



รายงานวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน
ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จารุวรรณ กมลสินธุ์ และคณะ

โครงการวิจัยนี้ได้รับสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
ปีงบประมาณ 2561

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน
ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จารุวรรณ กมลสินธุ์
ประกายใจ อรจันทร์
เรวดี วงษ์วัฒนะ
ปิยะวดี หาดแก้ว

โครงการวิจัยนี้ได้รับสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
ปีงบประมาณ 2561

ชื่อวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ผู้วิจัย นางสาวจารุวรรณ กมลสินธุ์ นางสาวประกายใจ อรจันทร์ นางสาวเรวดี วงษ์วัฒน์ และนางปิยะวดี หาดแก้ว

หน่วยงาน สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และสาขาการตลาด คณะบริหารและการจัดการ และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

ปีการศึกษา 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขต เทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิตของ กลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 3) เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บัตร เครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 4) เพื่อเปรียบเทียบ ลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงานกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

วิธีการศึกษาการวิจัยในครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่ม คนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การหาสถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ย และการหาสถิติขั้นสูง ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบค่า t-test และมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test หรือ ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศชาย และเพศ หญิง มีอายุอยู่ที่ช่วงอายุ 31-40 ปี โดยมีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี สถานภาพ สมรส ซึ่งส่วน ใหญ่ประกอบอาชีพ ราชการ/วิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท

ผลการศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า บัตรเครดิตที่ใช้มากที่สุด คือ บัตรเครดิตกรุงไทย ซึ่งจำนวนบัตรถือ ครอง คือ 2 ใบ ระยะเวลาที่ถือครองบัตร คือ 1 – 2 จำนวนครั้งที่ใช้ต่อเดือนคือ 4 – 6 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ ต่อครั้ง คือ 5,001-10,000 บาท จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือน คือ 15,001 – 25,000 บาท วัตถุประสงค์ในการ

ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ คือ เบิกเงินสด สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต คือ ใช้เฉพาะในประเทศ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ คือ เพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต คือ เพื่อนสนิท

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นเรื่องของบัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นเรื่องของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง และ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งเป็นเรื่องของอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม

ผลการเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ในข้ออาชีพและรายได้กับปัจจัยในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต (7P's) ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

- 1) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการบัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลายและบัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงามแตกต่างกัน
- 2) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในด้านราคาของการให้บริการในด้านยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน วงเงินสูง และระยะเวลาการผ่อนชำระนาน แตกต่างกัน ส่วนด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า แตกต่างกัน
- 3) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการให้บริการในด้านจำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก และเวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม แตกต่างกัน
- 4) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านการส่งเสริมการตลาดของการให้บริการใน ด้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แตกต่างกัน
- 5) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านบุคคลของการให้บริการด้านพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี และบริการหลังการขาย แตกต่างกัน
- 6) อาชีพและรายได้กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านกระบวนการของการให้บริการ ด้านการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็วและเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที แตกต่างกัน ส่วนด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกใหม่ทันที แตกต่างกัน

- 7) อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านลักษณะทางกายภาพของการให้บริการ ด้านอาชีพของสถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย และสถานที่จอดรถอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต กลุ่มคนวัยทำงาน เทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

Research Title: Credit Card Selection Factor Case Studies of Working-age group in NakhonSawan City-Municipal, NakhonSawan Province.

Researchers: Charuwan Kamolsin Pakaychai Orachan Raewadee Wongwaptthana and Piyawadee Hadkaew

Division: Management, Communication Arts, Marketing Faculty of Administration and Management, Faculty of Humanities and Social sciences, Chaopraya University

Academic Year: 2018

ABSTRACT

The objectives of this study are 1) study in the characteristic of the working-age population in the area of NakhonSawan city-municipal, NakhonSawan province, 2) study about the credit card selection factor of a working-age group in NakhonSawan city-municipal, NakhonSawan province, 3) study the credit card usability characteristic of a working-age group in NakhonSawan city-municipal, NakhonSawan province.

The method of this study uses a quantitative method by 400 sets of questionnaires, distribute to the working-age group in NakhonSawan city-municipal and analyzed by two types of data analysis software, first, the general statistics (percentile, frequency distribution, and mean), and second about the advance statistic (comparative between means of two samples, T-test for more than two samples, F-test or ANOVA)

The result of the study shown that the characteristics of the population who answered the questionnaire are male and female, 31 - 40 years old, with the educational level in bachelor's degree, marital status is married. Most of them are working in the public sector/state enterprise with a salary of 15,001 - 20,000 Baht/month.

Result in credit card usability characteristic of a working-age group, in NakhonSawan city-municipal, NakhonSawan province found that most of the credit card that was used is Krung Thai Bank credit card, as amount two cards per one person in 1 - 2 years holding period, 4 - 6 times of usage per month. The amount of value is 5,001 - 10,000 Baht per time, or 15,001 - 25,000 Baht per month, most of the credit card used purpose is for the cash withdraw inbound location. The highest number of reasons

for a credit card application is to enhance the convenience of purchasing, and the person who influences the most is their close friend.

And the result of the factor credit card selection factor of a working-age group in NakhonSawan city-municipal found that the 3 of the highest mean value are product factor because there are a variety of credit card, product factor as the image of credit card distributor, and price factor in the aspect of the appropriate interest rate.

The comparative of a population characteristic in occupation and income with the credit card selection factors (7P's) of the working-age in NakhonSawan city-municipal, NakhonSawan province result found that

1) Occupation with the marketing factor has a relation in the variety of credit card product, as the beautiful and modern design.

2) Occupation with the marketing factor has a relation in the price of services, as the application fee exemption with the difference of appropriate interest rate, interest-free period, high credit limit, and long installment period. The income side has a difference in the relation of the appropriate annual fee.

3) Occupation with the marketing factor has a relation in the sale channel of service as the number of merchants or stores, sufficient service centers, and the appropriate office hour of credit card services.

4) Occupation with the marketing factor has a relation in the marketing of services, a different credit card information awareness from the advertisement in various media channels.

5) Occupation with the marketing factor has a relation in services human resource, service person who has a good manner, be credible, has a good attitude with customers, well service and advice.

6) Occupation with the marketing factor has a relation in the services process, with fast credit card approval and abruptly cancel and issue the new credit card in case it lost.

7) Occupation and income Occupation with the marketing factor has a relation in physical services, the differences of new technology, cleanliness, and car park convenience of the business place.

Keywords: Credit Card Selection Factor, Working-age, NakhonSawan City-Municipal, NakhonSawan Province

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์” เป็นโครงการวิจัยที่ได้รับเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยเจ้าพระยาที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

จารุวรรณ กมลสินธุ์ และคณะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ ภาษาไทย	ก
บทคัดย่อ ภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's).....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	11
ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	21
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	21
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม.....	26
ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้บัตรเครดิต.....	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต.....	32
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	48
สรุปผลการวิจัย	48
อภิปรายผล	51
ข้อเสนอแนะ	52
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	53
บทที่ 6 บทสรุปผู้บริหาร.....	54
บรรณานุกรม	57
ภาคผนวก	59
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย	60
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	65

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละตามลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	26
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	28
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนบัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	28
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละในระยะเวลาในการถือครองบัตร ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	29
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของครั้งที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	29
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนเงินที่ใช้ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	30
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	30
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	30
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่ที่ท่านใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	31
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	31
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	32
ตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	32
ตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	33

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	43
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	44
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	45
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	46
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์.....	47

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
------------------------------------	---

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของผู้คนก็เปลี่ยนแปลงไป แต่เดิมผู้คนส่วนมากนิยมใช้เงินสด เพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ แต่ปัจจุบันนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดความสะดวกสบาย มีช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายรูปแบบ จึงก่อให้เกิดธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิตเริ่มเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยมีชาวต่างชาติ ซึ่งเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยเป็นผู้นำบัตรเครดิตเข้ามาใช้ในโรงแรมและร้านอาหารต่าง ๆ จนบริษัทใหญ่ ๆ เริ่มเข้าให้บริการรับชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต จนในปี พ.ศ. 2512 บริษัทไดเนอร์คลับ จำกัด ได้เริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาในประเทศไทย แต่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก เนื่องจากยังจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น (ณรากร แสงมณี, 2551 น.1) ต่อมาบัตรเครดิตได้กลายเป็นเครื่องมือบริการทางการเงินที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน ทั้งกลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร ข้าราชการ พนักงานของภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป เพราะความสะดวกในการใช้จ่ายและการพกพามีความปลอดภัยมากกว่าการมีเงินสดพกติดตัวเป็นจำนวนมาก ๆ โดยสามารถใช้ในการชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือหนี้แทนการชำระด้วยเงินสด รวมทั้งสามารถใช้เบิกถอนเงินสดโดยที่ไม่จำเป็นต้องมีเงินในบัญชี ประกอบกับการจะได้เป็นเจ้าของบัตรเครดิตยังเป็นเรื่องง่าย ด้วยเงื่อนไขการอนุมัติวงเงินทำได้โดยสะดวกและรวดเร็ว โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันรวมถึงมีวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแจกของกำนัลสำหรับผู้ที่ยื่นขออนุมัติ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปี การสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล การเสนอรายการคืนเงินเมื่อมียอดใช้จ่ายผ่านบัตร หรือจะเป็นการมอบส่วนลดในการซื้อสินค้าตามห้างร้านต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นเหตุผลที่ทำให้มีจำนวนการใช้บัตรเครดิตหมุนเวียนในระบบการเงินเป็นเพิ่มมากขึ้น (วรชัย แสนสีระ, 2552 น.123)

บัตรเครดิตหมายถึงบัตรที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคมตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นๆ แทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้า และไม่รวมถึงบัตรเดบิตซึ่งใช้เพื่อเบิกถอนเงินสดหรือหักถอนค่าสินค้าหรือค่าบริการจากบัญชีเงินฝากในขณะที่ใช้บัตรนั้น (ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 มี ต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา มีปริมาณบัตรเครดิตรวม 20.13 ล้านใบ หมายความว่า ภายในเวลาเพียง 7 ปี ประเทศไทยมี

ปริมาณบัตรเครดิตมากขึ้นกว่า 40% ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสัดส่วนของบัตรพลาสติกทั้งหมดที่มีในประเทศไทยจะพบว่า บัตรเครดิตมีสัดส่วนถึงร้อยละ 25 จากปริมาณบัตรพลาสติกทั้งหมด 80 ล้านใบ เป็นรองแค่บัตรเดบิตเท่านั้น และยังคงมีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2561 จำนวนบัตรเครดิตที่ให้บริการในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 20,601,876 ใบ แบ่งเป็นบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น 9,990,737 ใบ และเป็นบัตรที่ออกโดยบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ทั้งสิ้น 10,611,319 ใบ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2561) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งระบบในปี 2561 เติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 12.0% เมื่อเทียบกับปี 2560 ที่เติบโต 6.0% (กษมาพร กิตติสัมพันธ์, 2561)

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดลักษณะของบัตรเครดิตเป็น 2 ส่วน คือ 1) บัตรหลัก หมายถึงบัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครายใดรายหนึ่ง หรือฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้ และ 2) บัตรเสริม หมายถึงบัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครายใดรายหนึ่ง โดยผู้ถือบัตรหลักยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลักและผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้ที่เกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ถือบัตรหลักไว้ว่าต้องเป็นผู้มีรายได้ตามข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ 1) มีรายได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ รวมกันไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) มีเงินฝากประจำที่สถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือไม่น้อยกว่า 500,000 บาท 3) มีรายได้หรือเคยมีรายได้จากการทำมาหาได้ของตนเองโดยพิจารณาจากกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากซึ่งฝากไว้กับสถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยอย่างน้อยต้องมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งธนาคารพาณิชย์พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นผู้มีฐานะทางการเงินเพียงพอที่จะชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้ 4) มีเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์หรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น เป็นหลักประกันเต็มวงเงินของบัตรเครดิตที่อนุมัติ 5) มีเงินฝากประจำสหกรณ์ออมทรัพย์ย้อนหลังเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท 6) มีเงินฝากออมทรัพย์ที่สถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมาย หรือลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ หรือลงทุนในกองทุนรวมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันหรือเมื่อรวมกับเงินฝากประจำที่สถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังไม่น้อยกว่าเดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท และ 7) มีเงินลงทุนในกองทุนส่วนบุคคลย้อนหลังเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท

จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีคุณสมบัติถือบัตรเครดิตได้นั้นต้องเป็นผู้มีรายได้ จึงทำให้ผู้ถือบัตรเครดิตในประเทศไทยอยู่ในช่วงของชนวัยทำงานซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้สรุปพฤติกรรมการใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตของคนไทยไว้ว่าคนส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าและบริการภายในประเทศเป็นหลัก

แต่หากดูเฉพาะการใช้บัตรเครดิตผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะเป็นการใช้เพื่อซื้อสินค้าจากต่างประเทศ แต่การใช้บัตรรูดซื้อสินค้าในต่างประเทศก็ยังมีมูลค่าที่น้อยกว่าการรูดซื้อสินค้าภายในประเทศเช่นกัน ในส่วนของการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน พบว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้ปานกลางไปจนถึงรายได้สูง นิยมใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองประสบการณ์พิเศษในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก โรงแรม ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการใช้บัตรเพื่อรับประทานร้านอาหารนอกบ้าน การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าไอที และสินค้าในหมวดแบรนด์เนมมากขึ้น (เผยพฤติกรรมกรรูดบัตรเครดิตของคนไทย,สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2561)

จังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ปี 2560 มีมูลค่าผลผลิตของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดนครสวรรค์ หรือ GPP (Gross Provincial Product) สูงถึง 97,724 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2559 ที่มีมูลค่าทั้งสิ้น 94,153 ล้านบาท มีประชากรมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทยทั้งสิ้น 1,071,942 คน (สภาพเศรษฐกิจจังหวัดนครสวรรค์,สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2561) รายได้เฉลี่ยของประชากรในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดนครสวรรค์มีรายได้เฉลี่ย จำนวน 79,780 บาทต่อคนต่อปี โดยอำเภอที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงสุด คือ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จำนวน 94,786 บาทต่อคนต่อปี (สภาพเศรษฐกิจ,สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2561) ทำให้ผู้วิจัยสนใจลักษณะการใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นอย่างไร และสนใจศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นอย่างไร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในธุรกิจบัตรเครดิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

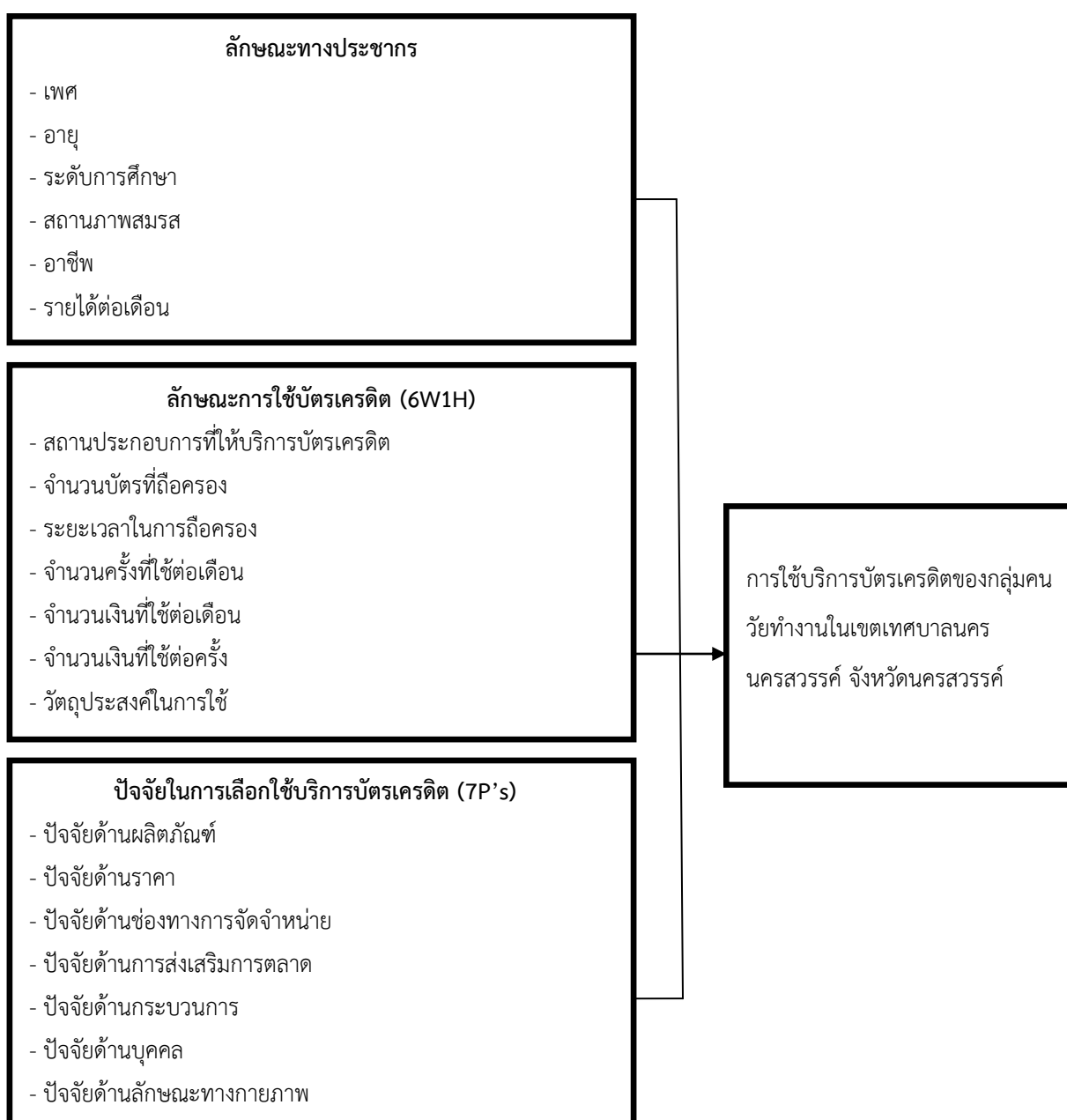
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์จังหวัดนครสวรรค์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

4. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงานกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การใช้บริการบัตรเครดิต หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต และลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

1.1 ปัจจัยในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลให้คนวัยทำงานที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ใช้บริการบัตรเครดิต ประกอบด้วย

1) ผลិតภัณฑ์ หมายถึง สถานที่ประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิต

2) ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคชำระเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ประกอบด้วย ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน ให้วงเงินที่สูง ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมากจุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอเวลาทำการของสถานที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภคถึงสินค้าที่จัดจำหน่าย ซึ่งรวมถึงการสร้างตราสินค้า (Branding) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (PR) การสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) การบริหารการขาย (Sales Management) การเสนอสิทธิพิเศษและการจัดงานแสดงสินค้า การให้ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีโปรโมชั่นต่างๆ

5) บุคคล หมายถึง ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ เป็นส่วนที่ติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกหรือสร้างผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบให้กับลูกค้า ประกอบด้วย พนักงานที่ให้บริการเกี่ยวกับบัตรเครดิตที่มีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดีพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้าพนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดีบริการหลังการขาย

6) กระบวนการ หมายถึง เป็นการส่งมอบบริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งรวมถึงการลดเวลาการรอคอย การให้ข้อมูลและช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจในการบริการ ประกอบด้วย การจัดลำดับการให้บริการได้เป็นอย่างดีการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวมเร็วการแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจนและถูกต้องสถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดีการแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อยมีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ

7) ลักษณะทางกายภาพ หมายถึงสถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัยสถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย

2. ลักษณะการใช้บัตรเครดิต หมายถึง การกระทำของคนวัยทำงานในการใช้บัตรเครดิต ประกอบด้วย สถานประกอบการที่ใช้บริการบัตรเครดิต จำนวนบัตรที่ถือครอง ระยะเวลาในการถือครอง จำนวนครั้งที่ใช้ต่อเดือน จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนจำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้งวัตถุประสงค์ที่ใช้ สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตเหตุผลที่ใช้บัตรผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้

3. บัตรเครดิตหมายถึง บัตรพลาสติกขนาดเล็ก ที่ระบุชื่อผู้ออกบัตร เลขที่บัตร ชื่อผู้ถือบัตรวันที่หมดอายุ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเป็นผู้มีสิทธิในการใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ แทนเงินสด หรือใช้บัตรเครดิตในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่องเอทีเอ็มของผู้ออกบัตร

4. ประเภทบัตรเครดิต หมายถึง ลักษณะของบัตรเครดิตแต่ละแบบ ประกอบด้วย

5.4.1 บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้ภายในประเทศ และ ต่างประเทศ (International Credit Card) ประกอบด้วยบัตรเครดิต VISA บัตรเครดิต MASTER บัตร Diner's Club และ บัตร American Express

5.4.2 บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้เฉพาะภายในประเทศ (Local Credit Card) ประกอบด้วยบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ

5.4.3 บัตรเครดิตที่สามารถใช้เฉพาะร้านค้า (Store Card หรือ Private Label) ประกอบด้วย บัตรเครดิตเซ็นทรัล บัตรเครดิตเพาเวอร์บาย และบัตรเครดิตเทสโก้โลตัส

5. ลักษณะทางประชากร หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงานที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน

6. **คนวัยทำงาน** หมายถึงกลุ่มบุคคลที่มีการเริ่มประกอบอาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่เรียกว่า “กลุ่มคนวัยทำงาน” ที่อยู่ในช่วงวัย 20-60 ปีที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

7. **สถานประกอบการ** หมายถึง สถาบันที่ทำหน้าที่ออกบัตรเครดิต ทั้งธนาคารพาณิชย์ (Bank) หรือบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่ มิใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
3. ทราบถึงลักษณะการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์
4. ผลการศึกษาที่สถาบันการเงินผู้ให้บริการบัตรเครดิตสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์” มีทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
4. ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

กนกวรรณ ปัญญธนพัฒน์ (2558 น.15) คอตเลอร์และอาร์สตรอง ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือเทคนิคทางการตลาดที่บริษัทใช้ในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการและส่งมอบคุณค่าให้กับผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านบุคคล (People) และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

สถาบันการตลาดแห่งชาร์เตอร์ด (The Chartered Institute of Marketing 2009) กล่าวว่า การตลาดที่ประสบความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับบริษัทต้องการผลิตสินค้าอะไร คิดวิธีการที่จะทำให้ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า มีวิธีการส่งมอบสินค้าและบริการให้เข้าถึงลูกค้า มีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งหลักพื้นฐานทางการตลาดที่สำคัญ ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

การผสมผสานกันระหว่างสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการเสนอให้กับกลุ่มตลาดเป้าหมาย โดยทั่วไปหลายบริษัทมักจะตัดสินใจเสนอหรือผลิตสินค้าก่อนที่จะศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภค หากแต่ในบริษัทที่ประสบความสำเร็จจะศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) หรือสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีองค์ประกอบที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของ

ผู้บริโภค ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะ ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ และการบริการ

1.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

จำนวนเงินที่ผู้บริโภคชำระเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อสินค้า ราคาถือเป็นปัจจัยเดียว ในส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้เกิดรายได้ อีกทั้งยังเป็นตัวกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของ สินค้า กล่าวคือ ยิ่งสินค้ามีราคาสูง ยิ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความคาดหวังถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้า สูงขึ้นตามจำนวนเงินที่เสียไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในด้านราคา คือ ราคา ส่วนลด ระยะเวลาการชำระเงินและเงื่อนไขทางการค้า

1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

กิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการกระจายสินค้าไปยังสถานที่ต่างๆที่เหมาะสมและอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเลือกซื้อ ซึ่งสินค้าที่จัดจำหน่ายต้องอยู่ในเวลา ในสถานที่ และมีปริมาณในการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีการเก็บสินค้าคงคลังและบริหารต้นทุนการกระจายสินค้าในระดับที่เหมาะสม จากการสำรวจพบว่า การบริการจัดส่งสินค้าที่มีคุณภาพเป็นคุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ หรือเลือกซื้อสินค้ากับบริษัทนั้นๆ ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การเปิดหน้าร้านค้า หรือการเปิดช่องทางการขายบนเครือข่ายออนไลน์ เป็นต้น

1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ช่องทางที่บริษัทใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภคถึงสินค้าที่จัดจำหน่าย ซึ่งรวมถึงการสร้างตราสินค้า (Branding) การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (PR) การสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) การบริหารการขาย (Sales Management) การเสนอสิทธิพิเศษและการจัดงานแสดงสินค้า การส่งเสริมการตลาดที่ดีต้องดึงดูดความสนใจ พร้อมทั้งสื่อข้อความที่มี นัยยะสำคัญ เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากกว่าเลือกซื้อสินค้าของคู่แข่งทางการตลาด การส่งเสริมการตลาดที่ดีมิใช่เพียงการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่ต้องให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในองค์กรที่มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่า และความสำคัญของสินค้าด้วย

1.5 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

เป็นการส่งมอบบริการอย่างถูกต้องและรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งรวมถึงการลดเวลาการรอคอย การให้ข้อมูลและช่วยเหลืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจในการบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการถือเป็นปัจจัยที่องค์กรส่วนใหญ่มองข้าม เช่น ลูกค้าติดต่อบริษัททางโทรศัพท์ แต่เกิดการรอสายนาน หรือเป็นระบบบริการตอบรับอัตโนมัติแทนการสื่อสารกับพนักงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง ทำให้องค์กรสูญเสียความน่าเชื่อถือ และรายได้ที่เกิดจาก

กระบวนการภายในที่ได้รับประสิทธิภาพ ลูกค้าอาจเกิดความรู้สึกไม่พอใจต่อการกระทำ ดังกล่าวและส่งผลกระทบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก

1.6 ปัจจัยด้านบุคคล (People)

บุคคล ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ เป็นส่วนที่ติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกหรือสร้างผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบให้กับลูกค้า ถือเป็นตัวแทนที่สำคัญขององค์กร ดังนั้นบุคคลในองค์กรต้องได้รับการฝึกอบรมที่ดี มีทัศนคติที่ดีในการบริการ องค์กร ต้องคัดเลือกบุคคลให้เหมาะสมกับหน้าที่งาน มีการบริการหลังการขายและให้คำแนะนำที่ดีเพื่อเพิ่ม คุณค่าสินค้าที่นำเสนอให้กับลูกค้า เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งอาจมีความสำคัญมากกว่าปัจจัยด้านราคาเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ประทับใจ

1.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

เป็นการออกแบบสถานที่ให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ หรือเป็นการนำเสนอให้ลูกค้าเห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนขึ้น เป็นการสร้างคุณภาพทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของการบริการและส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้า ทั้งด้านการแต่งกายที่สะอาด สุภาพเรียบร้อย การบริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน การให้บริการที่รวดเร็ว มีอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในสถานประกอบการ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ดังนั้น นักการตลาดต้องศึกษาว่า สินค้าที่เขาจะทำการเสนอขายนั้นใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อบ่อยเพียงไร (How) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Whom) (ศิริวรรณ, 2539 น.107-108)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยนักการตลาด สามารถจัดทำกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย (ศิริวรรณ, 2539 น. 107-108)

2.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is the target Market ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์

2.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What Does The Consumer Buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น คุณสมบัติ หรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

2.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why Does The Consumer Buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจะต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อคือ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

2.4 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When Does The Consumer Buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน เป็นต้น

2.5 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where Does The Consumer Buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า ฯลฯ

2.6 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How Does The Consumer Buy ?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังซื้อ

2.7 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom Participates In The Buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็นสองกลุ่มได้

2.7.1 กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน

2.7.2 กลุ่มทุติยภูมิ ได้แก่ เพื่อนร่วมอาชีพ เพื่อร่วมสถาบัน บุคคลชั้นนำในสังคม นักร้องหรือดาราภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วยอายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่นๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

3.1 อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือ บริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ของส่วนตลาดได้ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้นๆ

3.1.1 การแบ่งช่วงอายุคน

1) วัยทารก คือ ตั้งแต่แรกคลอดไปจนถึงกระทั่งอายุ 2 ปี

- 2) วัยก่อนเรียน คือ วัยที่ต่อมาจากช่วงวัยทารก มีอายุอยู่ระหว่าง 3 - 6 ปี
 - 3) วัยเรียน คือ วัยที่มีอายุตั้งแต่ 7 - 12 ปี
 - 4) วัยรุ่น คือ วัยที่มีอายุตั้งแต่ 13 - 19 ปี
 - 5) วัยผู้ใหญ่ คือ วัยที่มีอายุตั้งแต่ 20 - 59 ปี
- เป็นวัยที่มีการเริ่มประกอบอาชีพ ซึ่งส่วนใหญ่เรียกว่า “กลุ่มคนวัยทำงาน”
- 6) วัยสูงอายุ คือ วัยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี

3.2 เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ เพราะว่าในยุคปัจจุบันนั้นตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3.3 ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมาย ที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับ หน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่งรวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่ เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

3.4 รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วน การตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้า แท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิตตรสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้ 17 เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์ รายได้รวมกับตัว แปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะ ประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการ กำหนดตลาดเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

4. ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต

4.1 ความเป็นมาและความหมายของบัตรเครดิต

บัตรเครดิต คือ บัตรที่ออกโดยธนาคารหรือสถาบันการเงินต่างๆ ให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ในการใช้จ่ายแทนเงินสด โดยสามารถใช้จ่ายซื้อ สินค้า บริการ ตามจำนวนวงเงินที่ทางธนาคารอนุมัติ เป็นที่นิยมในหมู่ผู้ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินแต่ยังต้องการที่จะซื้อสินค้า และบริการ ซึ่งแตกต่างจากบัตรเงินสดหรือบัตรเดบิต ที่ใช้ชำระแทนเงินสดได้ โดยที่ทางธนาคารจะหักเงินจากในบัญชีเราทันทีที่มีการชำระเงินผ่านบัตรเดบิต โดยทั่วไปแล้วบัตรเครดิต ที่เป็นที่รู้จักประกอบด้วย บัตรวีซ่า มาสเตอร์การ์ด และอเมริกันเอ็กซ์เพรส

ความเป็นมาของบัตรเครดิต เริ่มต้นกำเนิดในอเมริกาปี 1914 โดยคิดค้นโดยบริษัท เยอเนอร์ลิปโตรเลียม คอร์ปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย เหตุที่ได้ผลิตบัตรเครดิตขึ้นมา มีจุดประสงค์ที่จะให้ลูกค้าและพนักงานบริษัทของตนได้นำบัตรชนิดนี้ไปใช้ชำระค่าน้ำมัน โดยเริ่มแรกแล้วบัตรเครดิตยังไม่ได้ถูกผลิตออกมาเป็นรูปแบบของบัตรแต่กลับถูกผลิตออกมาเป็นเหรียญโลหะ ต่อมาปี 1950 นาย Frank McNamara นักธุรกิจชาวอเมริกันซึ่งเกิดล้มพกระเป๋าสตางค์ไปทานอาหาร ทำให้ต้องร้องขอให้ภรรยาของตนนำเงินสดมาชำระแทนในภายหลัง ทำให้นาย Frank McNamara เกิดความอับอายเหตุเพียงตนล้มพกระเป๋าสตางค์ไป ต่อมา นาย Frank ได้นำเรื่องนำอับอายของตนไปปรึกษากับ นาย Ralph Schindler ซึ่งมีอาชีพเป็นทนายความ หลังจากนั้นได้สร้างบัตรไดเนอร์คลับ เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าแทนการชำระเงินสด จนได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งบริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส (American Express) ได้ออกบัตรเครดิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว จะได้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากติดตัวไป

4.2 ประเภทและลักษณะของบัตรเครดิต

4.2.1 บัตรเครดิตสามารถจำแนกได้หลายประเภท ซึ่งหากจำแนกตามขอบเขตของการใช้บัตร สามารถจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1) บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้ภายในประเทศ และ ต่างประเทศ (International Credit Card) เช่น บัตรเครดิต VISA บัตรเครดิต MASTER บัตร Diner's Club และบัตร American Express เป็นต้น

2) บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้เฉพาะภายในประเทศ (Local Credit Card) เช่น บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

3) บัตรเครดิตที่สามารถใช้เฉพาะร้านค้า (Store Card หรือ Private Label) ได้แก่ บัตรเครดิตเซ็นทรัล บัตรเครดิตเพาเวอร์บาย และบัตรเครดิตเทสโก้โลตัส เป็นต้น

4.2.2 นอกจากนี้บัตรเครดิตยังนิยมจำแนกตามลักษณะได้อีกบางประเภทดังนี้

1) **Charge Card** ได้แก่ บัตรเครดิตประเภทที่ผู้ถือบัตรจะต้องชำระยอดหนี้ให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติได้แก่ 1 เดือน บัตรเครดิตประเภทนี้จุดประสงค์ในการใช้สอย เพื่อชำระค่าบริการทางการเดินทางและท่องเที่ยวพักผ่อน (Travel And Entertainment Card) เป็นสำคัญ บัตรเครดิตประเภทนี้มักไม่ค่อยจำกัดวงเงิน ค่าใช้จ่ายล่วงหน้ากลุ่มเป้าหมายคือนักบริหารหรือบุคคลผู้มีฐานะทางการเงินดีที่ต้องมีการเดินทางหรือเลี้ยงต้อนรับรองแขกอยู่เป็นประจำบัตรเครดิตประเภทนี้ได้แก่บัตร Diner's Club และบัตร American Express Card (AMEX)

2) **Credit Card หรือ Bank Card** เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินออกร่วมกับสถาบันเครดิตระหว่างประเทศ (International Credit Card) หรือสถาบันการเงินออกบัตรเครดิตเป็นของตนเอง (Local Credit Card) บัตรเครดิตนี้ออกมาจากการชำระเช่นเดียวกับ Charge Card คือต้องชำระยอดหนี้ให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้ โดยปกติถ้าชำระภายใน 1 เดือน จะไม่เสียดอกเบี้ยและผู้ถือบัตรเครดิตยังสามารถเลือกชำระเงินคืนเพียงบางส่วนได้ด้วยการใช้สินเชื่อแบบหมุนเวียน (Revolving Credit) ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยด้วยก็ได้ในกรณียอดค้างชำระของบัตรเครดิตจะแปลงสภาพเป็นเงินกู้ที่จะต้องผ่อนชำระเป็นรายงวดเพื่อใช้เป็นช่องทางเพิ่มรายได้ให้กับผู้ออกบัตรอีกทางหนึ่ง และอีกด้านหนึ่งเป็นการเพิ่มความยืดหยุ่นในการชำระหนี้ของผู้ถือบัตร โดยบัตรเครดิตประเภทนี้มีจุดประสงค์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการสำหรับการดำรงชีพประจำวันเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่มักมีการจำกัดวงเงินให้สินเชื่อ (credit line) ไว้ในระดับหนึ่ง บัตรเครดิตชนิดนี้ได้แก่บัตร Visa บัตร Master Card บัตรเครดิตของธนาคาร ต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้บัตรเครดิตประเภท Bank Card นี้ยังสามารถออกร่วมกับบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ที่นิยมเรียกว่า Affinity Card หรือ Co-Band Card โดยผู้ถือบัตรลักษณะนี้จะได้รับสิทธิ ประโยชน์หรือส่วนลดจากบริษัทห้างร้านที่ออกบัตรเพิ่มเติมตามที่กำหนดด้วย เช่นบัตรเครดิตที่ ธนาคารออกร่วมกับห้างสรรพสินค้า ซึ่งนอกจากลูกค้าจะได้รับเครดิตแล้ว ยังสามารถใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าหรือบริการบางประการตามที่ห้างสรรพสินค้ากำหนด ได้อีกด้วย

3) **Store Card หรือ Private Label** หมายถึง บัตรเครดิตที่ร้านค้าซึ่งโดยมากจะเป็นร้านสรรพสินค้าใหญ่ๆ เป็นผู้ออกให้แก่ลูกค้าโดยตรงสำหรับไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการในเครือข่าย หรือในสถานประกอบการของตนเองซึ่งมีลักษณะคล้ายบัตรเครดิตในยุคแรกเริ่มนั่นเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายของร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้า

4. **Cash Card** หมายถึงบัตรเครดิตที่เมื่อผู้ถือบัตรนำไปแสดงต่อธนาคารที่เกี่ยวข้องแล้ว สามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากธนาคารผู้ออกบัตรหรือเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเครื่อง ATM ที่ เข้าร่วมให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยตามเงื่อนไขที่ผู้ออกบัตรกำหนดไว้

4.3 ประโยชน์และความสำคัญของบัตรเครดิต

ปัจจุบันบัตรเครดิตมีการเพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้นทุกวัน ธุรกิจบัตรเครดิตสร้างผลกำไรให้กับธนาคาร และสถาบันที่ออกบัตรเครดิตค่อนข้างสูง ประชาชนผู้ใช้บัตรเครดิตจำนวนไม่น้อยที่มีบัตรเครดิตหลายใบ และมียอดการใช้จ่ายหลายบัตรในเวลาเดียวกันย่อมเป็นสิ่งที่มองเห็นอย่างชัดเจนว่าบัตรเครดิตมีความสำคัญและประโยชน์มากมาย ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้ (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2547, หน้า 25)

4.3.1 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า (convenience) เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนว่าการซื้อสินค้านั้นผู้ถือบัตรเครดิตไม่จำเป็นต้องเตรียมเงินสดมากเท่าราคาสินค้า แม้ในการซื้อสินค้าบางครั้งผู้ซื้อไม่อาจวางแผนไว้ก่อน แต่มีความจำเป็นต้องใช้หรืออยากได้ในขณะนั้นก็สามารถซื้อสินค้าได้ ซึ่งหากเป็นสมัยก่อนที่จะมีบัตรเครดิตใช้ผู้ซื้อจำเป็นต้องนำเงินสดติดตัวไปจำนวนมากหรือมิฉะนั้นก็ต้องใช้สื่ออย่างอื่น เช่น เช็ค เป็นต้น แต่บางครั้งผู้ขายอาจไม่ยอมรับเช็คจากผู้ซื้อก็ได้ เพราะไม่แน่ใจว่าเช็คจะมีเงินหรือไม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ไม่รู้จักคุ้นเคยกันก็จะไม่รับเช็คกันง่าย ๆ สำหรับบัตรเครดิตนั้นทำให้ผู้ขายมั่นใจได้ว่าเมื่อได้ขายสินค้าแล้ว สามารถเรียกเก็บเงินจากธนาคารหรือผู้ออกบัตรได้ทันทีในขณะที่ผู้ซื้อสินค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยยังไม่ต้องชำระเงินสดในทันที

4.3.2 ด้านการเดินทาง (traveling) ปัจจุบันต้องยอมรับว่าโลกแคบลง การที่จะเดินทางติดต่อ ธุรกิจนั้นสะดวกมากขึ้น ถ้าต้องการเดินทางไปต่างถิ่นเป็นเวลานาน ๆ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้เงินมาก เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร และอื่นๆ ที่ต้องใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น หากเดินทางสัก 1 เดือน จะต้องเสียค่าโรงแรมที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เป็นเงินจำนวนมาก การพกพาเงินสดจำนวนมาก ๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกเสี่ยงต่อการสูญหาย หรือถูกโจรกรรมแต่ถ้ามีบัตรพลาสติกแผ่นเล็กๆ ซึ่งสามารถใช้แทนเงินสดที่ต้องใช้จ่ายระหว่างเดินทางอยู่ในกระเป๋า ปัญหาการสูญหาย ที่อาจเกิดขึ้นก็จะไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียเหมือนธนบัตรหรือทรัพย์สินสูญหาย เพราะว่าในกรณี บัตรเครดิตสูญหาย เจ้าของบัตรสามารถแจ้งบัตรสูญหายและอายัดการใช้บัตรได้ ผู้ที่เก็บได้ ก็ไม่สามารถนำไปใช้ได้ ดังนั้นบัตรเครดิตจึงเหมาะสมกับการเดินทางเป็นอย่างมาก

4.3.3 ด้านความน่าเชื่อถือทางการเงิน (financial stability) ก่อนที่ธนาคารหรือผู้ออกบัตรแต่ละใบผู้ออกบัตรจะมีการตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ยื่นขอมีบัตรจากคำขอมีบัตรเครดิต และธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรจะเป็นผู้กำหนดวงเงินให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดย แบ่งออกเป็น บัตรเงิน และบัตรทอง ซึ่งบัตรทั้งสองประเภทนี้ เป็นตัวแทนแสดงให้ร้านค้าหรือ ผู้ถือบัตรทราบถึงฐานะของผู้ถือบัตรว่า มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับใด

4.3.4 เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความคล่องตัวในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้า และบริการต่าง ๆ โดยไม่ต้องพกพาเงินสดเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ความสะดวกสบายดังกล่าวอาจครอบคลุม

พื้นที่เฉพาะภายในประเทศหรือรวมไปถึงต่างประเทศด้วยนั้น ขึ้นอยู่กับว่าบัตรเครดิต ดังกล่าวเป็นบัตรที่ผู้ออกบัตรอนุญาตให้สมาชิกผู้ถือบัตรใช้ซื้อสินค้าและบริการเฉพาะ ภายในประเทศเท่านั้น หรืออาจจะเป็นบัตรเครดิตสากลที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกภูมิภาคทั่วโลก

4.3.5 ได้รับวงเงินอนุมัติบัตรเครดิตจำนวนหนึ่ง (revolving credit) เพื่อเป็นขีดจำกัดในการใช้จ่ายของสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตและเป็นจำนวนเงินสูงสุดที่ทั้งสถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตและสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตต่างมีหน้าที่รับผิดชอบซึ่งกันและกัน ในการให้บริการหรือรับบริการทางด้านบัตรเครดิต กล่าวคือ ในกรณีสมาชิกผู้ถือบัตรไม่สามารถชำระหนี้อันเกิดจากการใช้จ่ายบัตรเครดิต สถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรก็มีความเสียหายสูงสุด ไม่เกินวงเงิน จำนวนนี้ และในทำนองเดียวกัน หากบัตรเครดิตดังกล่าวถูกนำไปใช้โดยมิชอบหรือ ถูกลักลอบ นำไปใช้โดยผู้ถือบัตรเครดิตไม่มีส่วนรู้เห็น เช่น บัตรหาย ถูกขโมย ถูกปลอมแปลงบัตรโดยมีเจตนา ที่ทุจริต และกรณีดังกล่าวข้างต้นมิได้ทำการแจ้งการอายัดบัตรเครดิตตามระเบียบที่แต่ละบริษัท กำหนดไว้สมาชิกผู้ถือบัตรก็มีความเสียหายที่จะต้องรับผิดชอบสูงสุดไม่เกินจำนวนเงินนี้เช่นกัน

4.3.6 ได้รับการเพิ่มอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย (purchasing power) ทางอ้อม กล่าวคือ สมาชิกผู้ถือบัตรสามารถซื้อสินค้าและบริการได้โดยไม่ต้องจ่ายชำระเงินทันที เนื่องจากสถาบันการเงิน หรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตจะยอมให้เครดิตแก่สมาชิกผู้ถือบัตร โดยมีต้องเสียดอกเบี้ยแต่อย่างใด ในช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งระยะเวลาดังกล่าวเรียกว่าระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย โดยเฉลี่ยประมาณ 40-45 วัน ซึ่งหากจะต้องมีการใช้เงินสดในการซื้อสินค้าหรือบริการทันที แล้วสมาชิกผู้ถือบัตรอาจ ไม่มีความพร้อมในช่วงเวลานั้นก็ได้ เช่น อาจเป็นช่วงเวลาใกล้ปลายเดือน ต้องรอให้เงินเดือนออก เสียก่อนจึงจะซื้อได้ซึ่งการให้บริการเช่นนี้ได้ถูก วิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการสร้างพฤติกรรมฟุ่มเฟือย ให้แก่ผู้บริโภคโดยยอมให้นำเงินที่จะได้ในอนาคตมาใช้จ่ายล่วงหน้าในปัจจุบัน อีกทั้งเมื่อถึง กำหนดที่จะต้องชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต สถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรก็ยินยอมให้สมาชิก ผู้ถือบัตรของตนสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ โดยจ่ายชำระขั้นต่ำเพียงบางส่วนตามที่กำหนดไว้ เช่น 5-10 เปอร์เซ็นต์ของยอดใช้จ่ายเดือนนั้น ๆ แต่ผู้ถือบัตรจะต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่ค่อนข้าง สูงเป็นการทดแทน

4.3.7 มีการบริการพิเศษช่วยแก้ปัญหาหรือบรรเทาปัญหาทางการเงินเร่งด่วน หรือเฉพาะหน้า เช่น อนุญาตให้ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเครื่องฝากถอนเงิน อัตโนมัติ ที่แต่ละสถาบันการเงินกำหนดไว้ในกรณีที่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต มีความจำเป็นต้องการใช้เงินสด ได้รับการให้คำปรึกษาแนะนำทางกฎหมายในต่างประเทศหรือได้รับวงเงินพิเศษสำหรับค่ารักษาพยาบาล กรณีที่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตหรือครอบครัวต้องเข้ารับการ

รักษาตัวในโรงพยาบาลและต้องเสียค่ารักษาพยาบาลเป็นจำนวนมากกว่าวงเงินบัตรเครดิต ที่ได้รับตามปกติ เป็นต้น

4.3.8 ได้รับส่วนลดการค้าหรือของแถมจากร้านค้าสมาชิกที่กำหนดไว้โดยสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตจะได้รับส่วนลดหรือของแถมเป็นพิเศษทันที ที่นำบัตรเครดิตไปใช้ซื้อสินค้าหรือบริการตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หรืออาจจะเป็นลักษณะได้รับคะแนนสะสม (bonus point) ตามสัดส่วนปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ซึ่งประโยชน์ในข้อนี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของสถาบันการเงินและบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตในปัจจุบัน

4.3.9 ได้รับประโยชน์จากสิทธิประโยชน์พิเศษและบริการเสริมอื่นๆ เช่น สมาชิกผู้ถือ บัตรจะได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทาง (traveler cheque) หากจะต้องเสียก็จะเสียในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ การให้บริการสำรองตัวเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการรถเช่าเป็นพิเศษ เฉพาะสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต การได้รับประกันอุบัติเหตุการเดินทางอัตโนมัติหากชำระค่าตัว เดินทางผ่านบัตรเครดิต และได้รับการประกันภัยสินค้าในกรณีชำรุดเสียหาย สูญหาย ตลอดจนการให้บริการส่งสินค้าต่าง ๆ ผ่านทางไปรษณีย์ (direct mail) หรือผ่านทางโทรศัพท์ (telemarketing)

4.3.10 ช่วยเสริมภาพพจน์ตามสมัยนิยมของคนรุ่นใหม่ หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม กลุ่มยuppies) ทั้งนี้โดยปัจจุบันแล้วบัตรเครดิตได้ถือว่เป็นเฟอร์นิเจอร์ทางการเงินที่สำคัญอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเป็นคนทันสมัย โกเกมี ทัศนคติวิไลของผู้ถือบัตรเครดิต และยังเป็นหนึ่งในกลุ่มสิ่งของที่กลุ่มยuppies มีใช้ส่วนตัว เช่น รถยนต์ บัตรเครดิต สมาชิกชมรม สมาคมต่าง ๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ คอนโดมิเนียม เครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ เป็นต้น ในความเป็นจริงแล้วก็คงปฏิเสธได้ยากว่าบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์บางแห่งสามารถช่วยให้สมาชิกผู้ถือบัตรมี สภาพทางสังคมที่ดีขึ้น เพราะได้รับการยอมรับว่ามีสถานภาพทางการเงินที่ดี เนื่องจากผ่านขั้นตอนการอนุมัติให้เป็นผู้ถือบัตรเครดิตที่มีความพิถีพิถันมากเป็นพิเศษ

4.3.11 ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประวัติ ความน่าเชื่อถือทางด้านเครดิตส่วนบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญอีกจุดหนึ่งในการพัฒนานิสัยความรับผิดชอบส่วนบุคคล สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตจะต้องระลึกอยู่เสมอถึงสองเรื่องด้วยกัน คือ ตนเองมีขีดความสามารถที่จะใช้จ่าย หรือชำระคืนหนี้ได้มากน้อยเพียงใด และหากตนเองไม่มีความรับผิดชอบในการใช้บัตรเครดิตนี้ แล้วก็จะสร้างความเสียหายให้กับตนเองและผู้อื่นด้วย ดังนั้นผู้ถือบัตรเครดิตแต่ละคนควรที่จะ พัฒนานิสัยความรับผิดชอบส่วนบุคคลนี้อย่างเคร่งครัด

4.4 กลยุทธ์ทางการตลาดบัตรเครดิต

4.4.1 ด้านระยะเวลาการให้เครดิตได้มีการเพิ่มบริการเข้าไปคือ มีการขยายระยะเวลา ปลดดอกเบีย จากเดิม 30 วัน มาเป็น 45 วัน ในปัจจุบัน ทั้งนี้เพิ่มความสะดวกในการเบิกเงินสดล่วงหน้าและการชำระเงินมากขึ้น

4.4.2 เพิ่มบริการสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ขณะนี้การสั่งซื้อทางไปรษณีย์กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจบัตรเครดิต

4.4.3 ด้านรูปแบบบัตรในอดีตรูปแบบบัตรเครดิตกับเป็นแบบเรียบง่ายไม่สะดุดตา ต่อมาเริ่มคำนึงถึงรูปแบบบัตรเครดิตมากขึ้นมีการออกแบบให้ดูสวยงาม รวมทั้งมีรูปถ่ายเจ้าของบัตรเครดิตบนตัวบัตรเพื่อป้องกันการถูกขโมยบัตรไปใช้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชรทิศา กะการดี (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน โดย ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด เท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.39 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.38 ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.37 ด้านกระบวนการ และ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35

ธารินี เหล็กกล้า (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอยาไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด และหากวิเคราะห์ความถึงระดับความสำคัญเป็นรายด้านทุกด้านก็มีระดับความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน ยกเว้น ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการทำงานที่มีระดับความสำคัญ ระดับมาก

พิทยุตม์ สงค์มัลย์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสมาร์ทเฟิร์ส ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสมาร์ทเฟิร์ส มากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ด้านสถานที่ (Place) ด้านราคา (Price) และด้านพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ให้บริการ (People) โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสมาร์ทเฟิร์สอยู่ในระดับมาก

กนกวรรณ ปัญญธนพัฒน์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า บัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรที่สุด คือ บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ซึ่งจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองส่วนใหญ่ คือ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 31.50 มีการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน คือ 1 – 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ

28.25 โดยกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายผ่านบัตรมากที่สุด 3 อันดับแรก ก็คือ สินค้าอุปโภคบริโภคในห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมาคือ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร และค่าเดินทาง (ค่าน้ำมัน) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.25 และ 42.50 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 27.00 โดยมีพฤติกรรมการชำระเงินคืนที่เกิดจากบัตรมากที่สุด คือ การชำระแบบเต็มจำนวน คิดเป็นร้อยละ 85.00

กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขต อำเภอเมืองชลบุรี พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีการใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป มูลค่าในการใช้บัตรเครดิตธนาคารออมสินเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตธนาคารออมสินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า

สินีนาง คุรุกิจวานิชย์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการถือครองบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสิน Visa Platinum จำนวน 172 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.0 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสิน คือระยะเวลา 1 – 2 ปี มากที่สุดจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสินมากที่สุด จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีมูลค่าในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสินประมาณ ต่ำกว่า 5,000 บาทมากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสิน คือ ชำระค่าสินค้าและบริการมากที่สุด จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0

ศราลี รุ่งรักสกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้ พฤติกรรมการใช้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบในการดำเนินชีวิตในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของประชากรในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิต จำนวน 3 ใบ จำนวน 177 คน (ร้อยละ 44.3) ถือบัตรเครดิตไทยพาณิชย์ จำนวน 114 คน (ร้อยละ 28.5) มูลค่าการใช้ บัตรเครดิตต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 151 คน (ร้อยละ 37.8) มูลค่าการใช้บัตรเครดิต ต่อครั้ง น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 162 คน (ร้อยละ 40.5)

ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ประเภทบัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บัตรปีเพสต์ สมาร์ท คิดเป็น 37% โดยกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการใช้งาน บัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คือ ชำระค่าสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็น 32% จำนวนครั้งที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเดบิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่อเดือน คือ ต่ำกว่า 5 ครั้ง คิดเป็น 47.5% และยอดใช้จ่ายผ่าน

บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ต่อเดือน คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท คิดเป็น 39.3%

รัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย เหตุผลเลือกถือบัตรเครดิตเพราะขนาดบัตรกะทัดรัด ออกแบบสวยงาม และมีให้เลือกหลายประเภท บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันและที่ใ้ช่บ่อยที่สุด คือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด การใช้บริการผ่านบัตรสัปดาห์ละครั้งในรอบ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตจากบุคคล/พนักงานธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 39.00

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ แบบสำรวจ มีวิธี การดำเนินงาน วิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 2) เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 3) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ 4) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงานกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้บริการบัตรเครดิตที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจาก สูตรของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2549 น.74) คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P (1 - P) Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทนขนาดตัวอย่าง

P แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทนระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทนค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384.16 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบโควตา(Quota sampling) ดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดคุณลักษณะ สัดส่วน และจำนวนตัวอย่างของประชากรที่ต้องการศึกษาดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน	จำนวนตัวอย่าง
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	50	$400 \times 0.50 = 200$
บริษัทเอกชน	25	$400 \times 0.25 = 100$
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	25	$400 \times 0.25 = 100$
รวม	100	400

โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 50 % และเพศหญิง 50 % จากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูล จากตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยทั้งหมดเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด มีลักษณะแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะการใช้บัตรเครดิต โดยทั้งหมดเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด มีลักษณะแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยใช้ระดับการวัดประเมินข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามหลักของ ลิเคอร์ท(Likert Scale) โดยในแต่ละข้อมีตัวเลือก 5 ระดับ มาใช้เป็นคำถามวัดทัศนคติเชิงบวก คือ มีส่วนร่วมมากที่สุด มีส่วนร่วมมาก มีส่วนร่วมปานกลางมีส่วนร่วมน้อย มีส่วนร่วมน้อยที่สุด แต่ละคำถามกำหนดมาตราวัดแบบช่วงระยะ (Interval Scale)โดยมีการกำหนดการให้คะแนนไว้ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยของความเห็นด้านต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์ในการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาค} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้นจึงสามารถแปลความหมายของค่าคะแนนการมีส่วนร่วมในแต่ละอันตรภาคชั้นได้ดังต่อไปนี้ พิสัยของค่าคะแนนเฉลี่ยระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต กรณีศึกษา กลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ตามหลักของ ลิเคอร์ท (Likert Scale)

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
<ul style="list-style-type: none"> ■ คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ■ คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ■ คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ■ คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ■ คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 	<ul style="list-style-type: none"> ■ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ■ มีระดับความสำคัญมาก ■ มีระดับความสำคัญปานกลาง ■ มีระดับความสำคัญน้อย ■ มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้จัดทำวิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากแหล่งข้อมูลไว้คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้ใช้อย่างไรก็ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีผู้อื่นหรือหน่วยงานอื่นๆทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่คณะผู้จัดทำวิจัยได้สร้างขึ้น โดยเป็นผู้เก็บรวบรวมกับสมาชิกวิจัย จนครบ 400ชุด

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลครบแล้ว จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และเมื่อข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว จึงได้นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ได้จากแบบสอบถามที่แจกให้กลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มาวิเคราะห์และประมวลผล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ในแบบสอบถาม ซึ่งจะตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

2. การลงรหัส (Coding) ซึ่งในส่วนนี้จะนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และถูกต้องมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. การประมวลผลข้อมูล โดยการนำข้อมูลที่ทำกรลงรหัสเรียบร้อยแล้ว มาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package For The Social Sciences) ในการประมวลผลข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิตินั้น ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของกลุ่มต่างๆ ที่ต้องการศึกษาในตัวแปรต่างๆ โดยการหาสถิติเบื้องต้น เช่น การหาจำนวนร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยเมื่อทราบค่าสถิติแล้วผู้วิจัยจะนำไปสรุปผลในรูปแบบของตารางแสดงข้อมูลประกอบคำบรรยาย ซึ่งในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่เกี่ยวข้องกับสอบถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งชนิดของแบบสอบถาม คือ ปลายปิด (Close-ended response question)

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีทั้งหมด 10 ข้อ อันได้แก่ ท่านใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคาร/บริษัทใด จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต จำนวนครั้งที่ท่านใช้บัตรเครดิตต่อเดือน จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้ง จำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต สถานที่ที่ท่านใช้บัตรเครดิตบ่อยที่สุด เหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บัตรเครดิต และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของท่าน ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended response question)

ส่วนที่ 3 สอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต กลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีทั้งหมด 7 ด้าน อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีลักษณะคำถามแบบมาตราวัดทัศนคติของ Likert, Rensis A., 1961 หรือ (Likert scale) ซึ่งจะใช้คำถามแสดงระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เพื่อนำไปสรุปเกี่ยวกับประชากรที่ศึกษาซึ่งใช้สถิติขั้นสูงในการประมวลผล โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐาน และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ดังนี้

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-test) โดยใช้ค่าสถิติทดสอบค่า T-test ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับตัวแปร

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test หรือ ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับตัวแปร และหาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีมากกว่า 2 ตัวแปรที่ไม่เกี่ยวข้องกัน

3) การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้ Cronbach's Alpha การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล (Reliability test) ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Cronbach (Cronbach's Alpha) หากค่าที่ได้รับจากการวิเคราะห์มีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปแสดงว่าแบบสอบถามที่จัดขึ้นนั้นมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในกระบวนการวิจัยต่อไปได้ เมื่อคณะผู้ทำวิจัยทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต้นแบบรวมกันจะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.88

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยทำการเก็บข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง ด้วยวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบโควตา(Quota sampling) จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ และสรุปผลเป็นข้อมูล เพื่อการศึกษาต่อไปและได้แบ่งแบบสอบถามวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงานกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากร ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละตามลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

N=400

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	200	50.00
หญิง	200	50.00
อายุ		
20 – 30 ปี	65	16.20
31 – 40 ปี	202	50.50
41 – 50 ปี	93	23.20
51 – 60 ปี	40	10.00

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ปวช	17	4.20
อนุปริญญา/ปวส	89	22.20
ปริญญาตรี	223	55.80
สูงกว่าปริญญาตรี	71	17.80
สถานภาพ		
โสด	150	37.50
สมรส	196	49.00
หย่าร้าง/หม้าย	19	4.80
แยกกันอยู่	35	8.80
อาชีพ		
ราชการ/วิสาหกิจ	200	50.00
บริษัทเอกชน	100	25.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	100	25.00
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า10,000บาท	6	1.50
10,001-15,000	56	14.00
150,001-20,000	140	35.00
20,001-25,000	131	32.80
25,001-30,000	46	11.50
30,000 บาทขึ้นไป	21	5.20

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.20 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 22.20 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ รับราชการ/วิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.80

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขต เทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

N=400

ธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
ยูโอบี	29	7.20
อีออน	48	12.00
กสิกรไทย	64	16.00
ซีทีแบงค์	18	4.50
ออมสิน	6	1.50
ทีสโก้	17	4.20
เซ็นทรัล	1	0.20
กรุงเทพ	58	14.50
กรุงศรี	33	8.20
ธนชาต	18	4.50
ทหารไทย	18	4.50
กรุงไทย	65	16.20
ไทยพาณิชย์	23	5.80
ไอซีบาย	2	0.50

จากตารางที่ 4.2 ลักษณะการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารมากที่สุด ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมา ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 16.00 ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 14.50 และน้อยที่สุด ได้แก่ เซ็นทรัล คิดเป็นร้อยละ 0.20

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนบัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง	จำนวน	ร้อยละ
1 ใบ	168	42.00
2 ใบ	194	48.50
3 ใบ	22	5.50
4 ใบขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนบัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ จำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมา จำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 42.00 และน้อยที่สุด ได้แก่ จำนวน 4 ใบขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละในระยะเวลาในการถือครองบัตร ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	41	10.20
ระยะเวลา 1-2 ปี	194	48.50
ระยะเวลา 3-4 ปี	103	25.80
5 ปีขึ้นไป	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการถือครองบัตรมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลา 1 - 2 ปี คิดเป็น ร้อยละ 48.50 รองลงมา ระยะเวลา 3 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.20

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของครั้งที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จำนวนครั้งที่ท่านใช้บัตรเครดิตต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	91	22.80
4-6 ครั้ง	256	64.00
7-9 ครั้ง	41	10.20
10ครั้งขึ้นไป	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งใช้บัตรเครดิตต่อเดือนมากที่สุด ได้แก่ 4 - 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา 1 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.80 และน้อยที่สุด 10 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนเงินที่ใช้ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	145	36.20
ประมาณ 5,001-10,000บาท	214	53.50
ประมาณ 10,001- 15,000 บาท	40	10.00
ประมาณ 15,001 บาทขึ้นไป	1	0.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินในการใช้ต่อครั้งมากที่สุด ได้แก่ ประมาณ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.20 และน้อยที่สุด ประมาณ 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.20

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละจำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขต เทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

จำนวนเงินที่ทานใช้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	23	5.80
ประมาณ 5,001-15,000 บาท	172	43.00
ประมาณ 15,001- 25,000 บาท	160	40.00
ประมาณ 25,001 บาทขึ้นไป	44	11.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ได้แก่ ประมาณ 5,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ ประมาณ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.80

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ใน เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
เบิกเงินสด	111	27.80
ชำระค่าสาธารณูปโภค	97	24.20
ชำระค่าท่องเที่ยว	46	11.50
ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม	48	12.00

วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า	98	24.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ เบิกเงินสด คิดเป็นร้อยละ 27.80 รองลงมา ชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 24.50 ชำระค่าสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 24.20 และน้อยที่สุด ชำระค่าท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.50

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละสถานที่ที่ท่านใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

สถานที่ที่ท่านใช้บัตรเครดิตบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เฉพาะในประเทศ	304	76.00
ใช้เฉพาะต่างประเทศ	11	2.80
ใช้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	85	21.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ ใช้เฉพาะในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมา ใช้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 21.20 ใช้เฉพาะต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

เหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการ	137	34.20
การเดินทาง	65	16.20
ความน่าเชื่อถือทางการเงิน	46	11.50
ได้รับวงเงินอนุมัติบัตรเครดิตจำนวนหนึ่ง	69	17.20
มีการบริการพิเศษช่วยแก้ปัญหาหรือบรรเทาปัญหายามฉุกเฉินเร่งด่วน	2	0.50
ได้รับส่วนลดการค้าหรือของแถมจากร้านค้า	56	14.00
ได้รับประโยชน์จากสิทธิประโยชน์พิเศษและบริการเสริม	19	4.80
ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประวัติ ความน่าเชื่อถือทางการเงิน	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลตัดสินใจใช้บัตรเครดิตมากที่สุด ได้แก่ เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมา ได้รับวงเงินอนุมัติบัตรเครดิตจำนวนหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 17.20 เหตุผลเรื่องการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 16.20 น้อยที่สุด ได้แก่ มีการบริการพิเศษช่วยแก้ปัญหาหรือบรรเทาปัญหายามฉุกเฉินเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	175	43.80
เพื่อนสนิท	125	31.20
เพื่อนที่ทำงาน	68	17.00
บุคคลที่มีชื่อเสียง	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา เพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 31.20 และน้อยที่สุด บุคคลที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 8.00

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	\bar{x}	S.D	ความหมาย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.41	0.630	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.28	0.625	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.34	0.651	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	0.660	มาก
5. ด้านบุคคล	4.14	0.726	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.26	0.607	มากที่สุด
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.20	0.701	มาก
รวม	4.25	0.652	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงาน พบว่า ในภาพรวมเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}=4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}=4.41$) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.34$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$)

ตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	\bar{X}	S.D	ความหมาย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. สถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง	4.44	0.631	มากที่สุด
2. บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย	4.47	0.583	มากที่สุด
3. บัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม	4.32	0.677	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา			
1. ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	4.24	0.572	มากที่สุด
2. ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม	4.21	0.616	มากที่สุด
3. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	4.42	0.648	มากที่สุด
4. มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน	4.27	0.709	มากที่สุด
5. ให้วงเงินที่สูง	4.18	0.603	มาก
6. ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน	4.34	0.604	มากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก	4.34	0.570	มากที่สุด
2. จุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอ	4.33	0.722	มากที่สุด
3. เวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม	4.34	0.652	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	4.17	0.645	มาก
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น การออกบูธ โดยพนักงานขาย เป็นต้น	4.18	0.704	มาก
3. มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม เป็นต้น	4.18	0.676	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล			
1. พนักงานที่ให้บริการมีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี	4.25	0.610	มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	\bar{x}	S.D	ความหมาย
2. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาทที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า	4.18	0.719	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	4.13	0.749	มาก
4. บริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้งโปรโมชั่นต่าง ๆ เป็นต้น	4.14	0.746	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ			
1. มีการจัดลำดับการให้บริการได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดลำดับคิว การจัดลำดับความสำคัญ เป็นต้น	4.20	0.578	มาก
2. มีการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็ว	4.19	0.619	มาก
3. การแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจน และถูกต้อง	4.27	0.583	มากที่สุด
4. เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที	4.38	0.638	มากที่สุด
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ			
1. สถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย	4.23	0.735	มากที่สุด
2. สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย	4.21	0.699	มากที่สุด
3. สถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.22	0.628	มากที่สุด
4. การแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย	4.19	0.640	มาก
5. มีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ	4.20	0.717	มาก
รวม	4.25	0.652	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ในแต่ละด้าน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องบัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{x} = 4.47$) รองลงมาคือ สถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดี และมีชื่อเสียง ($\bar{x} = 4.44$) และบัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม ($\bar{x} = 4.32$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.42$) รองลงมาคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน ($\bar{x} = 4.34$) และน้อยที่สุดคือ ให้งบเงินที่สูง ($\bar{x} = 4.18$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องจำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก และเวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.34$) รองลงมาคือ จุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอ ($\bar{x} = 4.33$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทุกเรื่องมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมาก ในเรื่องทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การออกบูธโดยพนักงานขาย และมีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม ($\bar{x} = 4.18$) รองลงมาคือ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต ($\bar{x} = 4.17$)ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องพนักงานที่ให้บริการมีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ($\bar{x} = 4.25$) รองลงมาคือ เห็นด้วยมากในเรื่องพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า ($\bar{x} = 4.18$) และน้อยที่สุดคือ พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ($\bar{x} = 4.13$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที ($\bar{x} = 4.38$)รองลงมาคือ การแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจน และถูกต้อง ($\bar{x} = 4.27$) และน้อยที่สุดคือ มีการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.19$) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องสถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย ($\bar{x} = 4.23$)รองลงมาคือสถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ($\bar{x} = 4.22$) และน้อยที่สุดคือ การแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ($\bar{x} = 4.19$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตจำแนกตามอาชีพและ

รายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตด้านผลิตภัณฑ์

จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์								
1.สถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง	4.49	0.663	4.47	0.627	4.44	0.592	.173	.841
2.บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย	4.62	0.512	4.30	0.595	4.46	0.610	9.974	.000**
3.บัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม	4.46	0.726	4.14	0.636	4.27	0.633	7.051	.001**

**P < 0.01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของบัตรเครดิตในให้เลือกหลากหลาย และบัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยสวยงาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านราคา								
1.ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	4.19	0.455	4.11	0.695	4.33	0.533	3.912	.021*
2.ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม	4.20	0.528	4.08	0.706	4.29	0.624	2.907	.056
3.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	4.68	0.485	4.28	0.697	4.34	0.670	13.979	.000**
4.มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน	4.47	0.709	4.11	0.764	4.24	0.638	7.253	.001**
5.ให้วงเงินที่สูง	4.05	0.314	4.23	0.750	4.23	0.633	3.596	.029*
6.ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน	4.32	0.485	4.44	0.701	4.26	0.613	2.371	.095

**P< 0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านราคา ในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม และ มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนในเรื่องยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และ การให้วงเงินที่สูง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ทำงาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
1.จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วย บัตรเครดิตมีจำนวนมาก	4.58	0.513	4.17	0.570	4.26	0.543	17.317	.000**
2.จุดให้บริการบัตรเครดิตมี จำนวนเพียงพอ	4.43	0.683	4.28	0.842	4.24	0.653	2.203	.112
3.เวลาทำการของสถาน ประกอบการที่ให้บริการบัตร เครดิตมีความเหมาะสม	4.55	0.696	4.12	0.640	4.35	0.539	12.588	.000**

** $P < 0.01$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของจำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก และ เวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด								
1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตร เครดิตจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	4.03	0.564	4.22	0.660	4.27	0.664	4.429	.013*
2.ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต จากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ	3.89	0.797	4.33	0.667	4.25	0.593	12.541	.000**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
3.มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ ส่วนลด การแจกของแถม	4.14	0.584	4.24	0.726	4.25	0.557	1.034	.357

**P< 0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ
คนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนเรื่องทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านบุคคล
จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านบุคคล								
1.พนักงานที่ให้บริการมีความรอบ รู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี	4.15	0.545	4.25	0.642	4.30	0.689	1.670	.190
2. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาท ดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ ดีต่อลูกค้า	3.84	0.778	4.26	0.719	4.37	0.562	17.854	.000**
3.พนักงานที่ให้บริการให้ คำแนะนำเป็นอย่างดี	3.62	0.758	4.34	0.670	4.36	0.628	42.121	.000**
4.บริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้ง โปรโมชั่นต่างๆ	3.88	0.815	4.30	0.785	4.22	0.629	10.111	.000**

**P< 0.01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านบุคคล ในเรื่องพนักงานที่ ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็น อย่างดี และบริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้างโปรโมชั่นต่างๆ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านกระบวนการ								
1.มีการจัดลำดับการให้บริการได้ เป็นอย่างดี	4.12	0.559	4.22	0.645	4.23	0.529	1.129	.325
2. มีการอนุมัติบัตรเครดิตที่ รวดเร็ว	3.94	0.555	4.31	0.677	4.31	0.563	14.226	.000**
3.การชำระค่าบริการ แสดง รายละเอียดชัดเจน และถูกต้อง	4.28	0.488	4.23	0.584	4.30	0.689	0.393	.676
4.เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้ง อายัดและออกบัตรใหม่ทันที	4.78	0.414	4.12	0.756	4.31	0.545	38.807	.000**

**P< 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านกระบวนการ ในเรื่องการอนุมัติ บัตรเครดิตที่รวดเร็ว และเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ทันที แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ		F	Sig.
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ								
1.สถานประกอบการมีเทคโนโลยี การให้บริการที่ทันสมัย	4.23	0.896	4.29	0.624	4.18	0.730	0.513	.599
2.สถานประกอบการมีความ สะอาดเรียบร้อย	4.05	0.754	4.24	0.726	4.43	0.624	7.899	.000**
3. สถานประกอบการมีระบบการ รักษาความปลอดภัยที่ดี	4.11	0.577	4.27	0.617	4.23	0.679	1.085	.339
4.การแต่งกายของพนักงานมี ความสุภาพเรียบร้อย	4.12	0.668	4.25	0.592	4.16	0.647	1.085	.339
5. มีสถานที่จอดรถไว้อำนวย ความสะดวกอย่างเพียงพอ	4.01	0.783	4.26	0.691	4.26	0.747	4.291	.014*

**P< 0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องสถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนเรื่องมีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านผลิตภัณธ์ จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์													
1.สถานประกอบการที่ ให้บริการบัตรเครดิตมี ภาพลักษณ์ที่ดีและมี ชื่อเสียง	4.67	0.516	4.47	0.542	4.45	0.663	4.42	0.659	4.47	0.647	4.80	0.410	1.366	.236
2.บัตรเครดิตมีให้เลือก หลากหลาย	4.50	0.548	4.39	0.635	4.43	0.611	4.53	0.518	4.55	0.555	4.75	0.550	1.610	.157
3.บัตรเครดิตมีรูปแบบที่ ทันสมัยและสวยงาม	4.33	0.516	4.16	0.674	4.31	0.709	4.36	0.710	4.45	0.645	4.25	0.550	0.939	.058

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านผลิตภัณธ์ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาล นครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านราคา จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
ปัจจัยด้านราคา														
1.ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	4.67	0.516	4.02	0.515	4.15	0.616	4.32	0.549	4.31	0.525	4.18	0.393	3.146	.009**
2.ค่าธรรมเนียมรายปีมีความ เหมาะสม	4.17	1.169	4.08	0.566	4.27	0.658	4.19	0.531	4.14	0.683	4.06	0.659	0.930	.462
3.อัตราดอกเบี้ยมีความ เหมาะสม	4.67	0.516	4.44	0.577	4.40	0.714	4.46	0.629	4.44	0.607	4.71	0.470	0.830	.529
4.มีระยะเวลาในการปลอด ดอกเบี้ยนาน	4.17	0.408	4.22	0.648	4.21	0.796	4.34	0.673	4.39	0.728	4.47	0.717	0.820	.536
5.ให้วงเงินที่สูง	4.67	0.516	4.18	0.748	4.15	0.630	4.15	0.484	4.11	0.523	4.18	0.393	0.969	.437
6.ระยะเวลาการผ่อนชำระ นาน	4.17	0.753	4.34	0.658	4.32	0.631	4.41	0.589	4.31	0.525	4.18	0.393	0.649	.662

**P< 0.01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัด นครสวรรค์ ด้านราคาเรื่องของการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย													
1.จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วย บัตรเครดิตมีจำนวนมาก	4.00	0.000	4.26	0.487	4.29	0.650	4.40	0.532	4.50	0.507	4.53	0.514	1.954	.085
2.จุดให้บริการบัตรเครดิตมี จำนวนเพียงพอ	4.50	0.548	4.32	0.713	4.27	0.782	4.36	0.707	4.39	0.803	4.29	0.470	0.274	.927
3.เวลาทำการของสถาน ประกอบการที่ให้บริการบัตร เครดิตมีความเหมาะสม	4.33	0.516	4.26	0.565	4.30	0.653	4.44	0.675	4.33	0.756	4.53	0.624	0.932	.460

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด													
1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตร เครดิตจากโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ	4.50	0.548	4.22	0.582	4.09	0.649	4.17	0.658	4.22	0.637	4.24	0.562	0.841	.521
2.ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตร เครดิตจากการประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ	4.17	0.408	4.22	0.582	4.22	0.729	4.06	0.784	4.06	0.715	4.00	0.791	0.866	.504
3.มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การ ให้ส่วนลด การแจกของแถม	4.50	0.548	4.32	0.587	4.16	0.635	4.16	0.604	4.25	0.732	4.24	0.562	0.859	.509

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านการส่งเสริมการตลาด ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านบุคคล จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
	ปัจจัยด้านบุคคล													
1.พนักงานที่ให้บริการมีความ รอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็น อย่างดี	4.00	0.894	4.36	0.631	4.19	0.653	4.26	0.631	4.22	0.540	4.00	0.354	1.165	.326
2. พนักงานที่ให้บริการมี มารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า	4.33	0.516	4.30	0.678	4.12	0.734	4.13	0.755	4.00	0.793	4.00	0.707	0.955	.446
3.พนักงานที่ให้บริการให้ คำแนะนำเป็นอย่างดี	4.33	0.516	4.26	0.751	4.07	0.753	4.01	0.843	3.89	0.708	4.24	0.752	1.406	.222
4.บริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้งโปรโมชั่นต่างๆ	4.00	0.894	4.24	0.744	4.17	0.731	3.99	0.806	4.08	0.841	4.24	0.752	1.003	.416

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านบุคคล ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
	ปัจจัยด้านกระบวนการ													
1.มีการจัดลำดับการให้บริการ ได้เป็นอย่างดี	4.17	.408	4.10	.580	4.26	.563	4.17	.538	4.08	.732	4.29	.588	0.912	.473
2. มีการอนุมัติบัตรเครดิตที่ รวดเร็ว	4.33	.516	4.36	.598	4.16	.689	4.12	.579	4.06	.630	4.18	.393	1.388	.229
3.การชำระค่าบริการ แสดง รายละเอียดชัดเจน และ ถูกต้อง	4.17	0.753	4.34	0.626	4.27	0.613	4.29	0.556	4.17	0.561	4.29	0.470	0.421	.834
4.เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้ง อายัดและออกบัตรใหม่ทันที	4.50	0.548	4.28	0.573	4.37	0.710	4.52	0.578	4.36	0.723	4.82	0.393	2.539	.029**

*P< 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัด นครสวรรค์ ด้านกระบวนการในเรื่องของเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ทันที แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดในการเลือกใช้ บริการบัตรเครดิต	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,000 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		30,000 บาท ขึ้นไป		F	Sig.
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ														
1.สถานประกอบการมี เทคโนโลยีการให้บริการที่ ทันสมัย	4.00	0.000	4.24	0.744	4.18	0.747	4.35	0.761	4.28	0.815	3.94	0.966	1.186	.316
2.สถานประกอบการมีความ สะอาดเรียบร้อย	4.50	0.548	4.28	0.730	4.20	0.722	4.26	0.678	4.08	0.806	4.29	0.849	0.589	.708
3. สถานประกอบการมีระบบ การรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.17	0.408	4.28	0.573	4.18	0.684	4.24	0.627	4.06	0.532	4.12	0.600	0.738	.595
4.การแต่งกายของพนักงานมี ความสุภาพเรียบร้อย	4.17	0.983	4.34	0.593	4.17	0.611	4.17	0.674	4.06	0.674	4.00	0.500	1.180	.319
5. มีสถานที่จอดรถไว้อำนวย ความสะดวกอย่างเพียงพอ	4.17	0.753	4.28	0.757	4.16	0.739	4.17	0.733	3.97	0.774	4.24	0.903	0.738	.595

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ไม่พบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ด้านลักษณะทางกายภาพ ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์ในงานวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
4. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงาน กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ เพศชายร้อยละ 50.0 และเพศหญิงร้อยละ 50.0 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.5 โดยมีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.8 สถานภาพส่วนใหญ่ สมรส คิดเป็นร้อยละ 49.0 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ราชการ/วิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 50.0 โดยมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.0

2. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้บริการเครดิต

ลักษณะการใช้บริการเครดิตสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ บัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ บัตรเครดิตกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 16.2 ซึ่งจำนวนบัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครอง คือ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 48.5 ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตร คือ 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.5 จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อเดือน คือ 4 – 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.0 จำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อครั้ง คือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.8 จำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อเดือน คือ 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.8 วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เบิกเงินสด คิดเป็นร้อยละ 27.8 สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ใช้เฉพาะในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 76.0 9 เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิต

ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพิ่มความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 34.2 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ เพื่อนสนิท คิดเป็นร้อยละ 37.8

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

ผลจากงานวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีทั้งหมด 7 ปัจจัย โดยแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ สถานประกอบการ ที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง และบัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม ตามลำดับ

3.2 ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า อัตราดอกเบี้ย มีความเหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี มีความเหมาะสม และให้วงเงินที่สูง ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก และเวลาทำการของสถานประกอบการ ที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ จุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอ ตามลำดับ

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การออกบูธโดยพนักงานขาย และมีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ตามลำดับ

3.5 ปัจจัยด้านบุคคล ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของ คนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า พนักงาน ที่ให้บริการมีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า บริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้งโปรโมชั่นต่าง ๆ และพนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ตามลำดับ

3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า เมื่อบัตร สูญหาย สามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ การแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจนและถูกต้อง มีการจัดลำดับการให้บริการได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดลำดับคิว การจัดลำดับความสำคัญ และมีการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็ว ตามลำดับ

3.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า สถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ สถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี สถานประกอบการ มีความสะอาดเรียบร้อย มีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ และการแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต จำแนกตามอาชีพ และรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบอาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ในด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการบัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลายและบัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.2 ด้านราคา พบว่า อาชีพ กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านราคาของการใช้บริการใน อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนเรื่องยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า อาชีพกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการให้บริการในด้านจำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก และเวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อาชีพของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในการส่งเสริมการตลาดของการให้บริการใน ด้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนเรื่องทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.5 ด้านบุคคล พบว่า อาชีพของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านบุคคลของการให้บริการ ด้านพนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี และบริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้งโปรโมชั่นต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.6 ด้านกระบวนการ พบว่า อาชีพของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านกระบวนการของการใช้บริการ ด้านการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็วและเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับเมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกใหม่ทันที แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า อาชีพและรายได้ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในด้านลักษณะทางกายภาพของการใช้บริการ ด้านสถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ในเรื่องสถานที่จอดรถอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า เพศชายและเพศหญิง เท่ากัน มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพราชการ/วิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ซึ่งในประเด็นเดียวกันกับ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ นั้นผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช นนทสิทธิ์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บริการเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ส่วนใหญ่คือมีสถานภาพสมรส ด้านการศึกษาค้นคว้าการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในด้านเพศ อาชีพและรายได้ไม่มีความสอดคล้องกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานลูกจ้าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของกรุงไทย และวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตคือเบิกเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับ รัตนภรณ์ บุญแต่ง , (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย และใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสด นอกจากนี้ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิต คือ 1 – 2 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ สินีนาฏ คุรุกิจวานิชย์ , (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต คือ ระยะเวลา 1 – 2 ปี นอกจากนี้จำนวนครั้งที่กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อเดือน คือ 4 – 6 ครั้ง และจำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อครั้ง คือ 5,001-10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย , (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเครดิตธนาคารออมสิน ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และจำนวนเงินในการใช้ บัตรเครดิต เฉลี่ยต่อครั้ง 5,001-10,000 บาท นอกจากนี้ จำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้ต่อเดือนคือ 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ศราลี รุ่งรักสกุล , (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้ พฤติกรรมการใช้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบในการดำเนินชีวิตในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของ ประชากรในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า มูลค่าการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ส่วนในด้านสถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตคือ เฉพาะในประเทศ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตคือ เพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้า และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตคือ เพื่อนสนิท ไม่มีความสอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานใน เขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านส่งเสริมการตลาดและด้าน บุคคลอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับธารินี เหล็กกล้า (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษา พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้านานาชาติเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขา ไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อจำแนก เป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง การใช้บริการบัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญที่อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ สถานประกอบการที่ ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย และบัตรเครดิตมี รูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม ฉะนั้นธนาคารควรพัฒนาสถานที่ประกอบการให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและ บัตรเครดิตให้ทันสมัย และหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ด้านราคา มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุดข้อ ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม มีระยะเวลาในการปลอด

ดอกเบี้ยยนาน ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน แสดงให้เห็นว่าควรหาสินค้ามาเข้าร่วมโครงการที่มีระยะปลอดดอกเบี้ยนาน และระยะเวลาการผ่อนชำระนาน เพิ่มขึ้นอีก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุดทุกข้อ จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก จุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอ เวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม แสดงให้เห็นว่าธนาคารควรให้ความสำคัญกับสาขาที่จะเปิดให้บริการใหม่ และที่ตั้งของร้านค้าที่รับชำระบัตรเครดิต

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุดทุกข้อ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีโปรโมชั่นต่างๆ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีการติดตามการส่งเสริมการตลาดในทุกช่องทาง ฉะนั้นธนาคารจึงสามารถใช้ช่องทางต่าง ๆ เป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้

5. ด้านบุคลากร มีระดับความสำคัญมากที่สุดในข้อ พนักงานที่ให้บริการมีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ฉะนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญ โดยมีการจัดอบรม เพื่อให้พนักงานได้รับรู้ข้อมูลอย่างถูกต้อง

6. ด้านกระบวนการ มีระดับความสำคัญมากที่สุดในข้อ การแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจน และถูกต้อง เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที แสดงให้เห็นว่าธนาคารควรรักษา และพัฒนาขั้นตอนกระบวนการต่าง ๆ ให้รวดเร็วมากขึ้นไปอีก

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญมากที่สุดในข้อ สถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย สถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี แสดงให้เห็นว่าธนาคารควรรักษามาตรฐานเหล่านี้ให้ต่อไป เพราะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต โดยใช้ตัวแปรอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน เช่น คุณค่าของผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ

2. ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในเขตภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภาคใต้ เพราะเป็นไปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตในเขตภูมิภาคต่าง ๆ มีความแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์

บทที่ 6

บทสรุปผู้บริหาร

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 มี ต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา มีปริมาณบัตรเครดิตรวม 20.13 ล้านใบ หมายความว่า ภายในเวลาเพียง 7 ปี ประเทศไทยมีปริมาณบัตรเครดิตมากขึ้นกว่า 40% ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสัดส่วนของบัตรเครดิตทั้งหมดที่มีในประเทศไทยจะพบว่า บัตรเครดิตมีสัดส่วนถึงร้อยละ 25 จากปริมาณบัตรเครดิตทั้งหมด 80 ล้านใบ เป็นรองแค่บัตรเครดิตเท่านั้น และยังคงมีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2561 จำนวนบัตรเครดิตที่ให้บริการในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 20,601,876 ใบ แบ่งเป็นบัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น 9,990,737 ใบ และเป็นบัตรที่ออกโดยบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่ไม่มีสถาบันการเงิน ทั้งสิ้น 10,611,319 ใบ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2561) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งระบบในปี 2561 เติบโตได้ไม่ต่ำกว่า 12.0% เมื่อเทียบกับปี 2560 ที่เติบโต 6.0% (กษมาพร กิตติสัมพันธ์, 2561)

ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดลักษณะของบัตรเครดิตเป็น 2 ส่วน คือ 1) บัตรหลัก หมายถึง บัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภที่เป็นผู้มีรายได้ หรือ ฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้ และ 2) บัตรเสริม หมายถึง บัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภที่เป็นผู้ถือบัตรหลักยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลักและผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ถือบัตรหลักไว้ว่าต้องเป็นผู้มีรายได้ตามข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ 1) มีรายได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ รวมกันไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) มีเงินฝากประจำที่สถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือไม่น้อยกว่า 500,000 บาท 3) มีรายได้หรือเคยมีรายได้จากการทำมาหาได้ของตนเองโดยพิจารณาจากกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากซึ่งฝากไว้กับสถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยอย่างน้อยต้องมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งธนาคารพาณิชย์พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นผู้มีฐานะทางการเงินเพียงพอที่จะชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้ 4) มีเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์หรือตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ หน่วยงานของรัฐหรือรัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น เป็นหลักประกันเต็มวงเงินของบัตรเครดิตที่อนุมัติ 5) มีเงินฝากประจำสหกรณ์ออมทรัพย์ย้อนหลังเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท 6) มีเงินฝากออมทรัพย์ที่สถาบันการเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมาย หรือลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ หรือลงทุนในกองทุนรวม อย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันหรือเมื่อรวมกับเงินฝากประจำที่สถาบัน

การเงินที่สามารถรับฝากเงินจากประชาชนได้ตามกฎหมายย้อนหลังไม่น้อยกว่าเดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท และ 7) มีเงินลงทุนในกองทุนส่วนบุคคลย้อนหลังเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน ไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท

จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีคุณสมบัติถือบัตรเครดิตได้นั้นต้องเป็นผู้มีรายได้ จึงทำให้ผู้ถือบัตรเครดิตในประเทศไทยอยู่ในช่วงของคนวัยทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการในธุรกิจบัตรเครดิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์ในงานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 3) เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 4) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร จำแนกตามอาชีพและรายได้ ของกลุ่มคนวัยทำงานกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายและเพศหญิง เท่ากัน มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพราชการ/วิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ซึ่งในประเด็นเดียวกันกับอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ นั้นผลการศึกษาพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช นนทสิทธิ์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี ส่วนใหญ่คือมีสถานภาพสมรส ด้านการศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนในด้านเพศ อาชีพและรายได้ไม่มีความสอดคล้อง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานลูกจ้าง

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้บัตรเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของกรุงไทย และวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตคือเบิกเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับ รัตนภรณ์ บุญแต่ง , (2557) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย และใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสด นอกจากนี้ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตร คือ 1 – 2 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ สินีนาฏ คุรุกิจวานิชย์ , (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้

บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต คือ ระยะเวลา 1 – 2 ปี นอกจากนี้จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อเดือน คือ 4 – 6 ครั้ง และจำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ต่อครั้ง คือ 5,001-10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย , (2557) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเครดิตธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีการใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และจำนวนเงินในการใช้ บัตรเครดิต เฉลี่ยต่อครั้ง 5,001-10,000 บาท นอกจากนี้ จำนวนเงินที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้ต่อเดือนคือ 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ศราลี รุ่งรักสกุล , (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการเลือกใช้ พฤติกรรมการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบในการดำเนินชีวิตในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของประชากรในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า มูลค่าการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ส่วนในด้านสถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตคือ เฉพาะ ในประเทศ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตคือ เพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้า และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตคือ เพื่อนสนิท ไม่มีความสอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ธาณี เหล็กกล้า (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดและเมื่อจำแนก เป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการทำงาน

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ปัญญาธนวัฒน์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- กรกฎ ภูมิขริ (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของนักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจรุ่นที่ 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย (2557) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองชลบุรี
- ชนานันท์ พันธสมจิตร (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเดบิต ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
- ณรรกร แสงมณี (2551). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : รูปแบบการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ก่อให้เกิดหนี้และวิธีการจัดการหนี้บัตรเครดิต. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ธารินี เหล็กกล้า (2559) การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เกษตรสาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- พัชรทิศา กะการดี (2554) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิต ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร\
- พิทยุทธ์ สงค์มัลย์ (2552) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสมาร์ตเพิร์ส ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
- ไพรวลัย ต้นอึ้ง (2549) พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
- ศราลี รุ่งรักสกุล (2558) ปัจจัยการเลือกใช้ พฤติกรรมการใช้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบในการดำเนินชีวิตในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของประชากรในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร
- สินีนานู คุรุกิจวานิชย์ (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- บงกช นนทสิทธิ์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บริการเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร
- กษมาพร กิตติสัมพันธ์. (2561). ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดสินเชื่อบัตรเครดิตปี 62 โตทรงตัวที่ 7%จากปีนี้ กังวลหนี้ครัวเรือน-ภาพรวมเศรษฐกิจไทย. สำนักข่าวอินโฟเควสท์.สืบค้นออนไลน์ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 <https://www.ryt9.com/s/iq03/2933971>

จังหวัดนครสวรรค์ สภาพเศรษฐกิจ

(http://www.nakhonsawan.go.th/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=6:2560-3&catid=8&Itemid=102)

ไทยรัฐ สถิติใหม่บัตรเครดิตพุ่งทะลุ 20 ล้านใบ

(<https://www.thairath.co.th/content/1100367>)

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). เรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์. สืบค้นออนไลน์ วันที่ 9 กุมภาพันธ์

2561. <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2560/ThaiPDF/25600203.pdf>

ธนาคารแห่งประเทศไทย จำนวนบัตรพลาสติก

(<http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=685&language=th>)

ธนาคารไทยพาณิชย์ เผยพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนไทย

(<https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/credit-card-thai-behaviour.html>)

วรชัย แสนสีระ (2552) จุลนิติ ก.ย.-ต.ค. ๕๒ สืบค้นออนไลน์ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561 https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/272/files/S%E0%B9%88ub_Jun/9legal/legal9.pdf

สำนักงานแรงงานจังหวัดนครสวรรค์ สภาพเศรษฐกิจจังหวัดนครสวรรค์

(http://nakhonsawan.mol.go.th/sites/nakhonsawan.mol.go.th/files/raayngaansthaankaarna_erngngaang2-2560.pdf)

ภาคผนวก



แบบสอบถามเรื่อง

“ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษากลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์”

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในการตอบคำถามโปรดเลือกตัวเลือกที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุ 20 - 30 ปี

☐ อายุ 31 - 40 ปี

☐ อายุ 41 - 50 ปี

☐ อายุ 51 - 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ มัธยม

☐ ปวช.

☐ อนุปริญญา/ปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง/หม้าย

☐ แยกกันอยู่

5. อาชีพ

☐ ราชการ/วิสาหกิจ

ตำแหน่งงาน

☐ ผู้บริหาร เช่น อธิการบดี

☐ หัวหน้า เช่น หัวหน้าฝ่าย

☐ พนักงาน เช่น อาจารย์

☐ บริษัทเอกชน

ตำแหน่งงาน

☐ ผู้บริหาร เช่น CEO ☐ หัวหน้า เช่น ผู้จัดการ

☐ พนักงาน เช่น พนักงานบัญชี

☐ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ประเภทงานที่ทำ เช่น ฟรีแลนซ์ นักดนตรี (โปรดระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

☐ รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท

☐ รายได้ 10,001 – 15,000 บาท

☐ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท

☐ รายได้ 20,001 – 25,000 บาท

☐ รายได้ 25,001 – 30,000 บาท

☐ รายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้บัตรเครดิต

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

1. ท่านใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคาร/บริษัทใด (โปรดระบุ)

2. จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

☐ 1 ใบ

☐ 2 ใบ

☐ 3 ใบ

☐ 4 ใบขึ้นไป

3. ระยะเวลาในการถือครองบัตรเครดิต

☐ ต่ำกว่า 1 ปี

☐ ระยะเวลา 1 – 2 ปี

☐ ระยะเวลา 3 – 4 ปี

☐ 5 ปีขึ้นไป

4. จำนวนครั้งที่ท่านใช้บัตรเครดิตต่อเดือน

☐ 1-3 ครั้ง

☐ 4-6 ครั้ง

☐ 7-9 ครั้ง

☐ 10 ครั้งขึ้นไป

5. จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้ง

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท

☐ ประมาณ 5,001 – 10,000 บาท

☐ ประมาณ 10,001 – 15,000 บาท

☐ ประมาณ 15,001 บาทขึ้นไป

6. จำนวนเงินที่ท่านใช้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท

☐ ประมาณ 5,001 – 15,000 บาท

☐ ประมาณ 15,001 – 25,000 บาท

☐ ประมาณ 25,001 บาทขึ้นไป

7. วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต

☐ เบิกเงินสด

☐ ชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

- ☐ ชำระค่าท่องเที่ยว เช่น ค่าตัวเครื่องบิน ค่าโรงแรมและที่พัก เป็นต้น
- ☐ ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- ☐ ชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า
- ☐ ชำระค่ารักษาพยาบาล
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. สถานที่ที่ท่านใช้บัตรเครดิตบ่อยที่สุด

- ☐ ใช้เฉพาะในประเทศ ☐ ใช้เฉพาะต่างประเทศ
- ☐ ใช้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

9. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจใช้บัตรเครดิต

- ☐ เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและ บริการต่าง ๆ
- ☐ การเดินทาง
- ☐ ความน่าเชื่อถือทางการเงิน
- ☐ ได้รับวงเงินอนุมัติบัตรเครดิตจำนวนหนึ่ง
- ☐ มีการบริการพิเศษช่วยแก้ปัญหาหรือบรรเทาปัญหายามฉุกเฉินเร่งด่วน หรือเฉพาะหน้า
- ☐ ได้รับส่วนลดการค้าหรือของแถมจากร้านค้า
- ☐ ได้รับประโยชน์จากสิทธิประโยชน์พิเศษและ บริการเสริมอื่นๆ
- ☐ ช่วยเสริมภาพพจน์ตามความนิยม
- ☐ ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประวัติ ความน่าเชื่อถือทางด้านเครดิตส่วน
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของท่าน

- ☐ ครอบครัว ☐ เพื่อนสนิท
- ☐ เพื่อนที่ทำงาน ☐ บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง เซเลบ เป็นต้น

ส่วนที่3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3	หมายถึง	มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. สถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีชื่อเสียง					
2. บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลาย					
3. บัตรเครดิตมีรูปแบบที่ทันสมัยและสวยงาม					
ปัจจัยด้านราคา					
1. ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า					
2. ค่าธรรมเนียมรายปีมีความเหมาะสม					
3. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม					
4. มีระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน					
5. ให้วงเงินที่สูง					
6. ระยะเวลาการผ่อนชำระนาน					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. จำนวนร้านค้าที่รับชำระด้วยบัตรเครดิตมีจำนวนมาก					
2. จุดให้บริการบัตรเครดิตมีจำนวนเพียงพอ					
3. เวลาทำการของสถานประกอบการที่ให้บริการบัตรเครดิตมีความเหมาะสม					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น					
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากการประชาสัมพันธ์ให้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น การออกบูธโดยพนักงานขาย เป็นต้น					
3. มีโปรโมชั่นต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด การแจกของแถม เป็นต้น					
ปัจจัยด้านบุคคล					
1. พนักงานที่ให้บริการมีความรอบรู้ในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี					
2. พนักงานที่ให้บริการมีมารยาทดี มีความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดีต่อลูกค้า					
3. พนักงานที่ให้บริการให้คำแนะนำเป็นอย่างดี					
4. บริการหลังการขาย เช่น สอบถามความพึงพอใจ แจ้างโปรโมชั่นต่าง ๆ เป็นต้น					
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
1. มีการจัดลำดับการให้บริการได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดลำดับคิว การจัดลำดับความสำคัญ เป็นต้น					
2. มีการอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็ว					
3. การแจ้งชำระค่าบริการ แสดงรายละเอียดชัดเจน และถูกต้อง					
4. เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที					
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. สถานประกอบการมีเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัย					
2. สถานประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย					
3. สถานประกอบการมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
4. การแต่งกายของพนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย					
5. มีสถานที่จอดรถไว้อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ					

ส่วนที่4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล: นางสาวจารุวรรณ กมลสินธุ์
ภูมิลำเนา : จังหวัดนครสวรรค์
ที่อยู่: 13/1 หมู่ 6 ตำบลหนองกรด อำเภอเมืองนครสวรรค์
จังหวัดนครสวรรค์ 60240
การศึกษา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2547
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : ผู้อำนวยการโครงการหลักสูตรระดับปริญญาตรี กรณีเทียบโอน
ประสบการณ์ (ภาควันอาทิตย์)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล: นางสาวประกายใจ อรจันทร์
ภูมิลำเนา: จังหวัดนครสวรรค์
ที่อยู่: 13/1 หมู่ 6 ตำบลหนองกรด อำเภอเมืองนครสวรรค์
จังหวัดนครสวรรค์ 60240
ประวัติการศึกษา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2549
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง: อาจารย์ประจำ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล: นางสาวเรวดี วงษ์วัฒนะ
ภูมิลำเนา : จังหวัดนครสวรรค์
ที่อยู่: 13/1 หมู่ 6 ตำบลหนองกรด อำเภอเมืองนครสวรรค์
จังหวัดนครสวรรค์ 60240
การศึกษา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2556
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : อาจารย์ประจำ คณะบริหารและการจัดการ สาขาวิชาการตลาด

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล: นางสาวปิยะวดี หาดแก้ว
ภูมิลำเนา : จังหวัดนครสวรรค์
ที่อยู่: 13/1 หมู่ 6 ตำบลหนองกรด อำเภอเมืองนครสวรรค์
จังหวัดนครสวรรค์ 60240
การศึกษา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง : อาจารย์ประจำ คณะบริหารและการจัดการ สาขาวิชาการตลาด