างประเทศ ตราฟท์ต่างประเทศ บริการแก่นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว นักเรียนนักศึกษาที่จะเดินทางไปต่างประเทศ เช็คเดินทางต่างประเทศ ตราฟท์ต่างประเทศ บริการแก่นักธุรกิจ นักท่องเที่ยว จำนวนการซื้อขายเป็นไปตามอัตราที่ราชการกำหนดไว้ ซึ่งแบ่งตามประเภทของผู้เดินทาง หรือจุดประสงค์ในการเดินทาง ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงทุกวัน การซื้อเงินตราต่างประเทศที่เป็นเงินสด เพื่อติดตัวออกนอกประเทศให้มาติดต่อกับธนาคารในเวลาทำการ เพื่อการจัดเตรียมเอกสารที่จำเป็น เช่น แบบอนุญาตแลกเปลี่ยนเงินเพื่อออกนอกประเทศ (ลป.) เป็นต้น โดยติดต่อด่วนที่ฝ่ายกิจการต่างประเทศของธนาคาร สำนักงานใหญ่

3.2 โอนเงินต่างประเทศ

เป็นการโอนเงินตราต่างประเทศทางไปรษณีย์โทรเลข และเทเลกราฟให้ลูกค้า ส่วนมากธนาคารต่างประเทศจะโอนผ่านทางธนาคารจะแจ้งชื่อ ที่อยู่ของผู้รับเงินให้ด้วย หากผู้รับเงินเป็นลูกค้าของสาขา เมื่อสาขาได้รับแจ้งจากสำนักงานใหญ่แล้วให้สาขานำแบบ ลป.71 พร้อมทั้งใบรับที่สำนักงานใหญ่ส่งมาให้ลูกค้าเซ็นชื่อและส่งกลับมา เพื่อให้นำไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าต่าง ๆ

3.3 การซื้อขายเช็คเดินทาง

เช็คเดินทางคือเช็คที่สามารถนำติดตัวไปใช้ได้ทั่วโลกเหมือนเงินสด หรือจะขึ้นเป็นเงินสดก็ได้ โดยธนาคารจะออกเช็คจะเป็นผู้รับประกันให้ เป็นการอำนวยความสะดวก ปลอดภัยในการนำเงินติดตัวไปต่างประเทศ

3.4 การส่งเงินกลับเมืองไทย

เป็นบริการโอนเงินประเภทหนึ่ง โดยโอนเงินมาจากต่างประเทศ เพื่อเข้าบัญชีให้แก่ครอบครัวคนงานไทยที่ไปทำงาน ณ ประเทศตะวันออกกลางโดย

- บริการส่งเงินทางเทเลกราฟ ผู้รับเงินทางเมืองไทยจะได้รับเงินภายใน 2-3 วัน โดยลูกค้าแจ้งความจำนงค์ต่อธนาคารหรือตัวแทนธนาคารพร้อมแจ้งชื่อสกุล ที่อยู่ของผู้รับเงินในไทยอย่างละเอียด เมื่อลูกค้าชำระเป็นเงินตราต่างประเทศ ธนาคารจะส่งเทเลกราฟแจ้งมายังธนาคารกสิกรไทย ซึ่งจะทำให้การติดต่อกับผู้รับเงินเป็นเงินบาทที่เทียบเท่า
- บริการส่งเงินทางไปรษณีย์อากาศ วิธีการคล้ายกับบริการส่งเงินทางเทเลกราฟ แต่จะแจ้งทางทางไปรษณีย์อากาศธรรมดาซึ่งจะใช้เวลาานกว่า จะได้รับเงินภายใน 10 วัน ค่าใช้จ่ายถูกกว่าวิธีแรก
- บริการส่งเงินบาทหรือเงินตราต่างประเทศ โดยซื้อตราฟท์จากธนาคารตัวแทนต่างประเทศของธนาคาร เมื่อผู้รับเงินได้รับตราฟท์ก็จะมาขึ้นเงินจากธนาคาร พร้อมทั้งนำหลักฐานบัตรประจำตัวประชาชนมาแสดงด้วย การส่งเงินวิธีนี้ทำให้ผู้รับมีความสะดวกมากที่สุด
- โอนเงินต่างประเทศเพื่อการศึกษาเป็นการโอนเงินตราต่างประเทศไปให้บุตรหลานของลูกค้าที่กำลังศึกษาเล่าเรียนอยู่ที่ต่างประเทศ โดยลูกค้าได้ทำหนังสือยินยอมให้ธนาคารหักบัญชีเงินฝากของตนได้ ในวงเงินที่ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุมัติ และตามกำหนดระยะเวลาที่ลูกค้าได้กำหนดไว้แล้ว

3.5 Bill for Collection

วิธีการชำระเงิน โดยการเรียกเก็บเงินผ่านธนาคาร หมายถึง ตัวเรียกเก็บที่ธนาคารของผู้ซื้อ (ผู้ส่งสินค้าเข้า) หรือให้ผู้ซื้อรับรองตัว จึงจะส่งมอบเอกสารให้โดย Collecting Bank จะเป็นผู้เรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อรับรองตัวนั้นแล้วแต่กรณี เมื่อ Collecting Bank เรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อแล้ว จะโอนเงินตามมูลค่าของตัวไปให้

ผู้ขาย ผ่านธนาคารผู้ส่งตัวมาเรียกเก็บ (Remitting Bank) โดยไม่มีข้อผูกพันใด ๆ การส่งสินค้าเข้าแบบนี้ ผู้ซื้อจะออกไปส่งสินค้าให้กับผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อไว้วางใจ และมีการติดต่อกันมานาน เมื่อทางผู้ขายจัดส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อ ผู้ขายจะเตรียมตัวเงินและเอกสารการส่งสินค้าไปยื่นแก่ Remitting Bank เพื่อให้ส่งมาเรียกเก็บค่าสินค้าจากผู้ซื้อผ่าน โดย Collecting Bank ซึ่งจะเป็นผู้เรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อตามตัวที่ส่งมานั้น

4. บริการด้านอื่น ๆ

4.1 เช็คเรียกเก็บ

เป็นการให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารในการเรียกเก็บเงินตามเช็คระหว่างสาขาของธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน

4.2 โอนเงินภายในประเทศ

เป็นการโอนเงินภายในประเทศทางโทรเลข เทลิกซ์ วิทยุโทรศัพท์ทางไกล ดราฟท์ และจดหมายไปรษณีย์ให้ลูกค้า โดยคิดค่าธรรมเนียมตามระยะทางหรือตามที่ธนาคารกำหนด

4.3 เช็คของขวัญ (Gift Cheque)

เป็นเช็คที่มีมูลค่าเท่าเงินสด ซึ่งลูกค้าสามารถใช้แทนการให้ของขวัญเนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช็คของขวัญแบบระบุราคามี 2 ราคา คือฉบับละ 200 บาท และ 500 บาท โดยคิดค่าธรรมเนียมฉบับละ 5 บาท เช็คของขวัญแบบไม่ระบุราคาซื้อได้ไม่เกิน 50,000 บาท โดยคิดค่าธรรมเนียมฉบับละ 10 บาท

4.4 แคชเชียร์เช็ค

เป็นเช็คที่มีมูลค่าเท่าเงินสด ซึ่งลูกค้าสามารถใช้ถอนเป็นเงินสดได้ ณ สาขาที่ออกเช็คฉบับนั้น หรือนำมาเข้าบัญชีได้ทุกสาขา โดยธนาคารคิดค่าธรรมเนียมในการออกแคชเชียร์เช็ค ฉบับละ 10 บาท

4.5 บริการรับชำระเงินค่าสาธารณูปโภค

ให้บริการรับชำระเงินค่าน้ำประปา ไฟฟ้า ค่าโทรเลข ค่าโทรศัพท์ แก่หน่วยราชการแทนลูกค้า

4.6 บริการเงินสดทันที (Automatic Teller Machine)

เป็นบริการของธนาคารเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้า และประชาชนทั่วไปในบริการด้านการถอนเงินด่วนหรือสอบถามยอด A.T.M ของธนาคารกสิกรไทยมี 2 ชนิด คือ แบบธรรมดา กับแบบท่องเที่ยว แบบธรรมดาเสียค่าธรรมเนียม 100 บาทต่อปี เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง A.T.M ทุกธนาคารทั่วประเทศได้ถึงวันละ 20,000 บาท แบบท่องเที่ยวเสียค่าธรรมเนียม 200 บาทต่อปี ข้อดีของแบบท่องเที่ยวคือใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้และเบิกเงินสดยามฉุกเฉินได้ถึงวันละ 100,000 บาทต่อวันที่เครื่อง A.T.M ทั่วประเทศ และเครื่อง A.T.M ทั่วโลกที่มีเครื่องหมาย และทำการการผ่านช่องทางอื่น ๆ โดยไม่ต้องไปธนาคาร ในปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยได้พัฒนาในการใช้บัตรเงินสดทันทีในการโอนเงินเข้าบัญชีต่างสาขาได้ โดยในการโอนแต่ละครั้งโอนได้ครั้งละ 30,000 บาท แต่ไม่เกิน 50,000 บาทต่อวัน โดยคิดค่าธรรมเนียมในการโอน 10 บาทต่อครั้ง

4.7 ตู้নিরায়

เป็นการบริการให้เช่าตู้নিরায়ซึ่งเป็นตู้ที่สามารถป้องกันไฟได้แน่นอน พร้อมทั้งมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลอยู่ตลอดเวลา ชั่วโมง แต่ละตู้จะต้องใช้กุญแจ 2 ดอกไขพร้อมจึงจะเปิดได้ ดอกหนึ่งธนาคารเก็บรักษาไว้ และอีกดอกหนึ่งลูกค้าที่มาเช่าตู้เก็บไว้ ค่าธรรมเนียมบริการอัตราค่าเช่าตู้คิดเป็นรายปี และแตกต่างกันตามขนาดของตู้

ภาคผนวก ค.

หนังสือของความอนุเคราะห์จากบัณฑิต



บันทึกข้อความ

113

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทม 1012/4452

วันที่ ๔ / พฤษภาคม 2546

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวปรางทอง สุวิสิทธิ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ" โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะดา สมบัติวัฒนา และ อาจารย์วรางคณา อศิสรประเสริฐ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตรธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นางสาวปรางทอง สุวิสิทธิ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์นภาพร หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



17 มิถุนายน 2546

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการฝ่ายบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นางสาวปรางทอง สุวสิทธิ์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ” โดยมี อาจารย์พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาบางซื่อ ในระหว่างเดือนมิถุนายน 2546

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวปรางทอง สุวสิทธิ์ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์นภาพรณ์ หะวานนท์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-4377956

มือถือ 09-1607679

ภาคผนวก ง.
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. ผศ.ปิยดา สมบัติวัฒนา	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. ดร.วรางคณา อติสรประเสริฐ	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวปรางทอง สุวิสิทธิ์

วันเดือนปีเกิด

23 ธันวาคม 2519

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

121 ถ.เจริญนคร แขวงบุดคโล

เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2540

บัญชีบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2546

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ