

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์
และบัตรเครดิตที่มีโชชนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวศาวิตตรี เติมเพชร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

**Marketing Factors Effective Credit Card Membership of Banking and
Non-banking Selection in Bangkok Metropolis**

Miss Sawittree Themphet

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration**

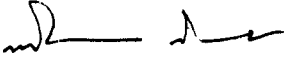
School of Management Science

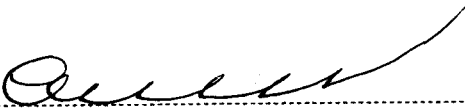
Sukhothai Thammathirat Open University

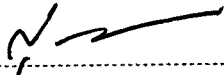
2008

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์
และบัตรเครดิตที่มีโชชนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อและนามสกุล นางสาวสาวิตตรี เต็มเพชร
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.เขาว์ โรจนแสง
2. รองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ

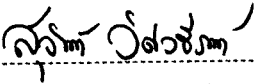
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สมจิตร ถ้วนจำเริญ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เขาว์ โรจนแสง)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ วิสวธีรานนท์)

วันที่ 30 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2552

ชื่อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์
และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นางสาวสาวิตตรี เต็มเพชร **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โจนแสง (2) รองศาสตราจารย์ สุวีณา
ตั้งโพธิสุวรรณ **ปีการศึกษา** 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ (2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ และ (3) เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า (1) สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติงาน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท บัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติงาน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท (2) สมาชิกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และในภาพรวมปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกของทั้งสองสถาบันอยู่ในระดับมาก (3) ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์พบมากที่สุดคือ ปัญหาการเสนอขายประกันจากบริษัทประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

คำสำคัญ ปัจจัยทางการตลาด การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต กรุงเทพมหานคร

Thesis title: Marketing Factors Effective Credit Card Membership of Banking and Non-banking Selection in Bangkok Metropolis

Researcher: Miss Sawittree Themphet ; **Degree:** Master of Business Administration;

Thesis advisors: (1) Dr.Chow Rojanasang, Associate Professor; (2) Suweena Tangpothisuwan, Associate Professor; **Academic year:** 2008

ABSTRACT

The objectives of this research were to study: (1) the personal factors which were effective of being the credit card member of commercial and uncommercial banks; (2) the comparison of the market factors which were effective towards the decision of applying the credit card member of commercial and uncommercial banks; and (3) the problems of using credit cards of commercial and uncommercial banks.

The sample groups of research were 400 credit cards holders of commercial and uncommercial banks who live in Bangkok Metropolis. Questionnaires were used for collecting information. Statistics used in information analysis were percentages, averages, standard deviation, t-test, and F-test.

The research had found the following results: (1) the credit cards holders of commercial banks were mostly female, aged 21-30 with bachelors degree, single, and work in the private companies as performing staffs, monthly income 15,000-25,000 baht. The credit cards holder of uncommercial banks mostly female, aged 21-30 with bachelors degree, single, and work in the private companies as performing staffs, monthly income 15,000 -25,000 baht; (2) the comparison of the market factors which effective towards the decision of applying the credit card of commercial banks, the members paid most attention at the service factor about uncommercial banks, the members paid most attention at the product and in the overall image, of total 7 factors affecting 2 groups at the high volume; and (3) the most problem of using both commercial and uncommercial banks was that the holders were sold life insurance from the insurance companies which got information from the institutional credit cards issuers.

Keywords: Market factors, Decision for applying a member of credit cards, Bangkok Metropolis

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากทางรองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง แห่งสาขาวิชาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช และที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอนให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์อย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชทุกท่าน ตลอดจนอาจารย์ นักวิชาการ บุคลากรและผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอก ขอขอบคุณผู้แต่งตำราและเอกสารต่างๆ รวมถึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งกับ คุณ รัชชธร สมศักดิ์ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายเจ้าหน้าที่เร่งรัดหนี้สินบัตรเครดิต และขอขอบพระคุณสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแก่ประเทศไทย ศาสนา พระมหากษัตริย์อันเป็นที่รักยิ่ง เหล่าคณาจารย์ในอดีต รวมถึงเหล่าคณาจารย์ของมหาวิทยาลัย และบุคลากรของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่าน

สาวิตตรี เต็มเพ็ชร

พฤษภาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต	9
ความหมายของบัตรเครดิต	13
ประเภทของบัตรเครดิต	19
การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต	35
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความพึงพอใจ	37
ทฤษฎีการตัดสินใจ	41
วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	51
แหล่งข้อมูล	51
ประชากรและวิธีเลือกตัวอย่าง	51
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การวิเคราะห์ข้อมูล	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	61
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
วิธีการดำเนินการวิจัย	113
สรุปการวิจัย	115
อภิปรายผล	117
ข้อเสนอแนะ	120
บรรณานุกรม	123
ภาคผนวก	127
แบบสอบถาม	128
ประวัติผู้วิจัย	138

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 เขตที่มีจำนวนประชากรที่ถือบัตรเครดิต จำแนกตามโซนเป็น 6 โซน.....	53
ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนตัวอย่างที่จำแนกตามโซนและสมาชิกบัตรเครดิต	56
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศกับการเลือกถือบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	62
ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุกับการเลือกถือบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	63
ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับการเลือก ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	63
ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพกับการเลือกถือ บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	64
ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพกับการเลือกถือ บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	64
ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับตำแหน่งงานกับการเลือก ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	65
ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้กับการเลือกถือบัตร เครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์	65
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็น สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์ใน ด้านของผลิตภัณฑ์	67
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็น สมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์ใน ด้านของราคา	68
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโซธนาคารพาณิชย์ ในด้านของสถาบันผู้ออกบัตร	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด	72
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในด้านพนักงาน	73
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	75
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ เป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในด้านกระบวนการให้บริการ	76
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการใช้บัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์	78
ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ	80
ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ	81
ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา	83
ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ	85
ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ	86
ตารางที่ 4.21 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้.....	93
ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์จำแนกตามเพศ.....	96
ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ.....	97
ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	99
ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ.....	101
ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ.....	102
ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	105
ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้.....	109

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของบัตรเครดิตมีบุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฝ่าย.....	15
ภาพที่ 2.2 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าบริการ ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย อื่น ๆ ในการใช้บัตรเครดิต.....	24
ภาพที่ 2.3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย อื่นๆ ในการใช้บัตรเครดิต.....	31
ภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะของผู้ออกบัตรเครดิตประเภทต่าง ๆ.....	35
ภาพที่ 2.5 แสดงรูปแบบของบัตรเครดิตแต่ละประเภท.....	36
ภาพที่ 2.6 โครงสร้างขั้นบันไดของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์.....	39
ภาพที่ 2.7 โมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A simple model of consumer decision making).....	42
ภาพที่ 2.8 แสดงส่วนประสมทางการตลาด 7P's.....	44

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่มนุษย์เรายังไม่รู้จักใช้เงิน การได้มาซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสิ่งยังชีพกระทำด้วยวิธีการแลกเปลี่ยนเท่านั้น ต่อเมื่อมีการคิดค้นสื่อกลางที่นำมาใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความสะดวก "เงินตรา" ก็เป็นสื่อกลางที่มนุษย์เรานำมาใช้จนทุกวันนี้ อย่างไรก็ตามเงินตราก็มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบต่างๆ เพื่อความสะดวกขึ้นอีกรวมทั้งความปลอดภัยในการพกพา และความปลอดภัยจากการที่จะถูกปลอมแปลงด้วย ไซว่าเงินตราที่เราใช้อยู่ทุกวันนี้ จะสะดวกและปลอดภัยที่สุด ในปี พ.ศ.2547 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ก็มีคนคิดค้นสื่อกลางอีกรูปแบบหนึ่ง สามารถนำมาใช้แทน "เงินตรา" ได้อย่างดี และได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายพันทั่วโลก และรู้จักกันในรูปแบบของ "บัตรเครดิตประจำตัว"

บัตรเครดิต สามารถให้ทั้งความสะดวกในการพกพา และปลอดภัยต่อการถูกโจรกรรมกับผู้ถือบัตรได้มากกว่า "เงินตรา" และใช้แทนเงินสดได้ไม่ต่างไปกว่าเงินตรา บัตรเครดิต ยังแสดงฐานะทางการเงินที่น่าเชื่อถือให้กับผู้ถือบัตรได้อีกด้วย นอกจากนี้ในประการที่เงินตราไม่มีก็คือ บัตรเครดิต สามารถมีเงินงอกเงยขึ้นจากการซื้อสินค้าด้วย เช่น การได้รับส่วนลดจากการใช้บัตรที่ผู้ออกบัตรเสนอให้ การได้ของขวัญของสมนาคุณจากการใช้บัตร หรือดอกเบี้ยที่เกิดขึ้น ในขณะที่ยังไม่ถูกหักบัญชีหรือครบกำหนดชำระเงิน บัตรเครดิตมิใช่เพียงให้ประโยชน์กับผู้ถือบัตรเท่านั้น ผู้ที่ได้ประโยชน์อีกรายก็คือร้านค้า แม้ว่าร้านค้าจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการรับบัตรเครดิตบ้าง แต่เมื่อเทียบกับการได้ขายสินค้าผ่าน บัตรเครดิต แล้ว เรียกว่าคุ้มยิ่งกว่าคุ้ม เพราะทำให้ผู้ที่ไม่ได้พกเงินสดติดตัวมามากเพียงพอสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันร้านค้าที่ไม่รับ บัตรเครดิต ก็ยากที่จะขายสินค้าได้ เพราะประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้ บัตรเครดิต แทนเงินสดมากขึ้น

แต่ผู้ที่ได้ประโยชน์มากที่สุดก็คือ ผู้ออก บัตรเครดิต ซึ่งมีทั้งที่เป็นธนาคารพาณิชย์หรือไม่ใช่ธนาคาร (non bank) ประโยชน์ที่เกิดขึ้นมาจาก ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเครดิต ที่เรียกเก็บจากผู้ถือบัตร ค่าธรรมเนียมการรับ บัตรเครดิต ที่ได้จากร้านค้า ค่าปรับที่เรียกเก็บจากผู้ถือบัตร รวมทั้งดอกเบี้ยค่านัดที่คิดจากผู้ถือบัตรไม่ชำระหนี้ตามกำหนดเวลา จะเห็นได้ว่า ไม่ว่าผู้ถือบัตร

ร้านค้าที่รับบัตร และธนาคารหรือบริษัทที่ออก บัตรเครดิต ต่างก็ได้ประโยชน์จากสิ่งที่เราเรียกว่า "บัตรเครดิต" กันทั้งนั้น สิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนก็คือการแข่งขันกันหาลูกค้าผู้ถือบัตรของผู้ออกบัตร มีทั้งหีบยื่นประโยชน์ให้ ไม่ว่าจะเป็นการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ของขวัญ รางวัลที่ให้กับผู้ถือบัตรเมื่อได้ใช้บัตรซื้อสินค้าถึงจำนวน และวงเงินที่กำหนด นั่นคือมุมมองที่เห็นในส่วน of ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจาก บัตรเครดิต ในอีกมุมมองหนึ่งที่เราเห็นก็คือ ความเสียหาย หรือภัยที่เกิดขึ้นจาก บัตรเครดิต ต้องยอมรับว่าอะไรที่มีประโยชน์มาก ก็มีภัยอย่างมหันต์เช่นกัน

ภัยประการแรกที่เกิดขึ้นก็คือ ภัยที่เกิดขึ้นจากการก่ออาชญากรรมกับ บัตรเครดิต เช่นการขโมยบัตร ขโมยข้อมูลใน บัตรเครดิต การปลอมแปลง บัตรเครดิต ของผู้อื่นแล้วนำไปใช้ ซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้ถือว่าเป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและการเงิน เป็นภัยร้ายแรงต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างยิ่ง ก่อให้เกิดความสูญเสียทั้งผู้ออกบัตร ร้านค้า และผู้ถือบัตร ในแต่ละปีคิดเป็นมูลค่ามหาศาลทีเดียว

จุดมุ่งหมายของการออก บัตรเครดิต คือ ความไว้วางใจของผู้ออกบัตรต่อผู้ถือบัตรว่าจะอยู่ในระดับใด โดยมีวงเงินเป็นตัวกำหนดและจะกำหนดด้วยชนิดของบัตร ทั้งนี้ ก็เพื่อให้ผู้ถือบัตรไม่ต้องพกเงินเป็นจำนวนมาก โดยผู้ออกบัตรจะเป็นผู้ทำหน้าที่ชำระเงินค่าสินค้าและบริการให้ก่อน และเมื่อครบรอบบัญชีผู้ถือบัตร ก็จะต้องชำระให้กับผู้ออกบัตร เป็นวงจรรู้อย่างนี้ โดยมิได้มีความประสงค์ให้ผู้ถือบัตรต้องใช้จ่ายเงินเกินตัว แต่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นในขณะนี้ก็คือทุกผู้ถือบัตร ไม่ว่าจะเป็นธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ หรือผู้ออกบัตรที่ไม่ใช่ธนาคาร (non bank) ต่างพยายามส่งพนักงานออกไปชักชวนสนับสนุนให้มีการถือ บัตรเครดิต ของตนเอง โดยไม่คำนึงว่าผู้ที่ไปชักชวนนั้นจะถือบัตรอยู่แล้วหรือไม่ ก็ไป พร้อมทั้งแข่งขันกันให้ของสมนาคุณ

การออก บัตรเครดิต ของธนาคารและที่ไม่ใช่ธนาคาร เป็นเรื่องที่ผู้ถือบัตรหีบยื่นเครดิต ให้ผู้ถือบัตรนำไปใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อน โดยที่ผู้ถือบัตรมิได้มีหลักประกันแต่อย่างใด ผู้ถือบัตรสามารถมีเครดิตเข้าซ้อนจากผู้ถือบัตรหลายราย ในขณะที่ความสามารถในการชำระหนี้ก็มีเพียงเท่าเดิม ถึงเวลาแล้ว ที่ธนาคารหรือไม่ใช่ธนาคารที่ทำหน้าที่ออกบัตรเครดิต ควรจะต้องกลับมาใช้ข้อมูลของลูกค้าร่วมกัน และช่วยกันจำกัดมิให้ลูกค้ามีเครดิตเกินตัว เพราะเครดิตที่ให้มากเกินไปนั้น ไม่ต่างกับการยื่นภัยพิบัติให้กับผู้ถือบัตร ซึ่งจะเชื่อมโยงไปถึงความเสียหายต่อครัวเรือน ต่อระบบสังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย (โดย พ.ต.อ.สุรเชษฐ ชีรวินิจ ส่วนวิชากฎหมาย โรงเรียนนายร้อยตำรวจ มติชนรายวัน วันที่ 08 มิถุนายน พ.ศ. 2548 ปีที่ 28 ฉบับที่ 9951)

ธนาคารพาณิชย์ทั้งไทยและต่างประเทศบริษัทการเงินเอกชนตลอดจนบริษัทบัตรเครดิตที่ผ่านมานั้นมีบัตรเครดิตในประเทศไทยกว่า 200 บัตรจากทุกสถาบัน นำเสนอถึงรายละเอียดและเงื่อนไขสิทธิประโยชน์ต่างๆ อย่างครบถ้วน พร้อมด้วยกลยุทธ์และแผนการตลาดที่น่าสนใจ (บทนำ “ทำเนียบบัตรเครดิต2002” 2544: 6) บัตรเครดิตที่ใช้กันอยู่โดยทั่วไปในขณะนี้ มีอยู่ 3 ประเภทใหญ่ๆ คือบัตรเครดิตของธนาคาร (บัตรในประเทศ) เช่น บัตรธนาคารกสิกร หรือบัตรธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตของธนาคารที่มีตรา VISA/MASTER/AMERICAN EXPRESS (AMEX) เช่น บัตรกสิกร วิชา หรือ บัตรธนาคารกรุงเทพ AMEX บัตรของบริษัทที่ไม่ใช่ธนาคาร เช่น บัตรAMEX หรือ DINERS เป็นต้น จุดเด่นของบัตรเครดิตของธนาคารที่มีตรา VISA/MASTER และ บัตรของบริษัทที่ไม่ใช่ธนาคาร คือ คุณสามารถที่จะใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศไม่ว่าจะเป็นบัตรของธนาคารใดก็ตาม ในขณะที่บัตรในประเทศจะใช้ได้เพียงในประเทศไทยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม บัตรในประเทศมักจะมีค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่า สำหรับบัตรของบริษัทที่ไม่ใช่ธนาคารนั้น (แบบที่ 3) โดยส่วนมากจะเป็น "ชาร์จ์การ์ด" (Charge Card) หรือบัตรที่ต้องชำระเต็มจำนวนในเดือนถัดไป ผ่อนไม่ได้ ในกรณีที่มีการค้างชำระคุณจะถูกปรับในอัตราที่สูงมาก อย่างไรก็ตามตอนนี้เริ่มอนุญาตให้ผ่อนได้บ้างแล้วสำหรับบางบัตร บัตรประเภทนี้มีส่วนดีคือคุณไม่สามารถสร้างหนี้ได้ ที่สำคัญคุณไม่ควรมีบัตรเครดิตเกิน 2 ใบ (โดยเฉพาะบัตรในประเทศเดียวกัน) เพราะจะทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและควบคุมลำบาก

เมื่อผู้ประกอบการทั้งธนาคารและสถาบันที่ออกบัตรเครดิตต่างเสนอเงื่อนไขและสิทธิพิเศษต่างๆ มากมายก็ยิ่งทำให้มีผู้ตัดสินใจถือบัตรเครดิตไว้เป็นเครื่องมือทางการเงินในการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก พร้อมกันนี้ต้องประเมินการใช้จ่ายและการบริหารการเงินของตนเองควบคู่ไปด้วย ถึงแม้ว่าผู้ออกบัตรจะประเมินมาให้แล้วก่อนที่จะยื่นข้อเสนอให้ แต่อย่าลืมว่าบัตรเครดิตก็คือสินเชื่อ มีหนี้และดอกเบี้ยที่ต้องแบกรับเช่นกัน การบริหารการเงินผิดพลาดอันเกิดจากการใช้จ่ายเกินตัวทำยสุทธภาวะปัญหาต่างๆ ก็จะกลับมาตกอยู่ที่สมาชิกทั้งหมด และจากเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้นดังนั้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต โดยพิจารณาสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่พึงได้รับสูงสุดของผู้บริโภคที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ บัตรใดบัตรหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์

2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์

2.3 เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรตาม (Dependent Variables) การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) สถานภาพสมรส
- 5) อาชีพ
- 6) ตำแหน่งงาน
- 7) รายได้ต่อเดือน

3.1.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านการจัดจำหน่าย
- 4) ด้านส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านพนักงาน
- 6) ด้านกระบวนการให้บริการ
- 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3.2 ตัวแปรตาม

การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโฆษณาการพาณิชย์ ประกอบด้วย ประเภทของบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิต เหตุผลที่ตัดสินใจเป็นสมาชิก วงเงินที่ได้รับอนุมัติ จำนวนบัตรเครดิตที่มีต่อคน วิธีการชำระค่าบัตรเครดิต

กรอบแนวคิดในการวิจัย การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโฆษณาการพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร



4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชธนาการพาณิชย์แตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันมีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชธนาการพาณิชย์แตกต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้างนี้ ดังต่อไปนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มผู้บริโภคที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และที่มีโชธนาการพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาจะศึกษาเรื่องการตัดสินใจเป็นสมาชิก เรื่องบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชธนาการพาณิชย์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

5.3 ขอบเขตด้านเวลา การเก็บข้อมูลจะทำระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 ถึงกันยายน พ.ศ. 2551

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้มีศัพท์ที่จะต้องนิยามหรือให้ความหมายเพื่อความเข้าใจร่วมกัน ดังต่อไปนี้

6.1 ผู้บริโภค หมายถึง ลูกค้าหรือสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชธนาการพาณิชย์ ที่เป็นคนไทยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจุบันเป็นสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตทั้งสองประเภท

6.2 บัตรเครดิต หมายถึง บัตร เอกสาร หรือวัตถุอื่นใดซึ่งผู้ออกบัตรออกให้แก่ผู้ถือบัตร โดยบันทึกข้อมูลบัตรเครดิตหรือรหัสบัตรเครดิตไว้ด้วยกรรมวิธีใด ๆ เพื่อให้ปรากฏความหมายด้วยตัวอักษร ตัวเลข รหัส หรือสัญลักษณ์อื่นใด ทั้งที่สามารถมองเห็นหรือมองไม่เห็นด้วยตาเปล่า เพื่อให้ผู้ถือบัตรใช้ประโยชน์ในการชำระราคาสินค้าหรือค่าบริการหรือใช้เบิกถอนเงินสด ทั้งนี้ ไม่รวมถึง

บัตรที่ผู้ถือบัตรได้ชำระเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ออกบัตรแล้ว (Prepaid card) ประเภทต่าง ๆ อาทิเช่น บัตรทางด่วน บัตรรถไฟฟ้า บัตรโทรศัพท์)

6.3 บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ หมายถึง บัตรที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตร หรือผู้บริโภครวมตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด ทั้งนี้ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้า

6.4 บัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ หมายถึง บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครวมตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์กำหนด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด

6.5 สมาชิกบัตรเครดิต หมายถึง ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่สมัครบัตรเครดิต และได้รับอนุมัติให้ใช้บัตรเครดิต และให้วงเงินในการใช้จ่ายผ่านบัตร รวมถึงการเข้ารับบริการต่าง ๆ จากผู้ออกบัตร

6.6 การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน ดังที่ บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ "เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว" อ้างจาก ไพลิน ผ่องใส (2536:155)

6.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด 7 ประการที่กิจการสามารถควบคุมได้ที่เรียกว่า 7P's ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ประการ กิจการต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างแรงจูงใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผลของการวิจัย ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการถือบัตรและการใช้จ่ายของผู้บริโภค ผ่านบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

7.2 ผลของการวิจัย ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ

7.3 จากปัญหาที่พบในการทำวิจัย สามารถทำให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการแก่สมาชิกให้ดียิ่งขึ้น

7.4 ผลของการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับงานวิจัยประเภทเดียวกันหรือใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงกับบัตรเครดิตประเภทอื่นๆ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต
2. ความหมายของบัตรเครดิต
3. ประเภทของบัตรเครดิต
4. การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต
5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความพึงพอใจ
6. ทฤษฎีการตัดสินใจ
7. วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติความเป็นมาของ “บัตรเครดิต”

ในยุคเริ่มแรกของสังคมมนุษย์นั้น ยังเป็นยุคสังคมเกษตรกรรม เป็นสังคมที่มีการติดต่อสัมพันธ์กันในวงจำกัด ผู้คนในสังคมได้เป็นที่รู้จักกัน มีความรู้และรับรู้ถึงสภาพฐานะทางสังคมและฐานะทางเศรษฐกิจ บ้านใครมีความมั่นคงและร่ำรวย เป็นผู้ที่ได้รับการเชื่อถือในวงสังคมของผู้คนในสังคมเดียวกัน การซื้อขายติดต่อกันก็เป็นไปอย่างง่าย ๆ เป็นการแลกเปลี่ยน (Barter) ตลอดจนมีการซื้อขายด้วยเงินตรา ซึ่งก็มีรัฐบาลเป็นผู้ประกันความเชื่อถือและความมั่นคง

ประเทศที่คิดค้นและนำบัตรเครดิตมาใช้เป็นประเทศแรก คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ.1914 (พ.ศ.2457) โดยบริษัท เฮอเนอร์ลปีโตรเลียม คอร์เปอเรชั่น ออฟ แคลิฟอร์เนีย (ปัจจุบันคือ บริษัท โมบิลออยส์ จำกัด) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งแก่พนักงานของบริษัทและลูกค้าของตน บางรายที่ได้รับเลือกสรรแล้ว ให้ใช้บัตรดังกล่าวแทนเงินสดได้ โดยสามารถนำไปใช้ชำระค่าน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ใช้ได้เฉพาะในกลุ่มของตนเองเท่านั้น นำไปใช้กับบุคคลอื่นไม่ได้ และบัตรเครดิตฉบับแรกนี้ มีลักษณะเป็นเหรียญโลหะ

ต่อมา ในปี ค.ศ. 1920 บริษัทที่จำหน่ายน้ำมัน ก็ได้ออกบัตรในทำนองนี้ให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก และต่อมาได้รับความนิยมมากขึ้น ได้มีการขยายตัวของการออกบัตรเครดิต ไปใช้ซื้อสินค้าและบริการในสินค้าอื่น ๆ มากขึ้น (หนังสือ โกงสะบัด โกงสะบัด โดย พ.ต.ท.สุรเชษฐ ชีรวินิจ ISBN 974-86531-2-9)

ต่อมา ในปี ค.ศ.1950 (พ.ศ.2493) นายแฟรงค์ แมคนามารา (Frank Mc.Namara) นักธุรกิจชาวนิวยอร์ก ได้รับประทานอาหารเย็นที่ภัตตาคารแห่งหนึ่ง แล้วลืมพกกระเป๋าสตางค์ติดตัวไป จึงไม่มีเงินชำระค่าอาหาร ต้องโทรศัพท์ให้ภรรยานำเงินไปให้ จากเหตุการณ์นี้เองทำให้เขาคิดว่าน่าจะมีบัตรพิเศษใช้แทนเงินได้ เขาจึงนำความคิดนี้ไปหารือกับนาย ราล์ฟ ชไนเคอร์ (Ralph schncider) ทนายความที่ปรึกษาของเขาว่าวิธีการดังกล่าวจะมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด และในที่สุด ทั้งสองจึงได้จัดตั้ง บริษัท ไดเนอร์ส คลับ (Diners Club) ออกบัตรเครดิต Diners Club เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด ซึ่งคำว่า Diners นั้นก็มาจากคำว่า Dinner ที่แปลว่า อาหารเย็นนั่นเอง

ต่อมา ได้มีบริษัทเอกชนอีกหลายบริษัท ได้ออกบัตรเครดิต โดยในปี ค.ศ.2001 บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส จำกัด ได้ออกบัตรเครดิต อเมริกัน เอ็กซ์เพรส

ต่อมาใน พ.ศ.2002 ธนาคาร อเมริกัน จำกัด (Bank of America) ออกบัตรเครดิต ชื่อ Bank Americard ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “VISA CARD”

และต่อมาปี พ.ศ. 2009 กลุ่ม Inter Bank ในสหรัฐอเมริกา ได้ออกบัตรเครดิตชื่อ MASTERCHARGE ซึ่งต่อมา เปลี่ยนเป็น “MASTER CARD”² ที่มารวบรวมได้ ชมรมธุรกิจบัตรเครดิต ประเทศไทย

ประวัติบัตรเครดิตในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย เริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2512 (ค.ศ.1969) ผู้ออกบัตรคือ บริษัท บัตรไดเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร

ปี พ.ศ.2513 ธนาคารแห่งอเมริกา ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศ ที่เรียกว่า Bank Americard หรือที่รู้จักกันในขณะนี้ว่า “วีซ่า” เข้ามาใช้ในประเทศไทย

ปี พ.ศ.2515 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตรชื่อ “บัตรเครดิตเอนกประสงค์” ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของคนไทย โดยธนาคารของไทยเป็นผู้ออก

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

ในปี พ.ศ.2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตของตนเอง เรียกชื่อ “บัตรเครดิต ธนาคารกสิกรไทย” (หนังสือ โกงสะบัด โกงสะบัด (โกงกันสะบัด คือบัตรเครดิต) ของ พ.ต.ต.สุรเชษฐ์ ชีวินิจ)

ในปี พ.ศ.2522 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของ วิชา อินเตอร์เนชั่นแนล (VISA INTERNATIONAL) และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทน (FRANCHISEE) ออกบัตรเครดิต วิชา (VISA) ในประเทศไทย

ในปัจจุบันนี้ ธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย ได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนในการออกบัตรวิชา และออกบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ต่างผลัดกันกัน ออกบัตรเครดิตของตนเอง ซึ่งมีผลให้มีการขยายตัวของปริมาณบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างมาก และมีการแข่งขันกันมากขึ้นด้วย

ในปีพ.ศ. 2524 ธนาคารไทยพาณิชย์ได้เริ่มให้บริการบัตรเครดิตวิชาเป็นครั้งแรก และออกบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด ในปี พ.ศ. 2525 และในเดือนตุลาคม 2531 ออก “บัตรเครดิตโพธิ์เงิน” และ “บัตรเครดิตโพธิ์ทอง” เป็นบัตรในประเทศ ตามด้วยการออกบัตรเครดิตเจซีบี ในปี พ.ศ. 2532 เป็นผู้นำในการออก “บัตรเครดิตร่วมองค์กร” เป็นแห่งแรกในประเทศไทย เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2537 ได้มีการแยกฝ่ายบัตรเครดิตออกจากธนาคารมาดำเนินงานในรูปแบบบริษัทเป็นแห่งแรกในประเทศไทย

พ.ศ. 2530 ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเริ่มต้นบริการด้วยการออกบัตรเครดิตต่างประเทศ ในชื่อ “บัตรเครดิตกรุงศรี วิชา” ต่อมาปี พ.ศ. 2544 มุ่งมั่นสู่การเป็นผู้นำบริหารชั้นแนวหน้า โดย 2 สถาบันการเงินอันมั่นคงเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ทุนร่วมบริหารบัตรเครดิตกรุงศรี วิชา ระหว่างธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัท จีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) จำกัด

พ.ศ. 2531 ธุรกิจบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพเริ่มหลังธนาคารอื่นๆ เป็นเวลา 10 ปี และได้ขยายธุรกิจไปยังบัตรเครดิตต่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2532 ออกบัตรเครดิต VISA ธนาคารกรุงเทพ มุ่งเน้นพัฒนาบริการให้เกิดความหลากหลายโดยอาศัยกลยุทธ์ทางด้าน ROYALTY ที่ถูกค่ามีต่อสถาบันต่างๆ มาใช้ในการออกบริการบัตรเครดิตร่วมเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 กับองค์กรธุรกิจ ห้างสรรพสินค้า และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า

เดอะมอลล์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2538 ออก MASTERCARD ธนาคารกรุงเทพ

ในพ.ศ. 2533 ธนาคารกรุงไทยได้ออกบัตรเครดิตเรียกว่า “บัตรเครดิตกรุงไทย” ซึ่งเป็นบัตรเครดิตในประเทศภายใต้รูปลักษณะบัตรสวยงามของภาพพระอาทิตย์ทรงรถจากจินตนาการและมีมือการวาดของศิลปินระดับชาติ นายจักรพันธ์ โปษยาภรณ์ และที่เด่นคือให้บัตรวิชากรุงไทยเป็นบัตรแห่งสิทธิประโยชน์ด้วยคุณค่า 3 บัตรใน 1 ใบ ที่สมาชิกจะใช้ได้ทั้งร้านค้าที่รับบัตรวิชา ร้านที่รับบัตรกรุงไทย หรือใช้เป็นเอทีเอ็มเบิกถอนเงิน ซึ่งเป็นต้นแบบแห่งสิทธิประโยชน์อันทรงคุณค่ามากที่สุดในวงการบัตรเครดิตปัจจุบัน

นอกจากบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์แล้ว ในประเทศไทยก็ยังมีบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ยกตัวอย่างดังนี้

เมื่อปี พ.ศ. 2539 บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตภายในประเทศร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และออกในนามของบริษัท ต่อมาได้มีการขยายฐานบัตรเครดิตสู่ทั่วประเทศโดยเฉพาะบัตรเครดิต Master Card & JCB Card ควบคู่ไปกับการขยายให้บริการเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ

และในพ.ศ. 2541 จีอี แคปปิตอล (ประเทศไทย) ได้เข้ามาถือหุ้นใหญ่ในบริษัท เซ็นทรัลการ์ด และได้เปลี่ยนจากประเภทบัตรชำระการ์ดมาเป็นบัตรเครดิตให้วงเงินสินเชื่อหมุนเวียน และยังได้ออกบัตรพาวเวอร์บายให้กับกลุ่มเซ็นทรัลด้วย ซึ่งเป็นบริการผ่อนชำระเช่นเดียวกับเฟิร์สช้อยส์ และในปี พ.ศ. 2544 ได้ร่วมทุนกับเทสโก้โลตัส ตั้งบริษัท เทสโก้ การ์ด เซอร์วิสเซส จำกัด และได้ร่วมทุนกับธนาคารกรุงศรีอยุธยาสัดส่วน 50:50 ในนามบริษัทบัตรกรุงศรี จีอี

เมื่อความนิยมในบัตรเครดิตเป็นที่แพร่หลายทั่วโลก แน่นอนที่สุด ช่องทางในการทุจริตเกี่ยวกับบัตรเครดิต ก็เริ่มขยายตัวตามมา ความจำเป็นที่ต้องมีมาตรการลดปัญหาดังกล่าว จึงต้องมีขึ้น เช่นการเพิ่มแถบแม่เหล็ก (Magnetic Stripe) และภาพสามมิติ (Hologram) และในขณะนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากแถบแม่เหล็ก ไปเป็นใช้แผ่นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (chip) เพื่อป้องกันการปลอมแปลง อย่างไรก็ตาม มาตรการดังกล่าว สามารถป้องกันการทุจริตบัตรเครดิตไปได้ระดับหนึ่งเท่านั้น อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ยังแสวงหาช่องทางในการทุจริตที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตได้เสมอ ดังนั้น มาตรการทางกฎหมาย การบังคับใช้ในการลงโทษผู้กระทำการทุจริต ตามกฎหมายที่มีใช้อยู่ในปัจจุบัน ก่อนจะมีกฎหมายเกี่ยวกับบัตรเครดิต หรือแก้ไขกฎหมายอาญาเพื่อให้สอดคล้อง

และแก้ปัญหาการทุจริตบัตรเครดิตให้ได้ผลในการป้องกันและปราบปรามในเรื่องการทุจริตเกี่ยวกับบัตรเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. ความหมายของบัตรเครดิต

คำว่า “บัตรเครดิต” มีรากฐานมาจากคำว่าเครดิต ซึ่งคำนี้ยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอนตายตัวและยังไม่เป็นที่ยอมรับกันมากนักในหมู่นักวิชาการ ดังนั้นเครดิตจึงมีหลายความหมาย ซึ่งจะเป็นความหมายใดขึ้นอยู่กับนำไปใช้และความหมายแต่ละอันจะไม่ขัดแย้งกัน เพียงแต่เป็นการเน้นหรือย้ำจุดที่แตกต่างกันไป

“Credit” มาจากภาษาละติน คือ “Credo” แปลว่า ข้าพเจ้าเชื่อ (I believe) โดย Credo เกิดจากการผสมคำของ card และ do ซึ่งแปลว่าเชื่อถือได้ ไว้วางใจ (trust) ยอมรับ (to place) ซึ่งนักวิชาการต่าง ๆ ได้ให้คำจำกัดความของเครดิตไว้ดังนี้ ตามลำดับ

- Hold Worth กล่าวว่า “เครดิต เป็นความเชื่อมั่นของผู้เป็นเจ้าของหนี้ อันมีต่อลูกหนี้ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเต็มใจและความสามารถในการชำระหนี้ได้” ซึ่งเป็นการมองในทัศนะของผู้ให้เครดิต (เจ้าหนี้)

- Joseph French Johnson ให้คำจำกัดความของเครดิตไว้ใน Money and Currency ว่า “เครดิตเป็นพลังที่จะให้ได้ว่าสิ่งสินค้าหรือบริการ โดยให้สัญญาว่าจะจ่าย ณ วันใดวันหนึ่งในอนาคต” ซึ่งเป็นการมองในทรรศนะของผู้ใช้เครดิต (ลูกหนี้) (สุนทรี สันทราพรพล 2528 : 28)

- นิติยา บินวงศ์ (2530 : 10 อ้างใน ปรีชา จอนเจ็ก 2543 : 6) บัตรเครดิตมีลักษณะเป็นพลาสติกเล็ก ๆ ที่ระบุชื่อผู้ออกบัตร เลขที่บัตรชื่อ และลายมือชื่อของผู้ถือบัตรหรืออาจมีรูปถ่ายของผู้ถือบัตรเครดิตอยู่บนหน้าบัตรด้วย และวันหมดอายุการใช้บัตรทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานว่าผู้ถือบัตรนี้เป็นผู้มีสิทธิในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เป็นเงินเชื่อ

ดังนั้นคำว่า “เครดิต” จึงหมายถึงความเชื่อถือระหว่าง ลูกหนี้ และเจ้าหนี้ที่ยอมรับให้มีการแลกเปลี่ยนในมูลค่าปัจจุบัน เพื่อจ่ายเงินในอนาคต

บัตรเครดิต จึงหมายถึง บัตรที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตออกให้กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกของตนเพื่อนำไปซื้อสินค้าหรือบริการ ณ ร้านค้าหรือสถานบริการที่มีข้อตกลงเป็นร้านค้าสมาชิกรับบัตรเครดิตกับธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต ผู้บริโภคก่อนที่จะตัดสินใจเป็นลูกค้าหรือสมาชิกบัตรเครดิต ควรศึกษาและเปรียบเทียบเงื่อนไขต่างๆ เช่น ภาระผูกพัน ดอกเบี้ย วงเงินในการผ่อนชำระ ค่าธรรมเนียม

และเบี้ยปรับต่าง ๆ ตลอดจนข้อเสนอลดโทษให้เข้าใจเป็นอย่างดี บัตรเครดิตที่สถาบันการเงิน และบริษัทบัตรเครดิตที่ออกบัตรเครดิตให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการ โดยยังไม่ต้องจ่ายเงินทันทีให้แก่ร้านค้า หรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิคนั้น จะมีบุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฝ่ายด้วยกันคือ (รัฐสภาไทย ธรรมนูญ 2540 : 15-17)

2.1 ผู้ออกบัตร (Issuer) ซึ่งปกติได้แก่ธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทยได้อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยดำเนินธุรกิจนี้ได้ นอกจากนี้มีบริษัทต่างๆ เป็นจำนวนมากที่ให้บริการบัตรเครดิต โดยร่วมกับธนาคารบางแห่งเช่นบัตรของแมคโคร ธนาคารผู้ออกบัตรจะออกบัตรเครดิตให้แก่ผู้ถือบัตร โดยจะให้ผู้ถือบัตรกรอกแบบฟอร์มใบสมัครพร้อมหลักฐานประกอบดังนี้

บัตรประจำตัวประชาชน

ทะเบียนบ้าน (อาจมีรูปถ่าย)

หนังสือรับรองเงินเดือน

สำเนาบัญชีเงินฝากธนาคารย้อนหลัง 6 เดือน

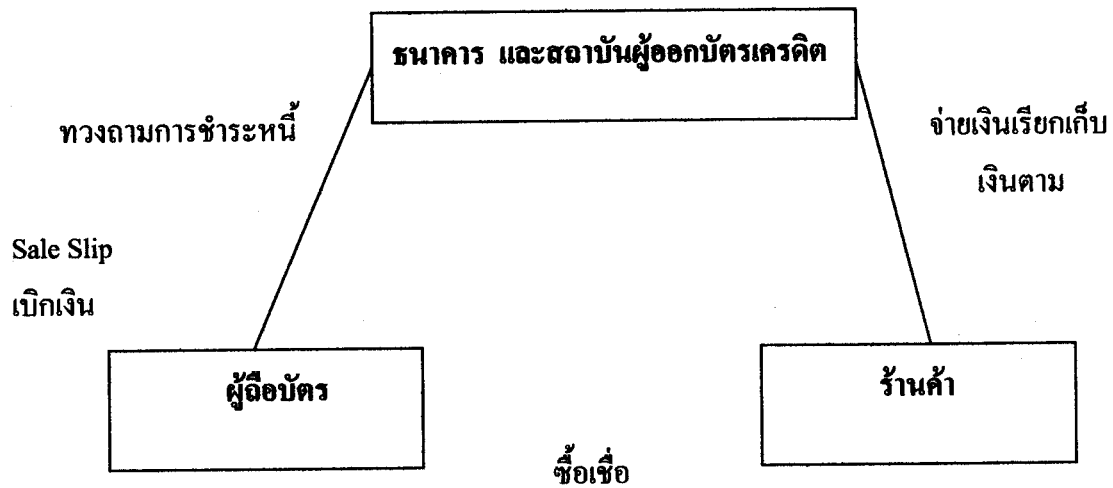
และสอบถามสื่อบุคลากรการเงินของบุคคลนั้น เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องจากหนี้ค้างชำระของผู้ถือบัตรเครดิคนั้น นอกจากนี้ บางธนาคารอาจกำหนดให้ผู้ถือบัตรจะต้องมีเงินฝากกับธนาคารในวงเงินจำนวนหนึ่งด้วย ธนาคารจะวางข้อกำหนดหรือระเบียบต่าง ๆ ให้ผู้ถือบัตร และร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกปฏิบัติ เช่นผู้ถือบัตรต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเป็นสมาชิกรายปี ฯลฯ

2.2 ผู้ถือบัตร (Cardholder) สมาชิกผู้ถือบัตร ปกติเป็นลูกค้านาคารต้องยื่นใบสมัครขอเป็นสมาชิกบัตรเครดิตซึ่งต้องมีคุณสมบัติตามที่สถาบันการเงินกำหนด โดยเสียค่าธรรมเนียม (ค่าสมาชิก) ในระยะเวลาที่กำหนดและต้องปฏิบัติตามระเบียบหรือข้อบังคับของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิคนั้น เช่น ผู้ถือบัตรจะนำบัตรเครดิต ไปใช้แก่ร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกโครงการบัตรเครดิตของธนาคารซึ่งจะมีเครื่องหมายของธนาคารติดไว้ที่หน้าร้านค้า เช่นเครื่องหมาย VISA ผู้ถือบัตรจะซื้อสินค้าหรือชำระค่าบริการภายในวงเงินที่กำหนดและต้องจ่ายเงินที่ธนาคารสำรองจ่ายแทนไปก่อน

2.3 ร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกโครงการบัตรเครดิต (Merchant) ปกติร้านค้าหรือสถานบริการถ้าขายสินค้าหรือบริการด้วยเงินสดอาจจะมีผู้ซื้อสินค้าใช้บริการน้อย แต่ถ้าซื้อสินค้าเงินเชื่อ หรือบริการโดยผ่อนชำระ จะมีผู้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการมากขึ้น ในการนี้ร้านค้าหรือสถานบริการจะตกลงกับธนาคารว่าจะยอมรับบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรของธนาคาร

นำมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น แทนที่ร้านค้าหรือสถานบริการจะไปเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อสินค้าที่ใช้บัตรเครดิต โดยร้านค้าหรือสถานบริการจะเก็บรวบรวมหลักฐานการซื้อขาย (Sales Slip) เข้าฝากในบัญชีแก่ธนาคารในระยะเวลา 30 วัน หรือ ทันทีก็ได้ ถ้าเกินกว่านั้นธนาคารจะไม่จ่ายเงิน และ Sales Slips แต่ละฉบับต้องเสียค่าธรรมเนียมส่วนลดแก่ธนาคาร เช่น ถ้อยบัตรเครดิตภายในประเทศจะต้องเสียส่วนลด 1% ถ้าเป็นบัตรเครดิต Visa หรือ Master Card เสียส่วนลด 3% เป็นต้น

บัตรเครดิตมีบุคคลที่เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย ดังกล่าวข้างต้น และสามารถแสดงความสัมพันธ์เป็นภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของบัตรเครดิตมีบุคคลที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฝ่าย

จากรูปภาพที่ 2.1 สิทธิประโยชน์ของธุรกิจบัตรเครดิตที่มีต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม คือ ผู้ออกบัตร ผู้ถือบัตร และร้านค้า ทำให้บัตรเครดิตเข้ามามีบทบาทในการใช้จ่ายแทนเงินสด จนกลายเป็นบริการหลักของธนาคารที่มีส่วนแบ่งทางตลาดสินเชื่อสูงมาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ชักชวนให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิตจึงประสบความสำเร็จอย่างมากในการดำเนินธุรกิจและยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกยี่ห้อบัตรด้วยความที่กองบรรณาธิการนิตยสารการเงินการธนาคาร กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการหาสมาชิกบัตร โดยทั่วไปนิยมวิธีการส่งเสริมการขายโดยธนาคารมีวัตถุประสงค์ในการออกบัตรเครดิต เพื่อให้บริการลูกค้าของธนาคาร ดังนั้นการหาสมาชิกบัตรและการส่งเสริมการขาย จึงไม่ใช่

ความพยายามทางการตลาดมากนัก แต่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายร่วมกับสาขาบริการหลักของธนาคารไปพร้อม ๆ กันดังต่อไปนี้

การใช้พนักงานขายโดยการส่งเจ้าหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจ ของธนาคารออกชักชวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้หันมาใช้บริการต่างๆ ของธนาคาร ซึ่งรวมทั้งบัตรเครดิตด้วย

การประชาสัมพันธ์ (Publicity) ใช้เพื่อแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบัตรเครดิตให้ผู้ใช้บริการหรือผู้สนใจทั่วไปทราบ

การโฆษณา (Advertising) ส่วนใหญ่ใช้ในการโฆษณาสถาบันออกบัตรมากกว่า เพื่อเป็นการเตือนความจำ นอกจากนี้ก็มีการวางแผนประชาสัมพันธ์การใช้งานบริการพร้อมแบบฟอร์มการขอใช้บัตรตามสาขาของธนาคารและห้างสรรพสินค้าด้วย

ส่วนสถาบันการเงิน เน้นการใช้ความพยายามทางการตลาดในการหาสมาชิกเป็นอย่างมาก โดยทั่วไปนิยมใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

1. การโฆษณา (Advertising) ใช้เพื่อการกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้รู้จักบัตรเครดิต และเป็นสมาชิกเน้นการขายทางจดหมายให้ประสบผลสำเร็จ สื่อในการโฆษณาจะยึดโทรทัศน์เป็นหลัก และสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจทั่วไป

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ที่นิยมใช้กันมีการแถมของขวัญเมื่อสมัครเป็นสมาชิกและอีกวิธี คือการจัดรายการสมาชิกแนะนำสมาชิก โดยผู้ถือบัตรจะแนะนำให้คนรู้จักสมัครเป็นสมาชิกแล้วจะได้รับคู่มือเพื่อสะสมไว้แลกของรางวัลบัตรเครดิคนั้น แต่ละสถาบันที่ออกบัตรต่างก็แข่งขันกันให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตรของตนมากมาย เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรของตน แต่ละบัตรส่วนมากก็ให้สิทธิประโยชน์ที่เหมือนกันหลายประการ ทั้งบัตรภายในประเทศและบัตรสากลที่ใช้ได้ทั่วโลก

สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตต่าง ๆ ซึ่งพอจะสรุปประเด็นสำคัญ ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการ มีร้านค้าที่รับชำระสินค้าและบริการด้วยบัตรกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ใช้ชำระค่าสาธารณูปโภค ใช้ถอนเงินสดจากเครื่องเอ.ที.เอ็ม. ในเครือข่ายเดียวกันทั่วประเทศสามารถใช้ส่งสินค้าทางไปรษณีย์ในราคาพิเศษได้ใช้ชำระค่าตั๋วพาหนะและค่าบริการในการเดินทางได้ใช้ได้กับสถานบริการหลายประเภท เช่น โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร ห้องอาหาร โรงพยาบาลเอกชน คลินิก ร้านตัดเสื้อผ้า ปั๊มน้ำมัน ตู้ซ่อมรถ ร้านอะไหล่ ฯลฯ

2. ด้านการบริการรับจ่ายเงินคืนค่าสินค้าและบริการของสถานออกบัตร ให้เครดิต 45-55 วัน โดยไม่คิดดอกเบี้ย ได้รับการยกเว้นค่าแปลงเงินสกุลอื่น เมื่อใช้จ่ายในต่างประเทศ

ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทาง สามารถกำหนดวงเงินชำระคืนเองได้ตามต้องการสามารถชำระเงินได้จากหลายบัญชีทั้งกระแสรายวันหรือออมทรัพย์

3. ด้านการบริการคุ้มครองสมาชิกผู้ถือบัตรและคุ้มครองบัตร ประกันภัยอุบัติเหตุในการเดินทาง ทั้งผู้ถือบัตรและรวมถึงสมาชิกในครอบครัวด้วยเมื่อใช้บริการบัตรเครดิตในการเดินทาง หากบัตรเกิดการสูญหายเมื่อแจ้งให้สถาบันออกบัตรทราบแล้ว ไม่ต้องรับผิดชอบอีกต่อไป มีรูปผู้ถือบัตรพร้อมลายเซ็น เพื่อป้องกันการแอบอ้างใช้บัตร มีบริการประกันชีวิตคุ้มครองเครดิต (กรณีผู้ถือบัตรถึงแก่กรรม สมาชิกในครอบครัวไม่ต้องรับผิดชอบหนี้สินค้างชำระกับสถานออกบัตร) ชดใช้ค่าเสียหายจากการเดินทาง เช่น กระเป๋าเดินทางล่าช้า หรือสูญหายเป็นต้น

4. ด้านการแข่งขันเพื่อจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจ ไม่เก็บค่าบริการพิเศษอื่นๆ นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมรายปี วงเงินอนุมัติให้ใช้จ่ายสูง ออกบัตรเสริมได้ไม่จำกัดจำนวน และยกเว้น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า รวมทั้งเสียค่าธรรมเนียมรายปีเพียงครั้งเดียว ไม่ต้องมีเงินฝากประจำหรือเป็นลูกค้ายของธนาคารมาก่อน อนุมัติการจ่ายเงินตลอด 24 ชั่วโมง สามารถใช้ได้โดยไม่จำกัดวงเงิน แจกของกำนัลเมื่อแรกสมัครเข้าเป็นสมาชิก ให้ความคุ้มครองสินค้าที่ซื้อโดยบัตรเครดิตหากเกิดการสูญหายหรือจากการโจรกรรมหรืออุบัติเหตุเป็นเวลา 90 วัน บริการจัดส่งของขวัญหรือใช้สำรองที่นั่งในการชมการแสดงต่าง ๆ ได้ใช้สื่อโฆษณาเป็นบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในวงสังคม บริการส่งใบสมัครและสามารถสมัครเป็นสมาชิกบัตรโดยทางไปรษณีย์ได้

5. ด้านการบริการหลังการขาย การบริการที่สถาบันผู้ออกบัตรดำเนินการให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตร โดยทั่วไปแทบทุกบัตรจะให้บริการหลังการขายที่เหมือนกัน

ตามที่ รังสิน สืบแสง (บรรณาธิการแถลง “สารขวัญนคร” มกราคม - มีนาคม 2539 : 4) กล่าวว่า ทุกสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตต่างก็เสนอสิทธิประโยชน์พร้อมทั้งบริการหลังการขายเป็นจุดขายที่กลุ่มผู้บริโภคจะสามารถนำมาพิจารณา เพื่อเลือกใช้บัตรของสถาบันใดได้อย่างถูกต้องและมีประโยชน์มากที่สุด การบริการหลังการขายมีเหมือนกันทุกแห่งคือ

- มีสามารถแจ้งข่าวและรายชื่อร้านค้าที่ให้ส่วนลดจากการใช้บัตรอย่างสม่ำเสมอ
- สามารถสอบถามข้อมูลบัญชีเงินฝากด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวได้
- มีสำนักงานบริการให้ความช่วยเหลือระหว่างการเดินทางต่างประเทศได้
- มีบริการใช้ห้องรับรอง ณ ท่าอากาศยานเฉพาะสมาชิกบัตร

"3" สิ่งที่ควรพิจารณาในการสมัครบัตรเครดิตเรียงตามลำดับความสำคัญคือ

1. ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ/หรือ ค่าบริการรายปี คุณสามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้เมื่อสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าบริการรายปี หรือคิดในมูลค่าที่ถูกลงกว่าสถาบันอื่น

2. สิทธิพิเศษและส่วนลด คุณควรสมัครบัตรเครดิตที่มอบส่วนลดในร้านค้า ที่คุณมีโอกาสไปใช้บริการหรือเป็นลูกค้าจริง ๆ อย่าลืมว่าบัตรเครดิตที่ให้ส่วนลดในร้านที่คุณใช้บริการเป็นประจำเพียงร้านเดียว จะเป็นประโยชน์กับคุณมากกว่าบัตรที่ให้ส่วนลดในร้านค้า 10 ร้านที่คุณไม่เคยรู้จัก เช่น คุณอาจจะเลือกสมัครบัตรเครดิต ที่มอบส่วนลดสำหรับการซื้อตัวชมภาพยนตร์ หากคุณเป็นผู้ที่ไปชมภาพยนตร์ทุกสัปดาห์ หรือหากคุณเป็นผู้ที่ต้องเดินทางเป็นประจำ คุณอาจจะมองไปที่บริการพิเศษต่างๆเช่น แด้มและไมล์สะสม การคุ้มครองอุบัติเหตุจากการเดินทาง การรับประกันสินค้าหลังการซื้อ หรือสิทธิคุ้มครองในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

3. อัตราดอกเบี้ย คุณอาจจะสงสัยว่าทำไมอัตราดอกเบี้ย จึงมีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายในการพิจารณาสมัครบัตรเครดิต คำตอบก็คือหากคุณ ชำระเงินเป็นจำนวนเต็มทุกเดือน คุณก็就不用จ่ายดอกเบี้ย ในทางตรงกันข้ามหากคุณจะใช้วงเงินของบัตรเครดิตคุณควรพิจารณาอัตราดอกเบี้ยเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเลือกบัตรเครดิต

สำหรับการใช้บัตรเครดิตที่เหมาะสมนั้น คุณควรจะต้อง

1. วางแผนการใช้จ่ายของคุณ

มีหลายต่อหลายคนที่ใช้บัตรเครดิต โดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าทำให้เกิดภาระหนี้สินที่สูงและรวดเร็ว โดยไม่รู้ตัวจนยากที่จะผ่อนชำระยอดเงินได้ เพราะฉะนั้นเราจึงขอแนะนำวิธีการบริหารการใช้บัตรเครดิตง่ายๆ ให้กับคุณ คือ

- คุณควรใช้บัตรเครดิตให้น้อยกว่าเงินที่คุณได้มาในแต่ละเดือน
- ชำระยอดค้างจ่ายให้เต็มจำนวนและตรงเวลาทุกเดือนเพื่อใช้ประโยชน์จากระยะปลอดดอกเบี้ยนาน 30-55 วัน
- เก็บวงเงินบัตรของคุณไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน เช่น การเดินทางโดยด่วน หรือในกรณีพิเศษอื่น ๆ ซึ่งถ้าคุณเป็นลูกค้าที่ดี สถาบันการเงินจะยินดีขยายวงเงินให้เพียงแค่นอกเหนือโทรศัพท์ไปเท่านั้น

2. ใช้บริการเบิกเงินสดล่วงหน้าในกรณีที่เป็นเท่านั้น

เนื่องจากคุณอาจจะต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูง เทียบเท่าอัตราดอกเบี้ย 10.2% ต่อเดือน ในบางกรณี

2.1 บัตรเบิกเงินสดพร้อมใช้

ในกรณีของวงเงินสำรองก็เช่นกันคุณต้องมีการวางแผนล่วงหน้า คุณควรใช้เมื่อจำเป็นเท่านั้นเพราะมีอัตราดอกเบี้ยสูง โดยคิดนับตั้งแต่วันแรกที่คุณเบิกใช้ เพราะฉะนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ คุณควรจ่ายคืนวงเงินนี้ให้เร็วที่สุดเพื่อลดภาระอัตราดอกเบี้ย

2.2 วงเงินสินเชื่อ

คุณควรใช้วงเงินสินเชื่อในกรณีที่ความต้องการเงินก้อนเพื่อไปใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็น หรือสิ่งที่คุณนับว่าเป็นการลงทุนให้กับครอบครัวของคุณตามที่ได้กล่าวไปแล้ว สิ่งที่สำคัญคือ คุณควรพิจารณาความสามารถในการผ่อนชำระของคุณ ก่อนที่จะเลือกระยะเวลาการชำระคืนตามข้อเสนอของธนาคาร อย่างไรก็ตามคุณควรที่จะใช้คืนวงเงินนี้ให้เร็วที่สุดเพื่อลดภาระดอกเบี้ย

3. ประเภทของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตโดยทั่วไปสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ (ฉบับพิเศษ กลุ่มเงินกู้ส่วนบุคคล สินเชื่อส่วนบุคคล 2544: 3) ประกอบด้วย

1. บัตรเครดิตของธนาคาร (บัตรในประเทศ) เช่น บัตรธนาคารกสิกร หรือ บัตรธนาคารกรุงเทพ

2. บัตรเครดิตของธนาคารที่มีตรา VISA/MASTER/AMERICAN EXPRESS (AMEX) เช่น บัตรกสิกร วิชา หรือ บัตรธนาคารกรุงเทพ AMEX

3. บัตรของบริษัทที่ไม่ใช่ธนาคาร เช่น บัตร AMEX หรือ DINERS เป็นต้น

นอกจากนี้การแบ่งประเภทของบัตรเครดิตสามารถทำได้หลายวิธีแล้วแต่จะพิจารณาว่าใช้ปัจจัยอะไรเป็นเกณฑ์การแบ่ง แต่โดยทั่วไปนิยมแบ่งตามลักษณะของผู้ออกบัตรเป็นเกณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการแบ่งตามลักษณะการใช้บัตรเครดิต และการแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตรตามหน้าที่ ได้จัดประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย 2538:13)

3.1 การแบ่งตามลักษณะผู้ออกบัตร แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1.1 **บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ (Bank Card)** ธนาคารหรือกลุ่มของธนาคารเป็นผู้ออกบัตร เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตกระจายอยู่ทั่วโลก เช่น บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์ การ์ด เป็นต้น

3.1.2 **บัตรเครดิตของบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตหรือที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ (Company Card or Non bank)** เช่นบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรเซ็นทรัลการ์ด ซึ่งแต่ละบัตรมีตัวแทน และสถานที่รับบัตรอยู่ในประเทศต่างๆ เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก

ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในหัวข้อถัดไป

3.2 แบ่งตามลักษณะการให้เครดิต แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.2.1 **เครดิตการ์ด (Credit Card)** บัตรที่ออกโดยธนาคารในประเทศ และสาขาของธนาคารต่างประเทศเรียกว่า “เครดิตการ์ด” ให้วงเงินชำระล่วงหน้าแก่ลูกค้าในการบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีรอบระยะเวลาการชำระเงินและการผ่อนชำระ โดยมีดอกเบี้ยจำกัดวงเงินเครดิตในแต่ละเดือน ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด และบัตรวีซ่าการ์ด เป็นต้น

3.2.2 **ชาร์จ์การ์ด (Charge Card)** บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทเครดิต เรียกว่า “ชาร์จ์การ์ด” คือไม่จำกัดวงเงินค่าใช้จ่าย แต่ต้องชำระเงินในเวลาที่กำหนดโดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ย เช่นบัตรไดเนอร์สและอเมริกันเอ็กซ์เพรส

จะเห็นได้ว่า บัตรเครดิตของธนาคารจัดอยู่ในประเภทบัตรเครดิตการ์ด ส่วนบัตรเครดิตของบริษัทจัดอยู่ในประเภทชาร์จ์การ์ด

3.3 การแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตร แบ่งได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

3.3.1 ประเภทที่ใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย บัตรเครดิตภายในประเทศ หมายถึงบัตรเครดิตซึ่งออกโดยธนาคารภายในประเทศ และสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้ที่ร้านค้าที่มี ได้แก่ บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย บัตรไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) และอื่นๆ

3.3.2 ประเภทที่ใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ บัตรเครดิต วีซ่า หมายถึงบัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตโดยจะมีโลโก้วีซ่าการ์ด บนตัวบัตรเครดิต

และสามารถซื้อสินค้า หรือบริการ จากร้านค้าที่ปรากฏสัญลักษณ์วีซ่า เช่น บัตรเครดิตวีซ่า ซิตี แบงก์ นอกจากนี้อาจจะร่วมกับบัตรเครดิตภายในประเทศเช่น บัตรเครดิตวีซ่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

3.3.3 บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด หมายถึงบัตรเครดิตซึ่งออกโดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตโดยจะมีสัญลักษณ์มาสเตอร์การ์ด เช่น บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด ซิตี ธนาคารดีบีเอส ไทยทุน เป็นต้น

3.3.4 บัตรเครดิตเจซีบี หมายถึง บัตรเครดิตซึ่งออกโดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งจะมีสัญลักษณ์เจซีบีไทยพาณิชย์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาตามลักษณะของบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ พบว่าหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่ธนาคารและสถาบันผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตใช้พิจารณาคุณสมบัติ

ของผู้สมัครเป็นสมาชิก อัตราค่าธรรมเนียมการสมัครเป็นสมาชิกและค่าธรรมเนียมรายปี สิทธิประโยชน์และการบริการต่างๆ ที่สมาชิกจะได้รับตลอดอายุการเป็นสมาชิก มีรายละเอียดที่จะอธิบายต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ มีดังต่อไปนี้ (ราชกิจจานุเบกษา 25 กุมภาพันธ์ 2546)

“บัตรเครดิต” หมายความว่า บัตรที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ธนาคารพาณิชย์กำหนด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด ทั้งนี้ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้า

“บัตรหลัก” หมายความว่า บัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคที่เป็นผู้มีรายได้หรือฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้

“บัตรเสริม” หมายความว่า บัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครที่ผู้ถือบัตรหลักยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลัก และผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด

1.1 คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต

กรณีผู้ถือบัตรหลัก

ธนาคารพาณิชย์จะออกบัตรหลักให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคได้ เมื่อผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครมีคุณสมบัติเข้าเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

1.1.1 มีรายได้จากแหล่งที่มาต่างๆ รวมกัน ไม่นต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน หรือ ไม่นต่ำกว่า 180,000 บาท ต่อปี โดยต้องแสดงหลักฐานที่แนบชดเกี่ยวกับแหล่งที่มาของรายได้

1.1.2 มีเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์นั้นเป็นหลักประกันเต็มวงเงินของบัตรเครดิตที่อนุมัติ

1.1.3 เป็นผู้มียาได้อหรือเคยมียาได้อจากการทำมาหาได้อของตนเอง โดยพิจารณาจากกระเสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากของสถาบันการเงินเป็นระยะเวลาไม่นน้อยกว่า 6 เดือน ซึ่งธนาคารพาณิชย์พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นผู้มีฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระเงินตามบัตรเครดิตได้อ

กรณีผู้ถือบัตรเสริม

ธนาคารพาณิชย์อาจออกบัตรเสริมให้กับผู้ที่ไม่มียคุณสมบัติตาม (1) – (3) ข้างต้นหรือผู้ที่ไม่มียาได้อประจำได้อ ภายได้อสัญญาที่ทำกับผู้ถือบัตรหลัก โดยวงเงินการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเสริมต้องอยู่ภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลักเท่านั้น และผู้ถือบัตรหลักจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด

กรณีผู้ถือบัตรรายเก่า

ธนาคารพาณิชย์จะต่ออายุบัตรเครดิตให้แก่ผู้ถือบัตรรายเก่าที่มีรายได้จากแหล่งที่มาต่างๆ รวมกันต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือต่ำกว่า 180,000 บาทต่อปีก็ได้อ หากผู้ถือบัตรรายเก่ามีประวัติการชำระหนี้ที่ติดอเนื่องกัน โดยในรอบ 1 ปี ย้อนหลัง ไมเคยผิดนัดชำระหนี้ เกิน 2 ครั้ง แต่ละครั้งไมเกิน 30 วัน

1.2 ดอกเบีย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใดๆ เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 121 ตอนพิเศษ 35 ง : 25 มีนาคม 2547)

ธนาคารพาณิชย์ต้องถือปฏิบัติในเรื่อง ดอกเบีย ค่าปรับ ค่าบริการและค่าธรรมเนียมใดๆ เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต ดังต่อไปนี้

1.2.1 ประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม และ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการใช้บัตรเครดิตซึ่งมีผลใช้บังคับในขณะนั้นตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตามประกาศนี้ ในที่เปิดเผย ณ สถานที่ทำการทุกแห่งในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง อัตราดังกล่าวหรือเงื่อนไขใด ๆ ธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคราบล่วงหน้า ก่อนวันที่จะเริ่มเปลี่ยนแปลงไม่น้อยกว่า 30 วัน

1.2.2 แจ้งรายละเอียดตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตาม (1) ให้ถือผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคที่ประสงค์จะขอมีบัตรเครดิตทราบ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาขอมีบัตรเครดิต

1.2.3 การเรียกเก็บดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใดๆ เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต ให้ธนาคารพาณิชย์ปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง ดอกเบี้ยและค่าบริการที่ธนาคารพาณิชย์อาจเรียกได้ในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ลงวันที่ 12 พฤศจิกายน 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

1.2.4 ในกรณีที่ธนาคารพาณิชย์จะเรียกเก็บค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคนอกเหนือจากรายการตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตาม (1) ธนาคารพาณิชย์ต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยก่อน

1.3 การเรียกให้ชำระหนี้และการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 121 ตอนพิเศษ 35 ง : 25 มีนาคม 2547)

ธนาคารพาณิชย์ต้องถือปฏิบัติในการเรียกให้ชำระหนี้และติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ ดังนี้

1.3.1 หากธนาคารพาณิชย์ประสงค์จะให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคม่อนชำระหนี้เป็นงวด จะต้องกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการม่อนชำระหนี้ โดยให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวด ดังนี้

1) ผู้ถือบัตรรายใหม่ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 จะต้องชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น

2) ผู้ถือบัตรรายเก่าก่อนวันที่ 1 เมษายน 2547 ต้องชำระหนี้ในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น และตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2550 จะต้องชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น

1.3.2 ต้องมีหนังสือเตือนผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 20 วัน ก่อนดำเนินการบังคับชำระหนี้ตามกฎหมาย

1.3.3 จัดส่งใบแจ้งหนี้ให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 10 วันก่อนวันถึงกำหนดชำระหรือหักบัญชี ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการติดคอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายในหนี้ค้างชำระ ให้แสดงรายละเอียดการคำนวณคอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวในใบแจ้งหนี้ด้วย

1.3.4 กรณีที่ผู้ถือบัตรมีการผิดนัดชำระหนี้เกินกว่า 3 เดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ ให้ธนาคารพาณิชย์ยกเลิกการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรรายนั้นทันที

1.4 การเปลี่ยนประเภทหนี้

ห้ามธนาคารพาณิชย์โอนหนี้ หรือเปลี่ยนประเภทหนี้ที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิต ไปเป็นหนี้ตามสัญญาบัญชีเดินสะพัด หรือหนี้ตามสัญญาสินเชื่อประเภทอื่นเว้นแต่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1.4.1 ได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคก่อน

1.4.2 ต้องกำหนดให้มีการชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงค้าง เว้นแต่เป็นการดำเนินการเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ถือบัตร โดยเฉพาะในเรื่องคอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่ต่ำลง และธนาคารพาณิชย์จะต้องจัดทำเอกสารหลักฐานสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ให้ครบถ้วนและมีผลสมบูรณ์ตามกฎหมาย

1.4.3 ต้องยกเลิกการใช้บัตร และบัญชีบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครายนั้นทันที

1.4.4 การโอนหนี้หรือเปลี่ยนประเภทหนี้ดังกล่าวต้องไม่เป็นการกระทำ เพื่อหลีกเลี่ยงหลักเกณฑ์การจัดชั้นและการกันสำรองหรือเป็นเหตุให้มีการจัดแจงบัญชีสินทรัพย์และหนี้สินไม่ถูกต้อง

1.5 การปฏิบัติและการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภค

1.5.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องให้ความสำคัญและจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขอบัตรที่ถูกต้องและครบถ้วนเพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติและกำหนดวงเงินบัตรเครดิตที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้า โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลกลางที่เชื่อถือได้ เช่น บริษัทที่ประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต เป็นต้น หรือร่วมกันจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อใช้ข้อมูลร่วมกัน เพื่อสอบย้อนประวัติส่วนตัวของผู้ขอมีบัตร จำนวนบัตรและวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับทั้งสิ้น ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ

1.5.2 วงเงินที่ให้แก่อัตโนมัติบัตรเครดิต แต่ละรายต้องไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หรือกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝาก สำหรับผู้ถือบัตรรายเก่าก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้มีผลบังคับใช้ อนุโลมให้ถือปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป

1.5.3 ให้ผู้ยื่นขอบัตรรายใหม่และผู้ถือบัตรรายเก่าที่ประสงค์จะขอวงเงินเพิ่ม ต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับบัตรเครดิตและวงเงินที่ได้รับขมေးยื่นขอบัตรเครดิตหรือขอเพิ่มวงเงินที่ครบถ้วนและถูกต้อง โดยธนาคารพาณิชย์ต้องแจ้งให้ลูกค้ารับทราบเกี่ยวกับความสำคัญของการแจ้งข้อมูลดังกล่าว ซึ่งมีผลให้ธนาคารพาณิชย์อาจบอกเลิกการถือบัตรได้หากต่อมาตรวจพบว่ามี การแจ้งข้อมูลดังกล่าวไม่ถูกต้อง

1.5.4 ธนาคารพาณิชย์ต้องรักษาข้อมูลของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคไว้เป็นความลับ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้

- 1) การเปิดเผยโดยได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภค
- 2) การเปิดเผยตามหน้าที่ หรือเพื่อประโยชน์แก่การสอบสวนหรือการพิจารณาคดี
- 3) การเปิดเผยแก่ผู้สอบบัญชีของธนาคารพาณิชย์นั้น
- 4) การส่งข้อมูลเครดิตให้แก่บริษัทข้อมูลเครดิต
- 5) การเปิดเผยเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามกฎหมาย

1.6 การปฏิบัติเมื่อมีข้อร้องเรียน

ธนาคารพาณิชย์จะต้องดำเนินการตรวจสอบเมื่อผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต และแจ้งความคืบหน้ารวมทั้งชี้แจงขั้นตอนต่อไปให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคทราบภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งการร้องเรียนรวมทั้งให้ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนนั้นให้แล้วเสร็จ และแจ้งให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคนั้นทราบโดยเร็ว

1.7 การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจบัตรเครดิต

1.7.1 ธนาคารพาณิชย์ต้องกำหนดนโยบายและแผนงานในการดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต และเสนอคณะกรรมการของธนาคารพาณิชย์เพื่อให้ความเห็นชอบทุกปี ทั้งนี้ นโยบายและแผนงานดังกล่าวควรประกอบด้วยทิศทางและแนวทางในการให้บริการบัตรเครดิต พร้อมทั้งเป้าหมายในการให้บริการแก่ลูกค้าตามระดับรายได้ของผู้ถือบัตร

1.7.2 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีระเบียบ หรือพิธีปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ธนาคารพาณิชย์ หรือระบุในสัญญาการแต่งตั้งตัวแทนเพื่อกระทำการแทนธนาคารพาณิชย์ในเรื่องการติดต่อหาผู้ถือบัตรรายใหม่ หรือติดต่อกับผู้ถือบัตรรายเก่าเพื่อเสนอสินเชื่อประเภทใหม่ พร้อมทั้งถือปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) การติดต่อหาผู้ถือบัตรรายใหม่ หรือติดต่อกับผู้ถือ บัตรรายเก่า จะดำเนินการได้คือตั้งแต่เวลา 8.00-20.00 น. ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ยกเว้นวันหยุดราชการ ให้ดำเนินการตั้งแต่ 8.00-18.00 น.

2) ห้ามมิให้มีการแจกเงิน สิ่งของ หรือบัตรกำนัลใดๆ ในการรับสมัครลูกค้ารายใหม่ หรือการอนุมัติบัตรให้ลูกค้ารายใหม่ เว้นแต่จะมีขอยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรแล้วอย่างน้อย 1 งวด

1.7.3 ธนาคารพาณิชย์ต้องจัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงในการให้บริการบัตรเครดิต ดังนี้

1) ระบบการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ยื่นขอบัตรเครดิต เพื่อการอนุมัติ และกำหนดวงเงินบัตรเครดิตตามระดับความสามารถในการชำระหนี้

2) ระบบการเรียกเก็บหนี้ที่สามารถเตือนให้ทราบเมื่อลูกหนี้เริ่มมีปัญหาในการชำระหนี้หรือไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามข้อตกลง ตลอดจนกลยุทธ์ในการเรียกเก็บหนี้ในกรณีต่างๆ

3) ระบบการติดตามพฤติกรรมในการใช้จ่ายและการชำระหนี้ของผู้ถือบัตรแต่ละราย เพื่อประโยชน์ในการทบทวน เปลี่ยนแปลงวงเงินให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรแต่ละราย

4) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารสำหรับใช้ในการกำหนด และทบทวนนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการให้บริการบัตรเครดิตด้วย

1.8 ในกรณีที่ธนาคารพาณิชย์ได้ออกบัตรเครดิตให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครแล้วในวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ หากคุณสมบัติของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครดังกล่าวไม่ตรงตามประกาศ ณ วันที่ 1 เมษายน 2547 ให้บัตรเครดิตนั้นยังมีผลใช้ได้ต่อไปจนกว่าจะสิ้นสุดอายุของบัตรเครดิตหรือธนาคารพาณิชย์บอกยกเลิกการใช้บัตรเครดิตตามสัญญาการใช้บัตรเครดิตนั้น

2 บัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในประกาศ ลงวันที่ 29 กันยายน 2546 และหนังสือที่ ธปท. สนส. (21) ว.536/2546 เพื่อทำความเข้าใจเรื่องคุณสมบัติของผู้ถือบัตร ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่มีใช้สถาบันการเงิน ลงวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2546

“บัตรหลัก” หมายความว่า บัตรเครดิตที่ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครที่เป็นผู้มีรายได้หรือฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้

“บัตรเสริม” หมายความว่า บัตรเครดิตที่ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครที่ผู้ถือบัตรหลักยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลัก และผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด

2.1 คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต

กรณีผู้ถือบัตรหลัก

ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตจะออกบัตรหลักให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครได้เมื่อผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครมีคุณสมบัติเข้าเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้

2.1.1 มีรายได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ รวมกันไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ต่อเดือนหรือไม่ต่ำกว่า 180,000 บาท ต่อปี โดยต้องแสดงหลักฐานที่แน่ชัดเกี่ยวกับแหล่งที่มาของรายได้

2.1.2 เป็นผู้มิรายได้หรือเคยมิรายได้จากการทำมาหาได้ของตนเอง โดยพิจารณาจากกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากของสถาบันการเงินเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน และผู้ประกอบการบัตรเครดิตพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นผู้มีฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับการชำระเงินตามบัตรเครดิตได้

กรณีผู้ถือบัตรเสริม

ผู้ประกอบการบัตรเครดิตอาจออกบัตรเสริมให้กับผู้ที่ไม่มีความสมบัติตาม 2.1.1-2.1.2 ข้างต้น หรือผู้ที่ไม่มิรายได้ประจำได้ ภายใต้สัญญาที่ทำกับผู้ถือบัตรหลัก โดยวงเงินการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเสริมต้องอยู่ในวงเงินของผู้ถือบัตรหลักเท่านั้น และผู้ถือบัตรหลักจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด

กรณีผู้ถือบัตรรายเก่า

ผู้ประกอบการบัตรเครดิตจะต่ออายุบัตรเครดิตให้แก่ผู้ถือบัตรรายเก่าที่มีรายได้จากแหล่งที่มาต่างๆ รวมกันต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือต่ำกว่า 180,000 บาทต่อปีก็ได้ หากผู้ถือบัตรรายเก่ามีประวัติการชำระหนี้ที่ติดเนื่องกัน โดยในรอบ 1 ปี ย้อนหลัง ไม่เคยผิดนัดชำระหนี้ เกิน 2 ครั้ง แต่ละครั้งไม่เกิน 30 วัน

2.2 ดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใด ๆ เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต

ผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องถือปฏิบัติในเรื่อง ดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใด ๆ เกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

2.2.1 ประกาศรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการใช้บัตรเครดิตซึ่งมีผลใช้บังคับในขณะนั้นตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตามประกาศนี้ ในที่เปิดเผย ณ สถานที่ทำการทุกแห่งในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงอัตราดังกล่าวหรือเงื่อนไขใด ๆ ผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องแจ้งให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคทราบล่วงหน้าก่อน วันที่จะเริ่มเปลี่ยนแปลงไม่น้อยกว่า 30 วัน

2.2.2 แจ้งรายละเอียดตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตาม (1) ให้ถือผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคที่ประสงค์จะขอมีบัตรเครดิตทราบ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาขอมีบัตรเครดิต

2.2.3 ในกรณีที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตจะเรียกเก็บค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายใด ๆ จากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคนอกเหนือจากรายการตามแบบที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดตาม (1) ผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องได้รับอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยก่อน

2.2.4 ในการให้บริการเบิกถอนเงินสดผ่านบัตรเครดิต ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายใดๆ รวมกันได้ไม่เกินร้อยละ 3 ของจำนวนเงินสดที่เบิกถอนนั้น

2.2.5 ภายใต้บังคับตาม (4) ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตอาจเรียกเก็บดอกเบี้ยในหนี้ค้างชำระ หรือดอกเบี้ยในระหว่างเวลาผิดนัดชำระหนี้ หรือค่าปรับในการชำระหนี้ล่าช้ากว่ากำหนด หรือค่าธรรมเนียม หรือค่าบริการนั้นเมื่อคำนวณรวมกันแล้วต้องไม่เกินร้อยละ 18 ต่อปี ทั้งนี้ ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตอาจคำนวณจำนวนวันตั้งแต่วันที่ทดลองจ่ายเงินเพื่อประโยชน์ของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภค หรือวันที่สรุปยอดรายการ หรือวันที่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคต้องชำระเงินหรือถูกหักบัญชีตามใบแจ้งหนี้ก็ได้

2.2.6 ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตอาจเรียกเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคได้ตามจำนวนเงินดังต่อไปนี้

1) ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการติดตามทวงถามการชำระหนี้ตามจำนวนเงินที่ใช้จ่ายไปจริงและพอสมควรแก่กรณี

2) ค่าปรับกรณีเช็คคืน ไม่เกิน 200 บาทต่อครั้ง

2.2.7 ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตนำค่าปรับตาม (5) และค่าใช้จ่ายตาม (7) มารวมกับจำนวนหนี้ที่ค้างชำระเพื่อคิดค่าปรับอีก

ภาพที่ 2.3 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการใช้บัตรเครดิต

2.3 การเรียกให้ชำระหนี้และการติดตามทวงถามให้ชำระหนี้

ผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องถือปฏิบัติในการเรียกให้ชำระหนี้และติดตามทวงถามให้ชำระหนี้ ดังนี้

2.3.1 หากผู้ประกอบการบัตรเครดิตประสงค์จะให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคผ่อนชำระหนี้เป็นงวด จะต้องกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการผ่อนชำระหนี้โดยให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวด ดังนี้

1) ผู้ถือบัตรรายใหม่ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2547 จะต้องชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น

2) ผู้ถือบัตรรายเก่าก่อนวันที่ 1 เมษายน 2547 ต้องชำระหนี้ในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น และตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2550 จะต้องชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น

2.3.2 ต้องมีหนังสือเตือนผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 20 วันก่อนดำเนินการบังคับชำระหนี้ตามกฎหมาย

2.3.3 จัดส่งใบแจ้งหนี้ให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 10 วันก่อนวันถึงกำหนดชำระหรือหักบัญชี ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการคิดดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายในหนี้ค้างชำระให้แสดงรายละเอียดการคำนวณดอกเบี้ยหรือค่าใช้จ่ายดังกล่าวในใบแจ้งหนี้ด้วย

2.3.4 กรณีที่ผู้ถือบัตรมีการผิดนัดชำระหนี้เกินกว่า 3 เดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดชำระ ให้ธนาคารพาณิชย์ยกเลิกการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรรายนั้นทันที

2.4 การเปลี่ยนประเภทหนี้

ห้ามผู้ประกอบการบัตรเครดิตโอนหนี้ หรือเปลี่ยนประเภทหนี้ที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิต ไปเป็นหนี้ตามสัญญาสินเชื่อประเภทอื่น เว้นแต่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้

2.4.1 ได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคก่อน

2.4.2 ต้องกำหนดให้มีการชำระหนี้ขั้นต่ำในแต่ละงวดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงค้าง เว้นแต่เป็นการดำเนินการเพื่อการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ถือบัตร โดยเฉพาะในเรื่องดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่ต่ำลง และ

ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตจะต้องจัดทำเอกสารหลักฐานสัญญาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ให้ครบถ้วนและมีผลสมบูรณ์ตามกฎหมาย

2.4.3 ต้องยกเลิกการใช้บัตร และบัญชีบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภค
รายนั้นทันที

2.5 การปฏิบัติและการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภค

2.5.1 ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต้องให้ความสำคัญและจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขอบัตรที่ถูกต้องและครบถ้วนเพื่อประกอบการพิจารณาอนุมัติและกำหนดวงเงินบัตรเครดิตที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลกลางที่เชื่อถือได้ เช่น บริษัทที่ประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต เป็นต้น หรือร่วมกันจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อใช้ข้อมูลร่วมกัน เพื่อสอบย้อนประวัติส่วนตัวของผู้ขอมีบัตร จำนวนบัตรและวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับทั้งสิ้น ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ

2.5.2 วงเงินที่จะให้แก่ผู้ถือบัตรเครดิต แต่ละรายต้องไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หรือกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝาก สำหรับผู้ถือบัตรรายเก่าก่อนวันที่ประกาศฉบับนี้มีผลบังคับใช้ อนุโลมให้ถือปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อนี้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป

2.5.3 ให้ผู้ยื่นขอบัตรรายใหม่และผู้ถือบัตรรายเก่าที่ประสงค์จะขอวงเงินเพิ่มต้องแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับบัตรเครดิตและวงเงินที่ได้รับขณะยื่นขอบัตรเครดิตหรือขอเพิ่มวงเงินที่ครบถ้วนและถูกต้อง โดยผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต้องแจ้งให้ลูกค้ารับทราบเกี่ยวกับความสำคัญของการแจ้งข้อมูลดังกล่าว ซึ่งมีผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตอาจบอกเลิกการถือบัตรได้หากต่อมาตรวจพบว่าการแจ้งข้อมูลดังกล่าวไม่ถูกต้อง

2.5.4 ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตต้องรักษาข้อมูลของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคไว้เป็นความลับ เว้นแต่ในกรณีดังต่อไปนี้

- 1) การเปิดเผยโดยได้รับความยินยอมเป็นหนังสือจากผู้ถือบัตรหรือ
ผู้บริโภค
- 2) การเปิดเผยตามหน้าที่ หรือเพื่อประโยชน์แก่การสอบสวนหรือการ
พิจารณาคดี
- 3) การเปิดเผยแก่ผู้สอบบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตนั้น
- 4) การส่งข้อมูลเครดิตให้แก่บริษัทข้อมูลเครดิต
- 5) การเปิดเผยเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติตามกฎหมาย

2.6 การปฏิบัติเมื่อมีข้อร้องเรียน

ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตจะต้องดำเนินการตรวจสอบเมื่อผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคร้องเรียนเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิต และแจ้งความคืบหน้ารวมทั้งชี้แจงขั้นตอนต่อไปให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครทราบภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งการร้องเรียน รวมทั้งให้ดำเนินการแก้ไขข้อร้องเรียนนั้นให้แล้วเสร็จ และแจ้งให้ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคนั้นทราบโดยเร็ว

2.7 เรื่องอื่นๆ

2.7.1 ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตต้องกำหนดนโยบายและแผนงานในการดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต และเสนอคณะกรรมการของผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต เพื่อให้ความเห็นชอบทุกปี ทั้งนี้ นโยบายและแผนงานดังกล่าว ควรประกอบด้วยทิศทางและแนวทางในการให้บริการบัตรเครดิต พร้อมทั้งเป้าหมายในการให้บริการแก่ลูกค้าตามระดับรายได้ของผู้ถือบัตร

2.7.2 ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตต้องจัดให้มีระเบียบ หรือพิธีปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต หรือระบุในสัญญาการแต่งตั้งตัวแทน เพื่อกระทำการแทนผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตในเรื่องการติดต่อหาผู้ถือบัตรรายใหม่หรือติดต่อกับผู้ถือบัตรรายเก่าเพื่อเสนอสินเชื่อประเภทใหม่ พร้อมทั้งให้ถือปฏิบัติดังต่อไปนี้

1) การติดต่อหาผู้ถือบัตรรายใหม่หรือติดต่อกับผู้ถือบัตรรายเก่าจะดำเนินการได้คือตั้งแต่เวลา 8.00-20.00 น. ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ยกเว้นวันหยุดราชการ ให้ดำเนินการตั้งแต่เวลา 8.00 – 18.00 น.

2) ห้ามมิให้มีการแจกเงิน สิ่งของ หรือบัตรกำนัลใด ๆ ในการรับสมัครลูกค้ารายใหม่หรือการอนุมัติบัตรให้ลูกค้ารายใหม่ เว้นแต่จะมีข้อยกการใช้จ่ายผ่านบัตรแล้วอย่างน้อย 1 งวด

2.8 ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิตได้ออกบัตรเครดิตให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคแล้ว ในวันที่ประกาศนี้ใช้บังคับ หากคุณสมบัติของผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภคงกล่าวไม่ตรงตามประกาศ ณ วันที่ 1 เมษายน 2547 ให้บัตรเครดิตนั้นยังมีผลใช้ได้ต่อไปจนกว่าจะสิ้นสุดอายุของบัตรเครดิตหรือธนาคารพาณิชย์บอกยกเลิกการใช้บัตรเครดิตตามสัญญาการใช้บัตรเครดิตนั้น (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 121 ตอนพิเศษ 35 ง : 25 มีนาคม 2547)

Classification Name: Card Type

Code	Value	Description
028001	บัตรเครดิต	
028002	บัตรที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตในประเทศเป็นเจ้าของ หรือเป็นส่วนหนึ่งของ	บัตรเครดิตในประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตเป็นเจ้าของ
028003	บัตรที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต เป็นเจ้าของ	บัตรเครดิตในประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ออกร่วมกับนิติบุคคลอื่น
028004	บัตรร่วม	บัตรเครดิตในประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ออกร่วมกับนิติบุคคลอื่นในประเทศ
028005	บัตรร่วมไทย	บัตรเครดิตในประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ออกร่วมกับนิติบุคคลอื่นในประเทศ
028006	บัตรร่วมต่างประเทศ	บัตรเครดิตของนิติห้างต่างประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต รวมออกบัตรหรือเป็นส่วนหนึ่งของบัตร
028007	Visa	
028008	Master	
028009	Amex	
028010	JCB	
028029	Diners	
028011	อื่นๆ	
028012	บัตรที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ในประเทศเป็นส่วนหนึ่งของบัตร	บัตรเครดิตที่ออกโดยผู้ให้บริการบัตรเครดิต อื่น ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ผู้ใช้งาน ในประเทศ หรือ Sales Slip และเป็นผู้เรียกเก็บเงินให้ รวมทั้งบัตรดังกล่าวที่ใช้เบิกถอนเงินจากเครื่องของผู้ประกอบการบัตรเครดิตผู้ใช้งานด้วย
028030	บัตรที่ออกโดยผู้ออกบัตรในประเทศ	บัตรเครดิตที่ออกโดยผู้ให้บริการบัตรเครดิต อื่น ในประเทศ ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตผู้ใช้งานในประเทศ หรือ Sales Slip และเป็นผู้เรียกเก็บเงินให้
028031	Visa	
028032	Master	
028033	Amex	
028034	JCB	
028035	Diners	
028036	อื่นๆ	
028037	บัตรที่ออกโดยผู้ออกบัตรต่างประเทศ	บัตรเครดิตที่ออกโดยผู้ให้บริการบัตรเครดิต อื่น ต่างประเทศ ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตผู้ใช้งานในประเทศ หรือ Sales Slip และเป็นผู้เรียกเก็บเงินให้
028014	Visa	
028015	Master	
028016	Amex	
028017	JCB	
028018	Diners	
028019	อื่นๆ	
028020	บัตรเติม	
028021	บัตร ATM	บัตรที่ใช้กับเครื่อง ATM เท่านั้น เพื่อการถอนเงินสด หรือ การใช้บริการอื่นๆ ของธนาคาร
028024	บัตรอื่นๆ	บัตรที่ใช้ในการเติมเงินของผู้ถือบัตรโดยอัตโนมัติ แต่ไม่มีบัตรที่ใช้กับเครื่อง ATM ได้เพียงอย่างเดียว (บัตร ATM)
028025	บัตรชำระเงินสดล่วงหน้า	บัตร Prepaid card คือบัตรที่ผู้ถือบัตรได้จ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ออกบัตร แล้วนำบัตรไปชำระค่าสินค้าหรือบริการ ซึ่งโดยมากจะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าไม่มากนัก เช่น การชำระค่าโทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น โดยมูลค่าเงินในบัตรจะลดลงเรื่อย ๆ ตามการใช้งานกระทั่งหมดมูลค่า
028028	บัตรพลาสติกอื่นๆ	บัตรพลาสติกอื่นๆ นอกเหนือจากที่ระบุข้างต้น

ภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะของผู้ถือบัตรเครดิตประเภทต่าง ๆ

4. การเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

มี "บัตรเครดิต" มากมายหลายชนิดให้ผู้บริโภคเลือก ไม่ว่าจะเป็นบัตรที่มอบ อัตราดอกเบี้ยต่ำ เป็นพิเศษ หรือยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี บัตรเครดิต ที่คืนเงินตามปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร (Cash Back) บัตรร่วมธุรกิจ บัตรทอง บัตรแพลตตินั่ม และอื่นๆ อีกนับไม่ถ้วน

การเลือกถือ บัตรเครดิต ควรพิจารณาถึงผลกระทบที่ บัตรเครดิต อาจมีผลต่อเสถียรภาพทางการเงินของคุณ ก่อนตัดสินใจเลือกบัตรชนิดใดชนิดหนึ่ง และลองทบทวนแง่มุม

ต่างๆ ก่อนที่จะเลือกบัตรเครดิตสักใบมาใช้ ในที่นี้ขอยกตัวอย่างลักษณะของบัตรเครดิตที่เป็นที่นิยมสมัครเป็นสมาชิกในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.5 แสดงรูปแบบของบัตรเครดิตแต่ละประเภท

5. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความ ต้องการและความพึงพอใจ

นักจิตวิทยาหลายท่านได้ทำการศึกษาความต้องการหรือความพึงพอใจของมนุษย์ใน การที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ กล่าวคือกระบวนการซื้อจะเริ่มจากการได้รู้จักสินค้าจนถึง ระดับที่เกิดความสนใจในสินค้า จากนั้นผู้บริโภคก็จะประเมินว่ามีเหตุผลเพียงพอที่จะทดลอง ซื้อสินค้ามาใช้หรือไม่ จนในที่สุดผู้บริโภคจะมีประสบการณ์จากการใช้สินค้านั้น และสามารถ ตัดสินใจได้ว่าสินค้านั้นมีคุณค่ามากพอที่จะซื้อมาใช้ต่อไปหรือไม่ หากพอใจผู้บริโภคจะซื้อ ต่อไป ถ้าไม่เขาก็จะเลิกใช้สินค้านั้นในที่สุด (อภิศรี นิคุชร อิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร 2539 : 27)

5.1 การจูงใจ

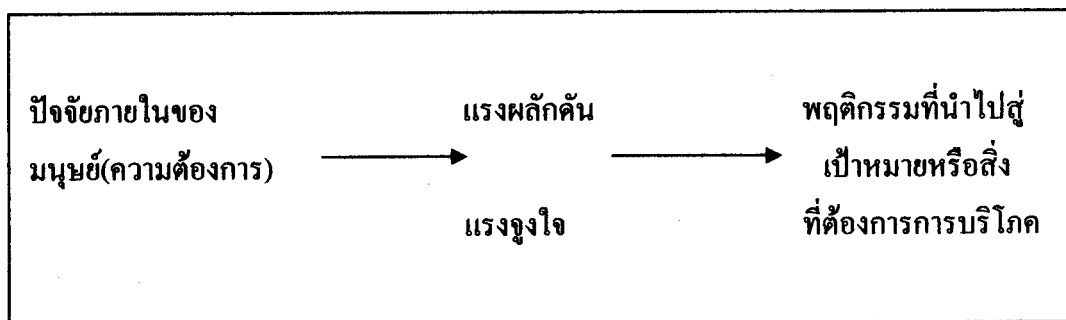
การจูงใจ (Motivation) หมายถึง ความต้องการหรือความเต็มใจภายในที่ ผลักดันให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมายการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

การจูงใจประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

5.1.1 ปัจจัยภายในของมนุษย์ เช่นความต้องการ ความปรารถนา ความ ประสงค์ ความเต็มใจซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ

5.1.2 แรงจูงใจหรือแรงผลักดันที่เกิดขึ้นจะกระตุ้นชักนำหรือเป็นเหตุให้เกิด ความพยายามที่จะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมที่ตอบสนองความต้องการนั้น ๆ

5.1.3 พฤติกรรมที่แสดงออกมักจะนำไปสู่เป้าหมายหรือสิ่งที่ต้องการ



แรงจูงใจจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณีด้วยกัน คือ แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Motives) และแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotional Motives) (ประภาศรี อมรสิน, 2539:19-20)

- แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Motives) ส่วนใหญ่คือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เพราะลูกค้าก่อนที่จะลงมือซื้อ ต้องคิดถึงราคาของที่ตนจะต้องจ่ายเงินเสียก่อน และอาจมีเหตุผลประกอบการตัดสินใจซื้อดังนี้

1. ราคาของสินค้าที่ต้องการซื้อ
2. ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียแต่ละครั้งที่เรานำมาใช้
3. ความคงทนของสินค้า ถ้าใช้บ่อยจะเสียบ่อยหรือไม่ โดยลูกค้าจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการซ่อมด้วย

4. ผลกระทบที่จะนำมาใช้นั้นมีอายุงานเท่าไรที่จะให้ผู้ประ โยชน์แก่ผู้ใช้
5. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์นั้นมีมากน้อยเพียงไร
6. มีช่องทางที่จะซื้อสินค้ามากน้อยเพียงไร
7. มีการส่งเสริมการขายเป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้า และการบริการหลังการขายที่ดี

- แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotional Motives) มูลเหตุจูงใจที่เกิดโดยปัจจัยแห่งอารมณ์เป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจและเรียนรู้ การตัดสินใจซื้อที่เกิดจากอารมณ์เป็นมูลเหตุจูงใจนั้น อาจเกิดขึ้นด้วยสาเหตุดังนี้ คือ

1. Appeal to the Sense การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นจากความรู้สึกซึ่งมีลักษณะ 5 ประการ คือการสัมผัส รสชาติ สายตา กลิ่น และการได้ยิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการที่จะขายสินค้าต่าง ๆ โดยมากลูกค้ามักจะตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อความพอใจตามความรู้สึก

2. Courtship สภาพของการคิดค้นที่เป็นส่วนกระตุ้น

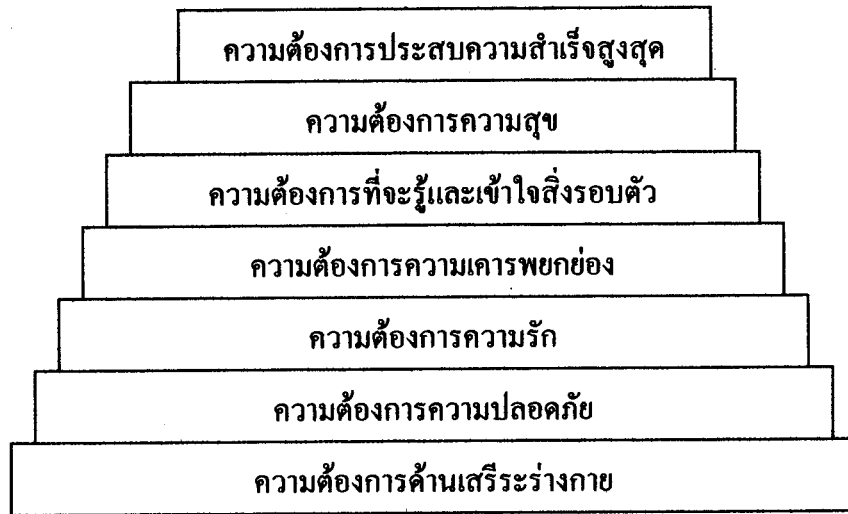
3. Protection อารมณ์ที่ก่อให้เกิดการป้องกันตนเอง ครอบครั้ว และบรรดาเพื่อนฝูงก็มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดอารมณ์

4. Prestige and Status ชื่อเสียงและสถานะของผลิตภัณฑ์

5. Personal Satisfaction ความพอใจส่วนบุคคลซึ่งเป็นความพอใจเฉพาะตัว โดยไม่ขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้อื่น

5.2 ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

ความต้องการ (Need) ของมนุษย์ มาสโลว์นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้เสนอโครงสร้างขั้นบันไดของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ไว้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสงีรัตน์ 2537 : 41-42)



ภาพที่ 2.6 โครงสร้างขั้นบันไดของความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

ภาพแสดงความต้องการของมนุษย์ตามโครงสร้างขั้นบันไดของมาสโลว์ โครงสร้างขั้นบันไดของความต้องการที่มาสโลว์นำเสนอนี้ มุ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่เริ่มจากพื้นฐานทางด้านร่างกาย เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง เป็นความต้องการที่เหนือความต้องการอยู่รอด หลังจากที่มนุษย์ได้รับการตอบสนองในขั้นแรกแล้ว จะเพิ่มความต้องการที่อยู่ในระดับที่สูงขึ้น คือ ความต้องการความปลอดภัย ซึ่งประกอบด้วย ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครอง จากอันตรายที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม ความต้องการการยอมรับและความรัก เป็นความต้องการการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่ม และบุคคลที่สำคัญสำหรับกลุ่ม รวมทั้งความรักจากสมาชิกภายในกลุ่มด้วย ความต้องการการนับถือ (ความยกย่อง) จากสถานะทางสังคม เป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับบุคคลอื่น รวมทั้งความต้องการมีอำนาจ ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ ความร่ำรวย ความมีชื่อเสียง และความมีเกียรติ และความต้องการสูงสุด คือการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการของแต่ละบุคคล

การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเป็นสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ ผู้วิจัยได้นำเอาทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์มา

ประกอบในการอภิปรายผล เพื่อเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อสถาบันที่ออกบัตร ไม่ว่าจะเป็นการพาณิชย์และสถาบันที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์

5.3 การสร้างคุณค่าเพื่อความพอใจของลูกค้า

ลูกค้าจะประเมินคุณค่า โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับทั้งหมด เมื่อเทียบกับสิ่งที่ต้องจ่ายไปผลลัพธ์ที่ได้คือความพอใจ หรือความไม่พอใจ องค์กรการตลาดนอกจากต้องพัฒนาเพื่อให้ได้ลูกค้าใหม่แล้ว ยังต้องมีการรักษาลูกค้าและสร้างสัมพันธ์ภาพอย่างต่อเนื่อง การประเมินความพอใจของลูกค้าประกอบด้วย

5.3.1 คุณค่าเพื่อลูกค้า (Customer Value) (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, หนังสือประมวลสาระชุดวิชา การวิเคราะห์ วางแผนและควบคุมทางการตลาด. 2544 : 73) ปรัชญาและแนวคิดเรื่องของลูกค้าเป็นพื้นฐานสำคัญยิ่งในการบริหารการตลาด การเสนอสินค้าและบริการที่ประกอบด้วยคุณค่า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ เกิดขึ้นจากผลต่างระหว่างคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าได้เมื่อเทียบกับต้นทุนทั้งหมดที่จ่ายไป

- คุณค่าทั้งหมด หมายถึง ประโยชน์ทั้งหมดที่ลูกค้าคาดหวังจากการใช้สินค้าและบริการ

- ต้นทุนทั้งหมด หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่มีต่อลูกค้าคาดว่าจะต้องจ่ายไปเพื่อในการให้ได้สินค้ามาใช้ เริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลให้ได้ว่ามาของสินค้า ต้นทุนขณะที่ใช้สินค้า บริการจนถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อขจัดซากสินค้านั้น ๆ

5.3.2 ความพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกที่แสดงถึงความยินดีหรือความผิดหวัง อันเป็นผลสืบเนื่องจากการที่แต่ละบุคคลเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์จริงๆ โดยสัมพันธ์กับความคาดหวังเดิมของเขา

ความพอใจ = การบริการที่ได้รับ ผลจากการใช้งานสินค้า - ความคาดหวัง
(Satisfaction (Perceived Performance) (Expectation)

ถ้าผลจากการใช้งาน การบริการที่ได้รับมีค่าต่ำกว่าค่าคาดหวัง ผู้บริโภคนั้นย่อมเกิดความไม่พอใจถ้าสิ่งที่ได้รับตรงกับที่คาดหวังถือว่ามีความพอใจ กิจกรรมต่างๆ ในปัจจุบันมุ่งหวัง สร้างค่าความพอใจในระดับสูง เพราะยังมีค่าความพอใจสูงมากเท่าใด โอกาสที่ลูกค้าจะหันเหไปใช้ตราอื่น ๆ มีน้อยลง ประเด็นสำคัญคือ องค์กรต้องพยายามสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้น นำเสนอคุณค่านั้นๆ สู่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และองค์กรพยายามรักษาพันธสัญญาต่างๆ ที่มีไว้ให้กับผู้บริโภคเสมอ

5.3.3 การรักษาลูกค้า (Customer Retention) การตลาดที่ผ่านมามักจะเน้นถึงการเจาะและเข้าถึงลูกค้าใหม่ๆ มากกว่าการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้คงอยู่ และมุ่งเน้นการขาย การเสนอการขายมากกว่าการบริการหรือการติดตามภายหลัง ขณะเดียวกันองค์กรการตลาดยุคใหม่จำนวนมากที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาลูกค้าและสร้างสัมพันธ์ภาพในระยะยาว ทั้งนี้ด้วยจุดมุ่งหมายให้ลูกค้ามีความพอใจนั่นเอง

6. ทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหารหรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน ดังที่ บาร์นาร์ด (Barnard, 1938) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า คือ "เทคนิคในการที่จะพิจารณาทางเลือกต่างๆ ให้เหลือทางเลือกเดียว" อ้างจาก ไพลิน ผ่องใส (2536:155)

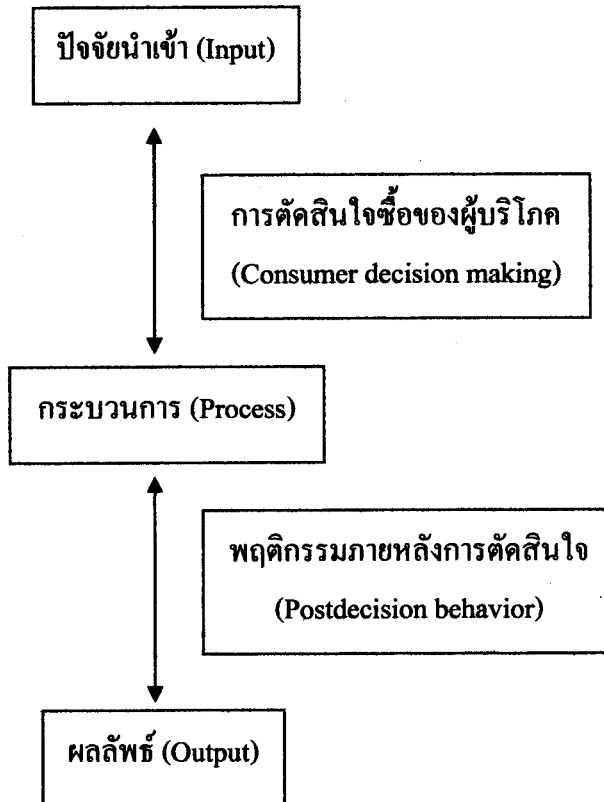
การตัดสินใจความหมายในเชิงกระบวนการ ผู้ให้คำนิยาม Simon มองการตัดสินใจเป็นกระบวนการการซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ๆ 3 ขั้นตอนคือ การค้นหาปัญหาเพื่อทำการตัดสินใจ กำหนดทางเลือกต่าง ๆ ที่จะต้องปฏิบัติที่เป็นไปได้ และเลือกทางเลือกจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

การตัดสินใจความหมายในเชิงการตลาด หมายถึงบทบาทในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค สามารถจำแนกบทบาทที่คนเราอาจตัดสินใจซื้อเป็น 5 บทบาทดังนี้

1. ผู้ริเริ่ม คือ บุคคลแรกที่เสนอความคิดเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์
2. ผู้มีอิทธิพล คือ บุคคลที่เป็นเจ้าของความคิดเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ
3. ผู้ตัดสินใจ คือ บุคคลที่ทำการตัดสินใจในส่วนใดส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ
4. ผู้ซื้อ คือ บุคคลที่กระทำการซื้อ
5. ผู้ใช้ คือ บุคคลที่เป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

โมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

โมเดลนี้จะรวมหลายความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และพฤติกรรม
การบริโภค ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 โมเดลอย่างง่ายของการตัดสินใจของผู้บริโภค (A simple model of consumer decision making)

จากภาพที่ 2.7 ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ ป้อนข้อมูลเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และ ผลลัพธ์ (Output) โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

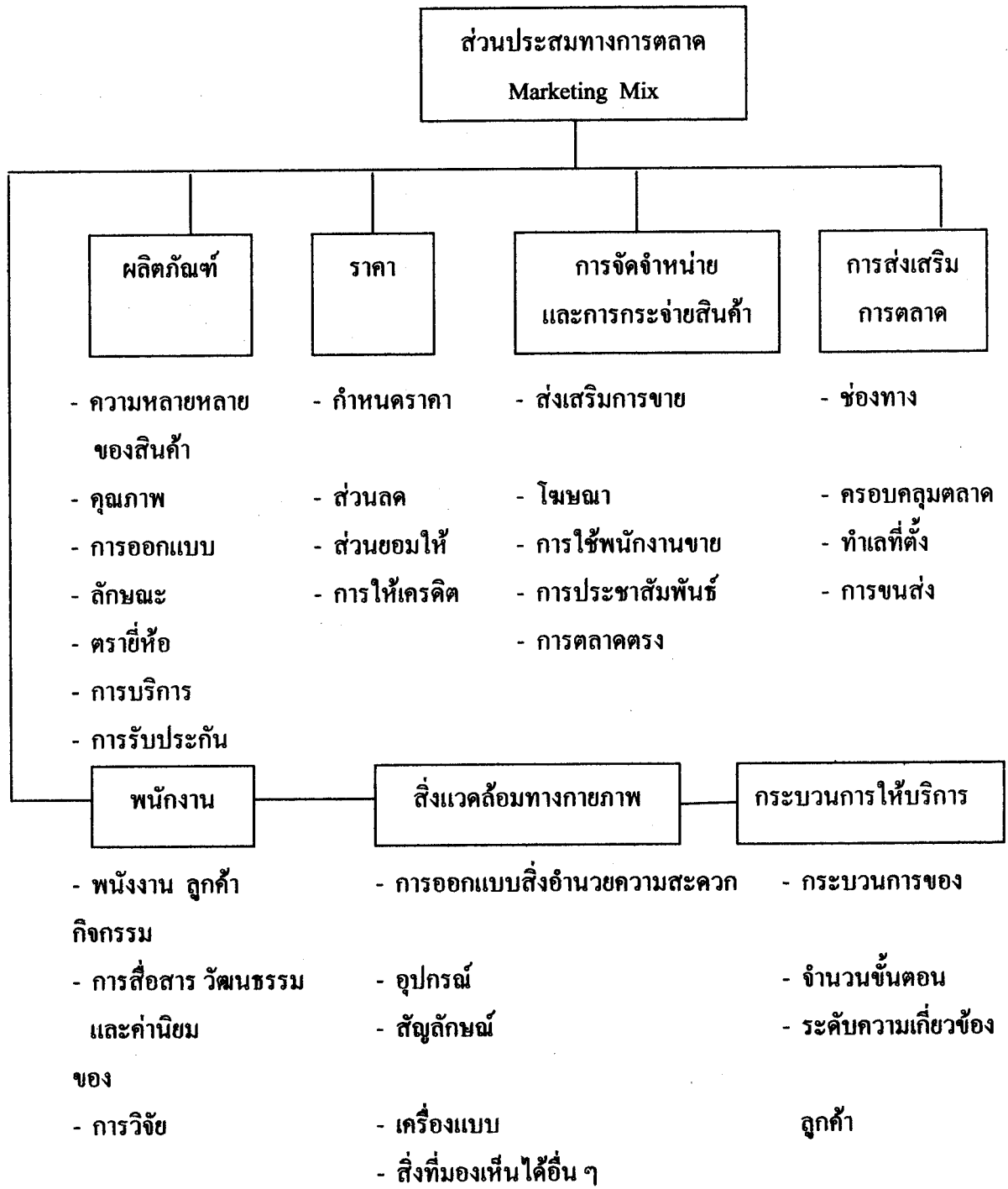
1. ส่วนของป้อนข้อมูลเข้า (Input)

ส่วนของป้อนข้อมูลเข้าเกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนสำคัญของป้อนข้อมูลเข้า ประกอบด้วย

1.1 ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นกิจกรรมการตลาดที่พยายามจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process)

ในส่วนของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ ชุดของเครื่องมือทางการตลาดที่นักการตลาดอาจมีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งส่วนประสมการตลาด มี 7P's แต่ที่ได้รับความนิยมใช้มากที่สุด คือ 4P's ซึ่งองค์กรใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายที่กำหนดได้ แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทางการตลาดทั้ง 7P's มาใช้ในการวิเคราะห์การตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้บริโภค (หนังสือประมวลสาระชุดวิชา การวิเคราะห์วางแผน และควบคุมทางการตลาด 2550 :57-61)

ส่วนประสมการตลาดแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบอย่างกว้าง ๆ คือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)



ภาพที่ 2.8 แสดงส่วนประสมทางการตลาด 7P's

1.2 ปัจจัยนำเข้าด้านสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ ครอบครัว (Family) ชั้นสังคม (Social Class) วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) แหล่งข้อมูลไม่เป็นทางการ (Informal Sources) และแหล่งข้อมูลอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจ (Other Noncommercial Sources)

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Decision Making Process)
ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับวิธีการหรือขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจ ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factor) ซึ่งประกอบด้วย การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) บุคลิกภาพ (Personality) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of decision making process) ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ และการประเมินผลทางเลือก เพื่อตัดสินใจของผู้บริโภค

3. ผลลัพธ์ (Output)

ส่วนที่เป็นผลลัพธ์ของโมเดลการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรม 2 ประการ คือ พฤติกรรมการซื้อ (Purchase behavior) และการประเมินภายหลังการซื้อ (Postpurchase evaluation) ซึ่งผู้บริโภคมีรูปแบบการซื้อ 2 ประการ คือ การซื้อเพื่อทดลอง การซื้อซ้ำ และผู้บริโภคสามารถประเมินผลลัพธ์ได้ 3 แนวทาง คือ เกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดความรู้สึกเป็นกลาง (Neutral feeling) และเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction)

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะต้องอาศัยกระบวนการต่างๆ ดังนี้

1. ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอก

ผู้บริโภคอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ตัวแบบที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์

เป็นตัวแบบที่เน้นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ โดยมีตัวผลิตภัณฑ์เป็นตัวกระตุ้นเข้ามายังผู้บริโภคแล้วผู้บริโภคจะพิจารณาว่า ตัวผลิตภัณฑ์นั้นสามารถที่จะตอบสนองตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนบุคคลหรือปัจจัยภายในจะประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ บุคลิกภาพและสิ่งจูงใจ ส่วนปัจจัยภายนอกประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นสังคมและวัฒนธรรม การซื้อของผู้บริโภคจึงต้องเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก

1.2 ตัวแบบที่เกิดจากสารสนเทศ

เป็นตัวแบบการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ได้รับการกระตุ้นจากสารสนเทศภายนอก ในรูปของภาพ เสียง กลิ่น รส และสัมผัส ซึ่งผู้บริโภคจะมีการพิจารณาสารสนเทศต่างๆ แล้วเกิดทัศนคติที่ดีต่อสารสนเทศ ถ้าผู้บริโภคสนใจก็จะนำไปสู่การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประเมินผล จนเกิดความแน่ใจหรือพอใจก็จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น แล้วเมื่อใช้สินค้านั้นแล้วเกิดความพอใจก็จะเก็บเอาไว้ในความทรงจำเมื่อเกิดความต้องการก็จะซื้ออีก ถ้าไม่พอใจก็จะทำการค้นหาใหม่

1.3 ตัวแบบที่เกิดจากกิจการ

เป็นตัวแบบที่เริ่มต้นจาก “ตัวกิจการ” โดยกิจการจะส่งสารสนเทศที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกิจการและอื่นๆ ให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคได้รับรู้สารสนเทศแล้วเกิดทัศนคติที่ดีก็จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการประเมินผล แล้วจึงตัดสินใจซื้อ ซึ่งเมื่อใช้แล้วและเกิดความพอใจก็จะซื้อสินค้าเดิมใช้ต่อไป แต่ถ้าไม่พอใจก็จะพิจารณาหาสินค้าจากกิจการอื่น

2. ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดจากตัวผู้บริโภค เริ่มต้นที่ตัวผู้บริโภคเอง จุดเริ่มต้นของตัวแบบนี้จะเริ่มที่ “การตระหนักถึงความจำเป็น” ของผู้บริโภค ต่อจากนั้นก็ค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ แล้วจึงทำการประเมินผลทางเลือก แล้วจึงตัดสินใจซื้อ และผลได้จากการซื้อ

สำหรับตัวแบบนี้ กิจการจะต้องศึกษาอย่างละเอียดในเรื่องของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เพราะว่า เป็นตัวแบบที่สามารถจะอธิบายภาพรวมของกระบวนการตัดสินใจได้อย่างครบถ้วนและครอบคลุม

7. บรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีผลงานที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต ดังต่อไปนี้

ธีระนนท์ อนันตวุฒิกันนท์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มการใช้บัตรเครดิต” พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุอยู่ ระหว่าง 30-39 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ พนักงานเอกชนรายได้ออยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท และถือครอบ บัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 77 ใ้ไม่สนใจที่จะ ทำ

บัตรเครดิตใบใหม่ และร้อยละ 23 สนใจที่จะทำบัตรเครดิตใบใหม่โดย ผู้ที่สนใจจะทำบัตรเครดิตใบใหม่ให้เหตุผลที่สนใจในการทำบัตรเครดิตใบใหม่ เนื่องจากวงเงินในบัตรยังไม่เพียงพอต่อการใช้ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการ สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตใบใหม่และปัจจัยที่ทำให้ผู้ถือบัตรใช้บัตรบ่อยครั้งขึ้น คือเงื่อนไขการชำระเงิที่นานขึ้น ธุรกิจบัตรเครดิตเป็น ธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันมาก แต่ละสถาบันผู้ออกบัตรต่างก็คิดค้นกลยุทธ์ ทางการตลาดใหม่เพื่อสร้างจุดขายและสิ่งจูงใจที่โดดเด่นและแตกต่างไป จากคู่แข่งกันแต่สิ่งหนึ่งที่สถาบันผู้ออกบัตรควรให้ความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ถือบัตร คือเงื่อนไขการชำระเงิที่นานขึ้นและการทำให้ บัตรเครดิตเป็นที่ยอมรับจากร้านค้าอย่างกว้างขวางและสามารถใช้ได้กับทุกร้าน

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของอาจารย์สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภายในศูนย์กลางราชวมงคล” ผลการศึกษาพบว่า อาจารย์กลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีการศึกษาระดับปริญญาโท อายุระหว่าง 40-49 ปี รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท สถานภาพสมรส และส่วนมากมีบัตรเครดิต เพียง 1 ใบ พฤติกรรมการใช้ จากผู้ใช้บัตรร้อยละ 88 และผู้ที่เคยใช้ ร้อยละ 12 ที่ยกเลิกเนื่องจากค่าธรรมเนียมสูง บัตรที่มีผู้ถือมากที่สุดคือ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยการใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตไม่มีผลทำให้ ค่าใช้จ่ายเปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่ใช้บัตรเพื่อซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้า และสถานบริการน้ำมันสำหรับวงเงินเครดิตที่ได้รับนั้นเพียงพอกับ ความต้องการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต คือ ชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตรและมั่นใจว่าปลอดภัยกว่าพกเงินสด

พวงมาลัย พึ่งน้อย (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย” การศึกษาได้พบว่า รายได้ประชาชาติและปริมาณเงินเป็นปัจจัยสำคัญ ในการกำหนดความต้องการการใช้บัตรเครดิตการเปลี่ยนแปลงในความต้องการ ใช้บัตรเครดิต จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงรายได้ ประชาชาติแต่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงปริมาณ เงินในระบบเศรษฐกิจอย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย และ เงินเพื่อไม่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง ในความต้องการการใช้บัตรเครดิต

จิตติพงษ์ เนตรรุ่งวัฒนา (2534 : 4-5) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการมีบัตรเครดิตต่อพฤติกรรมบริโภคนิยม” การศึกษานี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ปี พ.ศ. 2529 – 2533 พบว่าระดับรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กัน โอกาสที่ผู้มีบัตรเครดิตสูงสุด คือ การใช้จ่ายเพียงร้อยละ 34.6% ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมบริโภคนิยมมากขึ้น แม้รายได้ไม่เปลี่ยนแปลง ทำให้รู้สึกเหมือนรายได้เพิ่มขึ้น จับจ่ายใช้สอยได้มากขึ้น จากผู้บริโภคได้รับสินเชื่อเพื่อการบริโภคจาก

ธนาคาร และมีหน้าที่ที่จะต้องชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ย ซึ่งเป็นการค้ำกรายได้หรือเงินออมในอนาคตมาใช้จ่ายในปัจจุบัน

รัชนา กิตติบุญญา (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกและต่ออายุสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตซีดีแบงก์วิซ่าและบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตซีดีแบงก์วิซ่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบปริญญาตรี โสศ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติงาน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท สมาชิกผู้ใช้บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบปริญญาตรี สมรสแล้วเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ตำแหน่งผู้บริหารระดับกลาง และมีรายได้ต่อเดือน 25,000 – 35,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรทั้งสองเหมือนกันคือ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ เหตุผลสำคัญคือ ผู้ออกบัตรเชิญชวนให้เป็นสมาชิกฟรีโดยยกเว้นค่าธรรมเนียม เป็นสมาชิกน้อยกว่าเท่ากับ 2 ปี ได้รับอนุมัติวงเงิน 2 เท่า ใช้จ่ายผ่านบัตรเกี่ยวกับเครื่องอุปโภคบริโภคเครื่องใช้ในบ้านมากเป็นอันดับหนึ่ง และวงเงินน้อยกว่า 5,000 บาท การชำระเงินค่าใช้จ่ายด้วยเงินสดหรือเช็คผ่านธนาคารพาณิชย์ เป็นสมาชิกมากกว่า 2 ปีแต่น้อยกว่า 5 ปี วงเงินไม่จำกัดทุกกราย ใช้จ่ายผ่านบัตรเกี่ยวกับอาหารและเครื่องคั้ม มากเป็นอันดับหนึ่งและวงเงินที่ใช้จ่ายน้อยกว่า 5,000 บาท การชำระ เงินค่าใช้จ่ายโดยหักบัญชีเงินฝากธนาคาร

ธวัชชัย ทิพย์ชุน (2548) ผลงานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีทัศนคติต่อบัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลางมีทัศนคติด้านการยอมรับในระดับสูง มีทัศนคติด้านความสะดวกความจำเป็นและทัศนคติด้านความฟุ่มเฟือยอยู่ในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายสูงสุด รองลงมาคือด้านจิตใจและด้านสังคม ทั้งนี้ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพและรายได้มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ปัญหาที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่พบมากที่สุดคือแถบแม่เหล็กบนบัตรเสีย การคิดค่าธรรมเนียมและการปฏิเสธจากร้านค้าในการรับบัตรเครดิต ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีทัศนคติและพฤติกรรมต่อบัตรเครดิตในระดับปานกลาง ถือว่าบัตรเครดิตมีประโยชน์ในเชิงบวก

มีนา พรายศรี. (2548) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคาร พาณิชย์และบริษัทเอกชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจเรียงตามลำดับคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ และด้านราคา (2) พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตพบว่า จำนวนบัตรที่ผู้ใช้บริการถือมากที่สุด คือ 1 ใบ ระยะเวลาที่ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือมาแล้ว 1 - 2 ปี วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับการอนุมัติมากที่สุดคือ 10,000 – 20,000 บาท ยอดรวมค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาทและผู้ใช้บริการบัตรเครดิตส่วนใหญ่ จะเลือกชำระหนี้บัตรเครดิตตามยอดขั้นต่ำของยอดค่าใช้จ่ายที่ทางธนาคารหรือบริษัทกำหนดไว้ (3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีเพศและสถานภาพต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายได้ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการแตกต่างกัน และผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีอายุและอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน (4) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีจำนวนบัตรเครดิต ระยะเวลาที่ถือบัตรเครดิต และวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการบริการแตกต่างกัน สำหรับผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการแตกต่างกัน และผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีเงื่อนไขในการชำระหนี้ต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวม และรายได้ไม่แตกต่างกัน (5) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

สุพรรณมา ตั้งใหม่ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตที่ไม่ใช่บัตรของธนาคารของผู้ใช้บัตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรธานี” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านต่างๆ ในการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิต ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ

และด้านอื่น ๆ ซึ่งธุรกิจผู้ออกบัตรเครดิตสามารถนำมาปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บัตรมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์และได้เปรียบคู่แข่งในธุรกิจบัตรเครดิต

สาธิตา ลิ้มโอภาสมณี (2541:69-70) พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา “พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ออกบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท ส่วนใหญ่นิยมถือบัตรเครดิตเพียง 1 ใบและบัตรเครดิตที่นิยมถือมากที่สุดคือบัตรเงินvisa ส่วนเหตุผลในการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตเนื่องจากเตรียมไว้ใช้ฉุกเฉิน มีความสะดวกปลอดภัยและสามารถผ่อนชำระได้ ส่วนผลการวิเคราะห์โดยค่าไคสแควร์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตเมื่อมีบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยที่กำหนดการบริโภคโดยใช้บัตรเครดิต คือรายได้และวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยที่ปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกับการบริโภค

วุฒิชัย เชื้อวงศ์พรหม (2543:4) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “การใช้บัตรเครดิตในสังคมไทย” พบว่า เพศชายใช้บัตรเครดิตน้อยกว่าเพศหญิง คือกลุ่ม 31-50 ปี การใช้บัตรเครดิตในสังคมไทยใช้เพื่อซื้อสินค้ามากกว่าการซื้อบริการ การใช้บัตรเครดิต ในสังคมไทยมีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และรายได้

ปิยะฉัตร รัตนวิบูลย์ (2542) งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิต กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ” พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานบริษัทเอกชน ต่างก็มีสัดส่วนค่าอาหารต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดมากที่สุด และผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นข้าราชการจะมีสัดส่วนของค่าอาหารต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดมากกว่าผู้ถือบัตรที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ขณะเดียวกันก็มีสัดส่วนของค่าสินค้าฟุ่มเฟือยและการบันเทิงน้อยกว่าผู้ถือบัตรเครดิต ที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและเมื่อพิจารณาสัดส่วนของค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตด้านต่างๆ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ผลที่ได้เป็นเช่นเดียวกันกับสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด และผลการวิเคราะห์นี้ ทำให้ทราบว่า พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้สูงกว่าข้าราชการ ซึ่งเกิดจากการที่เขามีแบบแผนรายได้แบบรายได้เปรียบเทียบ การบริโภคของเขาจึงขึ้นอยู่กับรายได้สูงสุดที่เคยได้รับ ซึ่งต่างกับข้าราชการที่มีแบบแผนรายได้แบบรายได้ถาวรคือ รายได้เฉลี่ยชั่วชีวิต จึงสรุปได้ว่าผู้ออกบัตรเครดิต ที่เป็นข้าราชการและพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะ เป็นแนวทางให้ผู้เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของคนให้มีความสอดคล้องและ สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค มีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. ประชากรและวิธีเลือกตัวอย่าง (Population and Sampling Procedures)
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)
5. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือ โดยมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่มีสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิต ที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ จำนวน 400 คน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลเอกสาร ซึ่งครอบคลุม ทั้งด้านทฤษฎีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษาค้นคว้าจากทั้งหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความ วารสารทางวิชาการ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา

2. ประชากรและวิธีเลือกตัวอย่าง (Population and Sampling Procedures)

2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต 2 กลุ่มคือ สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยประมาณ 5,710,883 คน (แหล่งข้อมูล : ประกาศสำนักทะเบียน

กลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และ จังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ประกาศ ณ วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2552)

2.2 เลือกกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นตัวแทนของประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% (ระดับนัยสำคัญที่ค่า $\alpha = 0.05$) โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยกำหนดให้ n = จำนวนตัวอย่างที่ใช้ทำการวิจัย

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

ดังนั้นตัวอย่างที่ต้องดำเนินการเก็บจะเท่ากับ

$$\begin{aligned} n &= \frac{5,710,883}{1 + 5,710,883 (0.05)^2} \\ &= 399,999 \\ &= 400 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ขั้นตอนการเลือกตัวอย่างดำเนินการโดยใช้ความน่าจะเป็นและเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Two-stage cluster sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. เริ่มจากการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามเขตในกรุงเทพมหานครเป็น 50 เขต

2. แบ่งออกเป็น 6 โซนใหญ่ ๆ จาก 50 เขต ซึ่งประกอบไปด้วย ศูนย์กลางกรุงเทพมหานครตอนบน กรุงเทพมหานครตะวันออก เชียงเหนือ กรุงเทพมหานครตอนใต้ และกรุงเทพมหานครตะวันตก

รายละเอียดเกี่ยวกับเขตที่มีจำนวนประชากรที่ถือบัตรเครดิต จำแนกตามโซนเป็น 6 โซน ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เขตที่มีจำนวนประชากรที่ถือบัตรเครดิต จำแนกตามโซนเป็น 6 โซน

โซน	ชื่อเขตที่อยู่ในโซน	จำนวนประชากรจริง
กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ	1.เขตพระนคร 62,966 คน	1,895,252
	2.เขตดุสิต 116,742 คน	
	3.เขตบางรัก 48,506 คน	
	4.เขตปทุมวัน 60,275 คน	
	5.เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย 56,464 คน	
	6.เขตยานนาวา 87,386 คน	
	7.เขตสัมพันธวงศ์ 30,088 คน	
	8.เขตพญาไท 76,477 คน	
	9.เขตธนบุรี 129,622 คน	
	10. เขตห้วยขวาง 76,948 คน	
	11. เขตคลองสาน 82,824 คน	
	12. เขตบางกอกใหญ่ 78,307 ค	
	13. เขตบางกอกน้อย 129,401 คน	
	14. เขตบางพลัด 103,842 คน	
	15. เขตดินแดง 139,322 คน	
	16. เขตสาทร 90,937 คน	
	17. เขตบางซื่อ 145,671 คน	

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โซน	ชื่อเขตที่อยู่ในโซน	จำนวน ประชากรจริง
	18. เขตบางคอแหลม 101,862 คน	
	19. เขตคลองเตย 118,412 คน	
	20. เขตราชเทวี 78,147 คน	
	21. เขตวัฒนา 81,053 คน	
กรุงเทพฯ คอนบม	1. เขตบางเขน 183,836 คน	927,104
	2.เขตจตุจักร 165,438 คน	
	3.เขตดอนเมือง 164,570 คน	
	4.เขตลาดพร้าว 121,366 คน	
	5.เขตหลักสี่ 115,518 คน	
	6.เขตสายไหม 176,376 คน	
กรุงเทพฯ ตะวันออกเฉียงเหนือ	1.เขตหนองจอก 143,675 คน	1,010,591
	2.เขตบางกะปิ 150,286 คน	
	3.เขตมีนบุรี 131,035 คน	
	4.เขตบึงกุ่ม 147,466 คน	
	5.เขตคันนายาว 85,586 ¹ คน	
	6.เขตสะพานสูง 87,082 คน	

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

โซน	ชื่อเขตที่อยู่ในโซน	จำนวน ประชากรจริง
	7.เขตวังทองหลาง 115,685 คน	
	8. เขตคลองสามวา 149,776 คน	
กรุงเทพฯ ตะวันออก	1.เขตพระโขนง 97,794 คน	614,486
	2.เขตลาดกระบัง 147,482 คน	
	3.เขตประเวศ 152,669 คน	
	4.เขตสวนหลวง 116,067 คน	
	5.เขตบางนา 100474	
กรุงเทพฯ ตอนใต้	1.เขตบางขุนเทียน 145,294 คน	617,205
	2.เขตราษฎร์บูรณะ 92,094 คน	
	3.เขตจอมทอง 163,846 คน	
	4.เขตทุ่งครุ 113,008 คน	
	5.เขตบางบอน 102,963 คน	
กรุงเทพฯ ตะวันตก	6.เขตคลองสาน 107,513 คน	646,195
	7.เขตภาษีเจริญ 133,622 คน	
	8.เขตหนองแขม 139,585 คน	
	9.เขตบางแค 193,449 คน	
	10. เขตทวีวัฒนา 72,026 คน	
	รวม	5,710,833

3. เลือกกลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตทั้ง 6 โชนใหญ่ๆ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ตามอัตราร้อยละจำนวนประชากรของแต่ละเขต เนื่องจากได้หาข้อมูลจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตจาก (แนวโน้มจำนวนบัตรและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต 2545 :ธนาคารแห่งประเทศไทย) เป็นจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตทั้งหมดในประเทศไทย ไม่ได้แบ่งเฉพาะเป็นจังหวัด จึงไม่มีจำนวนสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญดังกล่าวในการเลือกตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดให้กระจายไปในทุกโชนตามสัดส่วนของผู้ถือบัตรเครดิตในแต่ละโชน เนื่องจากศูนย์กลางกรุงเทพเป็นศูนย์กลางธุรกิจ เป็นโชนที่มีจำนวนเขตมากที่สุดถึง 21 เขต อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถาบันรัฐ ภาคเอกชน ได้แก่สถาบันการเงิน ธนาคาร บริษัท ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าชั้นนำต่างๆ เป็นจำนวนมาก (แหล่งข้อมูล : ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่องจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551 ประกาศ ณ วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2552)

รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้ถือบัตร จำแนกตามโชนและตามประเภทของบัตรเครดิต ได้แสดงไว้ในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนตัวอย่างที่จำแนกตามโชนและสมาชิกบัตรเครดิต

โชน	จำนวนจริง	คิดเป็นร้อยละ (%)	จำนวนตัวอย่างที่ศึกษา	จำนวนตัวอย่างสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต	
				ธนาคารพาณิชย์	มิใช่ธนาคารพาณิชย์
กรุงเทพฯ ศูนย์กลางธุรกิจ	1,895,252	33.19	134	67	67
กรุงเทพฯ ดอนบม	927,104	16.23	66	33	33

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

โซน	จำนวน จริง	คิดเป็น ร้อยละ (%)	จำนวนตัวอย่างที่ ศึกษา	จำนวนตัวอย่าง สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต	
				ธนาคาร พาณิชย์	มิใช่ธนาคาร พาณิชย์
กรุงเทพฯ	1,010,591	17.70	72	36	36
ตะวันออกเฉียงเหนือ					
กรุงเทพฯ ตะวันออก	614,486	10.77	42	21	21
กรุงเทพฯ ตอนใต้	617,205	10.81	42	21	21
กรุงเทพฯ ตะวันตก	646,195	11.30	44	22	22
รวม	5,710,833	100	400	200	200

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)

3.1 ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) 1 ชุด โดยวางคำถามตามวัตถุประสงค์ สมมติฐานที่ตั้งไว้ และประเด็นกรอบแนวความคิดการวิจัย โดยมีทั้งคำถามปลายปิด ถามปลายเปิด และลักษณะคำถามเป็นมาตราประเมินค่า (Rating Scale) คำถามในแบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

3.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

3.1.2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการถือบัตรและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

3.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

3.1.4 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

3.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม ในการวิจัยนี้ได้ดำเนินการพัฒนาแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 นำแบบสอบถามที่ทำขึ้นไปทดลองกับผู้เป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์จำนวน 30 ราย

3.2.2 นำผลลัพธ์มาวัดและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

3.2.3 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้สมบูรณ์โดยมีผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ด้านบัตรเครดิต

3.2.4 การนำไปใช้สำรวจ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น และได้ผ่านการพิจารณาจากคณะที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว มีผู้ทำงานภาคสนามจำนวน 10 คน สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 2 เดือน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้กระจายแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด โดยได้แบ่งตาม 6 โซน ในเขตกรุงเทพมหานครที่กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้แล้ว

5. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

เมื่อได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for the Social Science for Window) โดยดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอนต่อไปนี้

5.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด ก่อนที่จะนำไปใช้ในการประมวลผลข้อมูลต่อไป

5.2 การกรองห้สข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือการกรองห้ส จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมากรองห้ส แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิต ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ แจกแจงความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือน

5.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน คือ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถาบันผู้ออกบัตร (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) แล้วนำคำตอบที่ได้มาคำนวณค่าระดับของผลกระทบที่มีต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายระดับความคิดเห็น ดังนี้

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยมาก

5.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มีปัญหามากที่สุด
3.41-4.20	มีปัญหา
2.61-3.40	มีปัญหาปานกลาง
1.81-2.60	มีปัญหาน้อย
1.00-1.80	ไม่มีปัญหา

5.3.4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชษธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ (t-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่ม และการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชษธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F (F-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่าสองกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติการแจกแจงแบบที
F	แทน	ค่าสถิติการแจกแจงแบบเอฟ

2. การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิต ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ แจกแจงความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรณาการพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน คือ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถาบันผู้ออกบัตร (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) แล้วนำคำตอบที่ได้มาคำนวณค่าระดับของผลกระทบที่มีต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกโดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายระดับความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ (t-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่ม และการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F (F-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่าสองกลุ่ม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิต เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศกับการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคล	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย		59	29.5	63	31.5
หญิง		141	70.5	137	68.5
รวม		200	100	200	100

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุกับการเลือกถือบัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคล	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ				
21-30 ปี	144	72.00	139	69.50
31-40 ปี	50	25.00	45	22.50
41-50 ปี	4	2.00	10	5.00
51-60 ปี	2	1.00	6	3.00
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับการเลือกถือบัตร
เครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคล	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	2.50	14	7.00
ปริญญาตรี	181	90.5	169	84.50
สูงกว่าปริญญาตรี	14	7.00	17	8.50
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านสถานภาพกับการเลือกถือบัตร
เครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคล	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	154	77.00	143	71.50
สมรส	45	22.50	57	28.50
อื่นๆ	1	0.50	0	0.00
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพกับการเลือกถือบัตรเครดิต
ธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะ ส่วนบุคคล	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	11	5.50	15	7.50
พนักงาน	21	10.50	26	13.00
รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานธุรกิจ	166	83.00	156	78.00
เอกชน				
เจ้าของกิจการ	1	0.50	2	1.00
อื่นๆ	1	0.50	1	0.50
รวม	200	100	200	100

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับตำแหน่งงานกับการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ตำแหน่งงาน	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริหารระดับสูง	0	0.00	4	2.01
ผู้บริหารระดับกลาง	6	3.02	22	11.06
เจ้าของกิจการ	2	1.00	3	1.51
ผู้บริหารระดับล่าง	10	5.03	16	8.04
พนักงานระดับปฏิบัติการ	181	90.95	154	77.39
รวม	199	100	199	100

ตารางที่ 4.7 จำนวน และร้อยละข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลด้านรายได้กับการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล รายได้	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์		บัตรเครดิตที่มีชื่อธนาคารพาณิชย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15,000-25,000 บาท	144	72.36	144	72.36
25,001-35,000 บาท	46	23.12	39	19.60
35,001-45,000 บาท	7	3.52	9	4.52
45,001-55,000 บาท	0	0	2	1.00
55,001 บาทขึ้นไป	2	1.00	5	2.51
รวม	199	100	199	100

จากข้อมูลในตารางดังกล่าวสามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัณฑิตเศรษฐศาสตรบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่ใช้บัณฑิตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 70.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 29.5 เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 72.00 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.0 การศึกษาจบระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 90.5 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 7.00 มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 77.0 รองลงมา สมรสแล้ว ร้อยละ 22.50 ด้านอาชีพ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน มีจำนวนมากที่สุด เป็นร้อยละ 83.00 และรองลงมา คือ เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 10.50 ส่วนตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงานมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 90.95 รองลงมา ผู้บริหารระดับล่าง ร้อยละ 5.03 มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 72.63 รองลงมา คือ 25,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 23.12

2. บัณฑิตที่มีใช้ธนาการพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่ใช้บัณฑิตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 68.5 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 31.5 เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 69.50 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 22.50 การศึกษาจบระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 84.50 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.50 มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 71.50 รองลงมา สมรสแล้ว ร้อยละ 28.50 ด้านอาชีพ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน มีจำนวนมากที่สุด เป็นร้อยละ 78.00 และรองลงมา คือ เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.00 ส่วนตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงานมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 77.39 รองลงมา ผู้บริหารระดับกลาง ร้อยละ 11.06 มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 72.36 รองลงมา คือ 25,001 – 35,000 บาท ร้อยละ 19.16

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาการพาณิชย์ และบัณฑิตที่มีใช้ธนาการพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน แล้วนำคำตอบที่ได้มาคำนวณค่าระดับของผลกระทบที่มีต่อการเลือกเป็นสมาชิก โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายระดับความคิดเห็น

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตร
เครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชธนาการพาณิชย์ในด้านของผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	บัตรเครดิตธนาคาร พาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชธนาการ พาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ความ คิดเห็น			ความ คิดเห็น
1. มีรูปแบบบัตรให้เลือกหลากหลาย	3.79	0.806	มาก	3.74	0.733	มาก
2. มีรูปลักษณะของบัตรสวยงาม	3.50	0.885	มาก	3.54	0.782	มาก
3. ระบุวันออกบัตรและวันหมดอายุ ชัดเจน	3.68	0.848	มาก	3.59	0.886	มาก
4. มีสีสันเด่น สดใส	3.49	0.868	มาก	3.55	0.794	มาก
5. มีตัวอักษรบนบัตรอ่านง่าย	3.68	0.917	มาก	3.66	0.740	มาก
6. มีลายเส้นต้นบนบัตรชัดเจน	3.76	0.892	มาก	3.76	0.836	มาก
7. มีรูปสมาชิกติดบนบัตร	2.96	1.100	ปาน กลาง	3.07	1.114	ปาน กลาง
8. บัตรใช้วัสดุแข็งแรง	4.14	0.823	มาก	4.00	0.796	มาก
9. สามารถแสดงความทันสมัยของผู้ถือ	3.84	0.943	มาก	3.81	0.859	มาก
10. แสดงความมีฐานะของผู้ถือบัตร	3.64	0.951	มาก	3.60	0.918	มาก
11. ทำให้เกิดการยอมรับในสังคมได้	3.48	1.007	มาก	3.54	0.971	มาก
รวม	3.63	0.571	มาก	3.62	0.557	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 4.8 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.63$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 10
ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับมากที่สุดคือ มีรูปแบบบัตรให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} =$
3.79) มีรูปลักษณะของบัตรสวยงาม ($\bar{X} = 3.50$) ระบุวันออกบัตรและวันหมดอายุชัดเจน

($\bar{X} = 3.68$) มีสี่สันเด่น สถดโต ($\bar{X} = 3.49$) มีตัวอักษรบนบัตรอ่านง่าย ($\bar{X} = 3.68$) มีลายเส้นบนบัตรชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$) บัตรใช้วัสดุแข็งแรง ($\bar{X} = 4.14$) สามารถแสดงความทันสมัยของผู้ถือ ($\bar{X} = 3.84$) แสดงความมีฐานะของผู้ถือบัตร ($\bar{X} = 3.64$) ทำให้เกิดการยอมรับในสังคมได้ ($\bar{X} = 3.48$) ส่วนบัตรมีรูปสมาชิกติดบนบัตรมีผลในระดับ ปานกลางคือ ($\bar{X} = 2.96$)

2. บัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่ามีจำนวน 10 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับมากที่สุด มีรูปแบบบัตรให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 3.74$) มีรูปลักษณะของบัตรสวยงาม ($\bar{X} = 3.54$) ระบุวันออกบัตรและวันหมดอายุชัดเจน ($\bar{X} = 3.59$) มีสี่สันเด่น สถดโต ($\bar{X} = 3.55$) มีตัวอักษรบนบัตรอ่านง่าย ($\bar{X} = 3.66$) มีลายเส้นบนบัตรชัดเจน ($\bar{X} = 3.76$) บัตรใช้วัสดุแข็งแรง ($\bar{X} = 4.00$) สามารถแสดงความทันสมัยของผู้ถือ ($\bar{X} = 3.81$) แสดงความมีฐานะของผู้ถือบัตร ($\bar{X} = 3.60$) ทำให้เกิดการยอมรับในสังคมได้ ($\bar{X} = 3.54$) ส่วนบัตรมีรูปสมาชิกติดบนบัตรมีผลในระดับ ปานกลางคือ ($\bar{X} = 3.07$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์ในด้านของราคา

ด้านราคา	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. อัตราดอกเบี้ย 20% ต่อปี	3.36	1.003	ปานกลาง	3.52	0.924	มาก
2. ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสด 3%	3.24	1.114	ปานกลาง	3.38	1.133	ปานกลาง

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ด้านราคา	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ความ คิดเห็น			ความ คิดเห็น
3.ค่าใช้จ่ายจากการติดตามชำระหนี้	3.32	1.163	ปาน กลาง	3.34	1.034	ปาน กลาง
4.การขอใบแจ้งยอดรายการบัตร เครดิต	3.40	1.047	ปาน กลาง	3.40	0.908	ปาน กลาง
5.ค่าธรรมเนียมในการขอสำเนาใบ บันทึกการขายเพื่อตรวจสอบยอด	3.40	0.982	ปาน กลาง	3.41	0.925	มาก
6.มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี	3.94	1.185	มาก	3.78	1.175	มาก
7.ค่าออกบัตรใหม่ ทดแทนบัตรชำรุด ขอรหัสใหม่/เปลี่ยนแปลงข้อมูล	3.62	1.087	มาก	3.53	0.929	มาก
8.ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน	3.73	1.031	มาก	3.64	0.993	มาก
9.อัตราค่าธรรมเนียมชำระคืนขั้นต่ำ 10%	3.57	0.916	มาก	3.59	0.919	มาก
10.ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน	3.64	1.048	มาก	3.66	0.871	มาก
รวม	3.52	0.814	มาก	3.53	0.714	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 4.9 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 5 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับมากที่สุด คือ มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ($\bar{X} = 3.94$) ค่าออกบัตรใหม่ ทดแทนบัตรชำรุด ขอรหัสใหม่/เปลี่ยนแปลงข้อมูล ($\bar{X} = 3.62$) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน ($\bar{X} = 3.73$) อัตราค่าธรรมเนียมชำระคืนขั้นต่ำ 10% ($\bar{X} = 3.57$) ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน ($\bar{X} = 3.64$) ส่วนข้ออื่นมีผลในระดับปานกลาง

2. บัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 3 ข้อที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับปานกลางคือ ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสด 3% ($\bar{X} = 3.38$) ค่าใช้จ่ายจากการติดตามชำระหนี้ ($\bar{X} = 3.34$) การขอใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต ($\bar{X} = 3.40$) ส่วนข้ออื่นมีผลในระดับมาก

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์ในด้านของสถาบันผู้ออกบัตร

ด้านสถาบันผู้ออกบัตร	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1.จำนวนศูนย์บริการรับสมัครบัตร เครดิตในห้างสรรพสินค้าและ ธนาคาร	3.88	0.806	มาก	3.86	0.750	มาก
2.จำนวนศูนย์บริการรับสมัครบัตร เครดิตตามชุมชน	3.46	0.896	มาก	3.55	0.890	มาก
3.การรับสมัครบัตรเครดิตทาง โทรศัพท์	3.08	0.948	ปาน กลาง	3.04	0.912	ปาน กลาง
4.สมัครบัตรผ่านตัวแทนขายบัตร เครดิต	3.27	0.939	ปาน กลาง	3.20	1.061	ปาน กลาง
5.เป็นสถาบันการเงินที่ใหญ่และมี ความมั่นคง	4.14	0.943	มาก	3.85	0.875	มาก
6.มีภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีเป็นที่ ยอมรับอย่างแพร่หลาย	4.22	0.820	มาก ที่สุด	3.90	0.924	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ด้านสถาบันผู้ออกบัตร	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ความ คิดเห็น			ความ คิดเห็น
7.สถาบันการเงินมีประสิทธิภาพสูง ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนาน	4.20	0.825	มาก	3.96	0.884	มาก
8.สะดวกในการชำระค่า สาธารณูปโภคหรือค่าใช้จ่าย ประจำเดือน	4.12	0.814	มาก	3.96	0.899	มาก
9.ร้านค้าแสดงสัญลักษณ์บัตรเครดิต เห็นได้อย่างชัดเจน	4.03	0.868	มาก	3.90	0.919	มาก
10.อื่นๆ...	0.10	0.581	น้อย มาก	0.04	0.353	น้อยมาก
รวม	3.45	0.572	มาก	3.33	0.583	ปานกลาง

จากข้อมูลในตารางที่ 4.10 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผู้ออกบัตร มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับมากที่สุดคือ มีภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย ($\bar{X} = 4.22$) และในระดับปานกลางมี 2 ข้อ คือ การรับสมัครบัตรเครดิตทางโทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.08$) สมัครบัตรผ่านตัวแทนขายบัตรเครดิต ($\bar{X} = 3.27$) และในระดับน้อยมากคือปัจจัยอื่นๆ ($\bar{X} = 0.01$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

2. บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผู้ออกบัตร มีผลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 2 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับปานกลางคือ การรับสมัครบัตร

เครดิตทางโทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.04$) สมัครงบผ่านตัวแทนขายบัตรเครดิต ($\bar{X} = 3.20$) และในระดับน้อยมากคือปัจจัยอื่นๆ ($\bar{X} = 0.04$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชชนาการพาณิชย์ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชชนาการพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.80	0.833	มาก	3.79	0.860	มาก
2.ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.81	0.948	มาก	3.78	0.914	มาก
3.ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและรายปี ตลอดชีพ	4.32	0.992	มากที่สุด	4.05	0.991	มาก
4.สามารถได้รับแจกของขวัญของ สมนาคุณ จากการสมัครเป็นสมาชิก	4.13	0.898	มาก	3.80	1.008	มาก
5.สามารถสะสมคะแนนแลกของขวัญ เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	4.16	0.853	มาก	3.85	0.983	มาก
6.สามารถได้รับของขวัญในวาระพิเศษ เช่น วันเกิด วันเทศกาลต่างๆ	3.98	0.972	มาก	3.71	1.101	มาก
7.การได้ส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วม รายการ	4.17	0.897	มาก	3.85	1.041	มาก
8.สามารถซื้อสินค้าหรือบริการแบบ ผ่อนชำระ โดยปลอดดอกเบี้ย	4.31	0.882	มากที่สุด	4.05	0.895	มาก
9.สามารถยืดเวลาในการเรียกเก็บค่า สินค้าและบริการ โดยปลอดดอกเบี้ย	4.20	0.908	มาก	3.89	0.937	มาก
10.อื่นๆ...	0.12	0.659	น้อยมาก	0.00	0.000	น้อยมาก
รวม	3.70	0.640	มาก	3.48	0.708	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 4.11 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัณฑิตครุศึกษาศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตครุศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัณฑิตครุศึกษาระบุว่ามีผลในระดับมากที่สุด 2 ข้อคือ ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ตลอดชีพ ($\bar{X} = 4.32$) สามารถซื้อสินค้าหรือบริการแบบผ่อนชำระ โดยปลอดดอกเบี้ย ($\bar{X} = 4.31$) และในระดับน้อยมาก คือ ปัจจัยอื่นๆ ($\bar{X} = 0.12$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

2. บัณฑิตครุศึกษาที่มีโชษณาการพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตครุศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 1 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัณฑิตครุศึกษาระบุว่ามีผลในระดับน้อยมากคือ อื่นๆ ($\bar{X} = 0.00$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตครุศึกษาศาสตร์และบัณฑิตครุศึกษาที่มีโชษณาการพาณิชย์ในด้านพนักงาน

ด้านพนักงาน	บัณฑิตครุศึกษาศาสตร์		บัณฑิตครุศึกษาที่มีโชษณาการพาณิชย์			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดจาสุภาพ	4.18	0.882	มาก	3.99	0.871	มาก
2.พนักงานให้คำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับบัณฑิตครุศึกษาได้ชัดเจน ถูกต้อง	4.21	0.883	มากที่สุด	4.01	0.865	มาก
3.พนักงานให้บริการสมัครบัตรเครดิตทางโทรศัพท์	3.64	1.027	มาก	3.64	0.941	มาก

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ด้านพนักงาน	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
4.พนักงานให้บริการรับใบสมัครบัตร เครดิตถึงตัวลูกค้า	3.86	0.685	มาก	3.76	0.883	มาก
5.พนักงานช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า ได้รวดเร็ว	4.05	0.976	มาก	3.81	0.957	มาก
6.อื่นๆ...	0.02	0.283	น้อยมาก	0.00	0.000	น้อย มาก
รวม	3.33	0.592	ปาน กลาง	3.20	0.643	ปาน กลาง

จากข้อมูลในตารางที่ 4.12 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านพนักงาน มีผลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่ามีผลในระดับมากที่สุด คือ พนักงานให้คำแนะนำและข้อมูล เกี่ยวกับบัตรเครดิตได้ชัดเจนถูกต้อง ($\bar{X} = 4.21$) และในระดับน้อยมาก คือ ปัจจัยอื่นๆ ($\bar{X} = 0.02$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

2. บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านพนักงาน มีผลในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 5 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่ามีผลในระดับมากที่สุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ ($\bar{X} = 3.99$) พนักงานให้คำแนะนำและข้อมูล เกี่ยวกับบัตรเครดิตได้ชัดเจนถูกต้อง ($\bar{X} = 4.01$) พนักงานให้บริการสมัครบัตรเครดิตทางโทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.64$)

พนักงานให้บริการรับใบสมัครบัตรเครดิตถึงตัวลูกค้า ($\bar{X} = 3.76$) พนักงานช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้รวดเร็ว ($\bar{X} = 3.81$) และในระดับน้อยมากคือ อื่นๆ ($\bar{X} = 0.00$)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตร
เครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ในด้านสิ่งแวดล้อมทาง
กายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	บัตรเครดิตธนาคาร พาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคาร พาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1. ศูนย์บริการสมัครบัตรเครดิตให้ ความสะดวกสบายให้การรอรับบริการ	4.16	0.773	มาก	3.99	0.882	มาก
2. ศูนย์บริการมีสัญลักษณ์ที่โดดเด่น จัดจาง่าย	4.02	0.733	มาก	3.93	0.862	มาก
3. มีการจัดระบบการเข้ารับบริการ อย่างเป็นระบบ เพื่อความรวดเร็ว	4.19	0.739	มาก	3.94	0.869	มาก
4. ศูนย์บริการมีความสะอาด และ ปลอดภัย	4.16	0.719	มาก	3.92	0.895	มาก
5. พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	4.00	0.811	มาก	3.81	0.859	มาก
6. มีสื่อ อุปกรณ์ที่ทันสมัย	4.06	0.906	มาก	3.83	0.998	มาก
7. เอกสารใบสมัครอ่านง่าย เข้าใจง่าย สะดวกต่อการกรอก	4.11	0.755	มาก	3.93	0.856	มาก
8. อื่นๆ...	0.04	0.399	น้อย มาก	0.00	0.000	น้อย มาก
รวม	3.59	0.556	มาก	3.42	0.675	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 4.13 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่ามีผลในระดับมากทุกข้อ ยกเว้นความคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ ($\bar{X} = 0.04$)

2. บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่ามีผลในระดับมากทุกข้อ และมีผลในระดับน้อยมากคือความคิดเห็นอื่นๆ ($\bar{X} = 0.00$)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ในด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติ บัตรเครดิตที่รวดเร็ว	4.18	0.894	มาก	3.85	0.926	มาก
2. ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตให้ข้อมูล ถูกต้องชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย	4.22	0.875	มากที่สุด	3.92	0.885	มาก
3. สามารถสอบถามข้อมูลทางการเงินได้ ตลอดเวลา	4.25	0.890	มากที่สุด	3.96	0.870	มาก
4. มีเทคโนโลยีทันสมัย ระบบ On Line เก็บข้อมูลสมาชิกได้ถูกต้องแม่นยำ	4.28	0.847	มากที่สุด	3.99	0.868	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
			ความ คิดเห็น			ความ คิดเห็น
5.สมาชิกสามารถรับบัตรใหม่ได้ รวดเร็ว ในกรณีบัตรสูญหายหรือถูก ขโมย	4.18	0.825	มาก	3.85	0.901	มาก
6.ข้อมูลข่าวสารต่อเนื่อง จากการ ส่งเสริมการตลาดและการขาย	4.00	0.754	มาก	3.84	0.873	มาก
7.การเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูล ส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับ	4.38	0.748	มากที่สุด	4.00	1.000	มาก
8.ให้บริการถอนเงินสดผ่านบัญชี เงินฝากจากเครื่อง ATM ทุกแห่ง	4.14	0.851	มาก	3.99	0.951	มาก
9.สามารถซื้อสินค้าทางไปรษณีย์	3.32	1.035	ปาน กลาง	3.32	1.181	ปาน กลาง
10.การชำระค่าบัตรเครดิตมีหลาย ช่องทาง	4.32	0.776	มากที่สุด	3.99	0.956	มาก
11.อื่นๆ	0.05	0.499	น้อย มาก	0.02	0.283	น้อย มาก
รวม	3.76	0.567	มาก	3.52	0.650	มาก

จากข้อมูลในตารางที่ 4.14 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับมากที่สุด 5 ข้อ คือ ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตให้ข้อมูลถูกต้องชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.22$) สามารถสอบถามข้อมูลทางการเงินได้ตลอดเวลา

($\bar{X} = 4.25$) มีเทคโนโลยีทันสมัย ระบบ On Line เก็บข้อมูลสมาชิกได้ถูกต้องแม่นยำ ($\bar{X} = 4.28$) การเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับ ($\bar{X} = 4.38$) การชำระค่าบัตรเครดิตมีหลายช่องทาง ($\bar{X} = 4.32$) และในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ สามารถซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ ($\bar{X} = 3.32$) และมีผลในระดับน้อยมาก 1 ข้อคือ ไปถึงอื่น ๆ ($\bar{X} = 0.05$) ส่วนข้ออื่นๆที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

2. บัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า ไปถึงด้านกระบวนการให้บริการมีผลในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) ต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีจำนวน 1 ข้อ ที่สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตระบุว่า มีผลในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ ($\bar{X} = 3.32$) และในระดับน้อยมากคือ อื่นๆ ($\bar{X} = 0.02$) ส่วนข้ออื่นๆที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์

ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1.วงเงินสินเชื่อในบัตรเครดิตไม่พอ	3.43	1.039	มีปัญหา มาก	3.41	1.104	มีปัญหา มาก
2.ค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าผู้ประกอบการคิดจากสมาชิก	3.76	0.904	มีปัญหา มาก	3.71	0.877	มีปัญหา มาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต	บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์			บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
3.ยังมีข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	3.35	0.986	มีปัญหาปานกลาง	3.34	1.025	มีปัญหาปานกลาง
4.อัตราดอกเบี้ยและค่าปรับในการผิดนัดชำระ	3.62	1.078	มีปัญหามาก	3.50	1.032	มีปัญหามาก
5.การติดตามทวงถามหนี้ที่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล	3.52	1.075	มีปัญหา	3.43	1.119	มีปัญหา
6.การเสนอขายประกันจากบริษัทประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	4.11	0.989	มีปัญหา	4.03	1.037	มีปัญหา
7.อื่นๆ	0.00	0.000	ไม่มีปัญหา	0.00	0.000	ไม่มีปัญหา
รวม	3.11	0.654	มีปัญหาปานกลาง	3.06	0.642	มีปัญหาปานกลาง

จากข้อมูลในตารางที่ 4.15 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ยังมีข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.35$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

2. บัณฑิตที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ใช้บัณฑิตมีปัญหาในการใช้บัณฑิตอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัณฑิตมีปัญหาในการใช้บัณฑิตในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ยังมีข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 3.34$) ส่วนข้ออื่นๆ ที่เหลือมีผลอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาคารพาณิชย์และบัณฑิตที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ (t-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่ม และการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาคารพาณิชย์และบัณฑิตที่มิใช่ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F (F-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่าสองกลุ่ม

4.1 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน

4.1.1 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ แสดงไว้ในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัณฑิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น	เพศ	\bar{X}	S.D.	T	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.64	0.519	0.177	0.860
	หญิง	3.63	0.593		
2.ด้านราคา	ชาย	3.68	0.656	1.787	0.075
	หญิง	3.46	0.865		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ความคิดเห็น	เพศ	\bar{X}	S.D.	T	Sig.
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ชาย	3.47	0.663	0.257	0.797
	หญิง	3.44	0.531		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.67	0.715	-0.435	0.664
	หญิง	3.71	0.608		
5.ด้านพนักงาน	ชาย	3.25	0.649	-1.120	0.264
	หญิง	3.36	0.566		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	3.73	0.568	-0.419	0.676
	หญิง	3.77	0.568		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ชาย	3.57	0.534	-0.371	0.711
	หญิง	3.60	0.567		

จากตาราง 4.16 ผลการวิจัยพบว่า เพศ ของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ แสดงไว้ในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น	อายุ(ปี)	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	21-30 ปี	3.68	0.521	1.954	0.122
	31-40 ปี	3.47	0.678		
	41-50 ปี	3.89	0.732		
	51-60 ปี	3.77	0.321		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อายุ(ปี)	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
2.ด้านราคา	21-30 ปี	3.51	0.744	0.082	0.970
	31-40 ปี	3.55	1.011		
	41-50 ปี	3.65	0.915		
	51-60 ปี	3.65	0.212		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	21-30 ปี	3.43	0.499	1.988	0.117
	31-40 ปี	3.55	0.578		
	41-50 ปี	2.90	1.904		
	51-60 ปี	3.20	0.424		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	21-30 ปี	3.72	0.602	3.543	0.016
	31-40 ปี	3.74	0.548		
	41-50 ปี	2.70	1.889		
	51-60 ปี	3.5	0.424		
5.ด้านพนักงาน	21-30 ปี	3.33	0.564	1.600	0.191
	31-40 ปี	3.38	0.563		
	41-50 ปี	2.71	1.493		
	51-60 ปี	3.25	0.589		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	21-30 ปี	3.78	0.548	1.191	0.314
	31-40 ปี	3.75	0.573		
	41-50 ปี	3.36	1.123		
	51-60 ปี	3.27	0.000		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	21-30 ปี	3.59	0.551	1.255	0.291
	31-40 ปี	3.63	0.565		
	41-50 ปี	3.47	0.657		
	51-60 ปี	2.88	0.354		

จากตาราง 4.17 ผลการวิจัยพบว่า อายุของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.3 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา แสดงไว้ในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็น	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.67	0.608	0.913	0.403
	ปริญญาตรี	3.62	0.577		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.83	0.473		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.83	0.473		
2.ด้านราคา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.28	1.458	1.413	0.246
	ปริญญาตรี	3.50	0.805		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.85	0.610		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.85	0.610		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.54	0.568	2.867	0.059
	ปริญญาตรี	3.42	0.573		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.79	0.455		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.79	0.455		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.58	0.512	0.751	0.473
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.69	0.652		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.89	0.518		
5.ด้านพนักงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.37	0.582	1.192	0.306
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.31	0.586		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.56	0.659		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.47	0.576	1.627	0.199
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.75	0.556		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.97	0.679		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.38	0.829	0.460	0.632
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.59	0.545		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.65	0.624		

จากตาราง 4.18 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ แสดงไว้ในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็น	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	โสด	3.69	0.553	3.292	0.039
	สมรส	3.44	0.605		
	อื่นๆ	3.73	-		
2.ด้านราคา	โสด	3.50	0.771	1.737	0.179
	สมรส	3.55	0.936		
	อื่นๆ	5.00	-		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	โสด	3.45	0.528	0.655	0.521
	สมรส	3.44	0.705		
	อื่นๆ	4.10	-		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	โสด	3.70	0.604	0.783	0.458
	สมรส	3.69	0.755		
	อื่นๆ	4.50	-		
5.ด้านพนักงาน	โสด	3.31	0.575	0.308	0.735
	สมรส	3.37	0.656		
	อื่นๆ	3.67	-		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	โสด	3.76	0.555	0.036	0.964
	สมรส	3.75	0.617		
	อื่นๆ	3.91	-		

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความคิดเห็น	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	โสด	3.60	0.558	1.052	0.351
	สมรส	3.56	0.549		
	อื่นๆ	4.38	-		

จากตาราง 4.19 ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.5 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ แสดงไว้ในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ	3.61	0.345	0.390	0.815
	พนักงาน	3.75	0.619		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.62	0.580		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	4.00	-		
	กิจการ				
อื่นๆ	3.82	-			

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
2.ด้านราคา	ข้าราชการ	3.85	0.622	0.674	0.611
	พนักงาน	3.61	0.727		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.48	0.837		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	4.00	-		
	กิจการ อื่นๆ	3.70	-		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ข้าราชการ	3.72	0.368	0.986	0.416
	พนักงาน	3.47	0.882		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.43	0.533		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	4.00	-		
	กิจการ อื่นๆ	3.70	-		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ	3.56	0.590	1.020	0.398
	พนักงาน	3.47	0.980		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.74	0.589		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.6	-		
	กิจการ อื่นๆ	3.4	-		

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5.ด้านพนักงาน	ข้าราชการ	3.36	0.427	0.265	0.900
	พนักงาน	3.22	0.759		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.34	0.583		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.33	-		
	กิจการ อื่นๆ	3.00	-		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ	4.02	0.484	1.422	0.228
	พนักงาน	3.61	0.637		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.76	0.560		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.64	-		
	กิจการ อื่นๆ	3.00	-		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ข้าราชการ	3.73	0.406	0.927	0.449
	พนักงาน	3.58	0.518		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.59	0.569		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.5	-		
	กิจการ อื่นๆ	2.63	-		

จากตาราง 4.20 ผลการวิจัยพบว่า อาชีพของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.6 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน แสดงไว้ในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	4.05	0.349	2.025	0.112
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.91	0.129		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.87	0.591		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.60	0.570		
	ระดับ				
	ปฏิบัติการ				

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
2.ด้านราคา	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	4.12	0.662	1.236	0.298
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.85	0.212		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.51	0.817		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.50	0.820		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ระดับ				
	ปฏิบัติการ				
	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.70	0.597	1.072	0.362
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.20	0.566		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.67	0.467		
ระดับล่าง					
พนักงาน	3.43	0.576			
ระดับ					
ปฏิบัติการ					

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.85	0.517	0.737	0.531
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.50	0.141		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.95	0.337		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.68	0.658		
	ระดับ				
5.ด้านพนักงาน	ปฏิบัติการ				
	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.42	0.480	0.774	0.510
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.17	0.480		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.58	0.573		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.31	0.598		
ระดับ					
ปฏิบัติการ					

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	4.08	0.416	2.554	0.057
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.32	0.450		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	4.11	0.557		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.72	0.563		
	ระดับ				
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ปฏิบัติการ				
	ผู้บริหาร				
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.63	0.628	1.165	0.324
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.06	0.619		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.81	0.490		
	ระดับล่าง				
	เจ้าของ	3.17	0.480		
กิจการ					
ผู้บริหาร	3.58	0.573			
ระดับล่าง					
พนักงาน	3.31	0.598			
ระดับ					
ปฏิบัติการ					

จากตาราง 4.21 ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งงาน ของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.1.7 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ แสดงไว้ในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.			
1.ด้านผลิตภัณฑ์	15,000- 25,000 บาท	3.59	0.581	0.861	0.488			
	25,001- 35,000 บาท	3.75	0.517					
	35,001- 45,000 บาท	3.77	0.762					
	45,001- 55,001 บาท	3.77	0.321					
	ขึ้นไป							
	2.ด้านราคา	15,000- 25,000 บาท	3.51			0.809	0.108	0.980
		25,001- 35,000 บาท	3.52			0.877		
35,001- 45,000 บาท		3.66	0.737					
45,001- 55,001 บาท		3.75	0.354					
ขึ้นไป								

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	15,000- 25,000 บาท	3.43	0.526	0.393	0.813
	25,001- 35,000 บาท	3.50	0.709		
	35,001- 45,000 บาท	3.51	0.628		
	45,001- 55,001 บาท	3.55	0.071		
	ขึ้นไป				
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	15,000- 25,000 บาท	3.70	0.608	0.025	0.999
	25,001- 35,000 บาท	3.71	0.766		
	35,001- 45,000 บาท	3.70	0.616		
	45,001- 55,001 บาท	3.70	0.141		
	ขึ้นไป				
5.ด้านพนักงาน	15,000- 25,000 บาท	3.32	0.573	0.829	0.508
	25,001- 35,000 บาท	3.34	0.655		
	35,001- 45,000 บาท	3.45	0.606		
	45,001- 55,001 บาท	3.50	0.236		
	ขึ้นไป				

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	15,000-	3.75	0.558	1.417	0.230
	25,000 บาท				
	25,001-	3.76	0.589		
	35,000 บาท				
	35,001-	4.04	0.565		
	45,000 บาท				
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	55,001 บาท	3.45	0.257	1.360	0.249
	ขึ้นไป				
	15,000-	3.57	0.563		
	25,000 บาท				
	25,001-	3.70	0.492		
	35,000 บาท				
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	35,001-	3.52	0.779	0.265	
	45,000 บาท				
	55,001 บาท	3.31	0.265		
	ขึ้นไป				

จากตาราง 4.22 ผลการวิจัยพบว่า รายได้ ของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน

4.2.1 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ แสดงไว้ในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น	เพศ	\bar{X}	S.D.	T	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.58	0.583	-0.775	0.439
	หญิง	3.64	0.546		
2.ด้านราคา	ชาย	3.41	0.774	-1.608	0.110
	หญิง	3.58	0.680		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ชาย	3.37	0.496	0.650	0.516
	หญิง	3.31	0.619		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.49	0.624	0.139	0.889
	หญิง	3.47	0.745		
5.ด้านพนักงาน	ชาย	3.22	0.663	0.345	0.730
	หญิง	3.19	0.635		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	3.59	0.659	1.023	0.308
	หญิง	3.49	0.646		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ชาย	3.46	0.589	0.588	0.557
	หญิง	3.40	0.713		

จากตาราง 4.23 ผลการวิจัยพบว่า เพศ ของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.2.2 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ แสดงไว้ในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น	อายุ(ปี)	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	21-30 ปี	3.65	0.548	3.028	0.031
	31-40 ปี	3.49	0.569		
	41-50 ปี	4.02	0.501		
	51-60 ปี	3.39	0.455		
2.ด้านราคา	21-30 ปี	3.54	0.674	0.404	0.750
	31-40 ปี	3.45	0.777		
	41-50 ปี	3.71	1.045		
	51-60 ปี	3.55	0.572		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	21-30 ปี	3.38	0.520	2.557	0.056
	31-40 ปี	3.17	0.765		
	41-50 ปี	3.53	0.419		
	51-60 ปี	3.00	0.297		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	21-30 ปี	3.51	0.662	1.235	0.298
	31-40 ปี	3.37	0.884		
	41-50 ปี	3.69	0.517		
	51-60 ปี	3.12	0.299		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อายุ(ปี)	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5.ด้านพนักงาน	21-30 ปี	3.22	0.667	0.799	0.496
	31-40 ปี	3.11	0.614		
	41-50 ปี	3.43	0.562		
	51-60 ปี	3.11	0.251		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	21-30 ปี	3.52	0.665	1.332	0.265
	31-40 ปี	3.56	0.626		
	41-50 ปี	3.65	0.674		
	51-60 ปี	3.03	0.124		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	21-30 ปี	3.40	0.706	0.310	0.819
	31-40 ปี	3.48	0.645		
	41-50 ปี	3.23	0.586		
	51-60 ปี	3.42	0.184		

จากตาราง 4.24 ผลการวิจัยพบว่า อายุ ของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเพียงความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ เท่านั้น ที่อายุของสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสมาชิกที่มีอายุ 41-50 ปี ($\bar{X} = 4.02$) จะคำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สูงกว่าสมาชิกที่มีอายุในกลุ่มอื่น สำหรับปัจจัยด้านอื่นๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

4.2.3 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชรนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา แสดงไว้ในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความคิดเห็น	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า	3.70	0.446	0.337	0.715
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.61	0.570		
	สูงกว่า	3.70	0.528		
2.ด้านราคา	ต่ำกว่า	3.62	0.602	0.135	0.874
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.52	0.711		
	สูงกว่า	3.52	0.847		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ต่ำกว่า	3.38	0.518	0.062	0.940
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.32	0.600		
	สูงกว่า	3.32	0.469		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า	3.49	0.424	0.002	0.998
	ปริญญาตรี				
	ปริญญาตรี	3.48	0.749		
	สูงกว่า	3.47	0.437		
	ปริญญาตรี				

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5.ด้านพนักงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.19	0.633	0.043	0.958
	ปริญญาตรี	3.20	0.663		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.25	0.445		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.62	0.668	0.234	0.791
	ปริญญาตรี	3.52	0.664		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.47	0.510		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.58	0.673	0.448	0.639
	ปริญญาตรี	3.40	0.698		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.43	0.408		

จากตาราง 4.25 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

4.2.4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ แสดงไว้ในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ

ความคิดเห็น	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	โสด	3.65	0.546	0.902	0.343
	สมรส	3.56	0.586		
	อื่นๆ	-	-		
2.ด้านราคา	โสด	3.55	0.672	0.678	0.411
	สมรส	3.46	0.812		
	อื่นๆ	-	-		
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	โสด	3.35	0.626	0.629	0.429
	สมรส	3.27	0.458		
	อื่นๆ	-	-		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	โสด	3.49	0.736	0.123	0.726
	สมรส	3.45	0.636		
	อื่นๆ	-	-		
5.ด้านพนักงาน	โสด	3.23	0.654	0.725	0.396
	สมรส	3.14	0.614		
	อื่นๆ	-	-		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	โสด	3.56	0.624	1.373	0.243
	สมรส	3.44	0.710		
	อื่นๆ	-	-		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	โสด	3.46	0.645	1.793	0.182
	สมรส	3.32	0.744		
	อื่นๆ	-	-		

จากตาราง 4.26 ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

4.2.5 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ แสดงไว้ในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชษณาการพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ข้าราชการ	3.62	0.525	0.251	0.909
	พนักงาน	3.70	0.510		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.61	0.574		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.45	0.129		
	กิจการ				
	อื่นๆ	3.91	-		
2.ด้านราคา	ข้าราชการ	3.53	0.742	0.207	0.934
	พนักงาน	3.60	0.737		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.51	0.717		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.85	0.071		
	กิจการ				
	อื่นๆ	3.30	-		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ข้าราชการ	3.20	0.327	0.287	0.886
	พนักงาน	3.33	0.532		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.34	0.615		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.10	0.283		
	กิจการ อื่นๆ	3.5	-		
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ข้าราชการ	3.22	0.524	0.656	0.623
	พนักงาน	3.55	0.574		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.49	0.745		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.40	0.283		
	กิจการ อื่นๆ	3.10	-		
5.ด้านพนักงาน	ข้าราชการ	3.02	0.372	0.543	0.704
	พนักงาน	3.27	0.653		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.21	0.665		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	2.83	0.236		
	กิจการ อื่นๆ	3.33	-		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็น	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ข้าราชการ	3.44	0.478	0.472	0.756
	พนักงาน	3.58	0.642		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.53	0.671		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.00	0.000		
	กิจการ อื่นๆ	3.27	-		
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ข้าราชการ	3.23	0.417	0.906	0.461
	พนักงาน	3.60	0.549		
	รัฐวิสาหกิจ				
	พนักงาน	3.41	0.715		
	ธุรกิจเอกชน				
	เจ้าของ	3.06	0.088		
	กิจการ อื่นๆ	3.5	-		

จากตาราง 4.27 ผลการวิจัยพบว่า อาชีพของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

4.2.6 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน แสดงไว้ในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามตำแหน่งงาน

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ผู้บริหาร	3.43	0.505	0.384	0.859
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.75	0.469		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.76	0.533		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.61	0.366		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.61	0.590		
	ระดับ				
2.ด้านราคา	ปฏิบัติกร			0.889	0.489
	ผู้บริหาร	3.25	0.681		
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.39	0.717		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	4.03	0.321		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.74	0.405		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.52	0.742		
ระดับ					
ปฏิบัติกร					

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	ผู้บริหาร	2.95	0.332	0.710	0.616
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.36	0.372		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.50	0.721		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.16	0.385		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.35	0.626		
	ระดับ				
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	ปฏิบัติการ			0.792	0.556
	ผู้บริหาร	2.93	0.222		
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.38	0.465		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.77	0.666		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.48	0.537		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.50	0.757		
ระดับ					
ปฏิบัติการ					

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5.ด้านพนักงาน	ผู้บริหาร	3.08	0.397	0.190	0.966
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.21	0.480		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.28	0.788		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.25	0.417		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.20	0.689		
	ระดับ				
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	ปฏิบัติการ			0.723	0.607
	ผู้บริหาร	3.16	0.087		
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.36	0.506		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.45	0.787		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.45	0.578		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.56	0.683		
ระดับ					
ปฏิบัติการ					

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ตำแหน่งงาน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ผู้บริหาร	3.25	0.228	0.536	0.749
	ระดับสูง				
	ผู้บริหาร	3.23	0.469		
	ระดับกลาง				
	เจ้าของ	3.50	0.760		
	กิจการ				
	ผู้บริหาร	3.35	0.401		
	ระดับล่าง				
	พนักงาน	3.45	0.729		
	ระดับ				
	ปฏิบัติการ				

จากตาราง 4.28 ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งงานของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

4.2.7 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้ แสดงไว้ในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.			
1.ด้านผลิตภัณฑ์	15,000- 25,000 บาท	3.61	0.574	0.687	0.634			
	25,001- 35,000 บาท	3.62	0.503					
	35,001- 45,000 บาท	3.73	0.459					
	45,001- 55,000 บาท	3.73	1.286					
	55,001 บาท ขึ้นไป	3.49	0.420					
	2.ด้านราคา	15,000- 25,000 บาท	3.54			0.695	0.461	0.805
		25,001- 35,000 บาท	3.43			0.779		
		35,001- 45,000 บาท	3.62			0.851		
45,001- 55,000 บาท		4.10	0.707					
55,001 บาท ขึ้นไป		3.50	0.671					

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.			
3.ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	15,000- 25,000 บาท	3.33	0.586	1.078	0.374			
	25,001- 35,000 บาท	3.26	0.601					
	35,001- 45,000 บาท	3.52	0.533					
	45,001- 55,000 บาท	3.55	0.778					
	55,001 บาท	3.10	0.187					
	ขึ้นไป							
	4.ด้านส่งเสริมการตลาด	15,000- 25,000 บาท	3.48			0.744	0.426	0.830
		25,001- 35,000 บาท	3.46			0.647		
35,001- 45,000 บาท		3.72	0.554					
45,001- 55,000 บาท		3.55	0.778					
55,001 บาท		3.16	0.297					
ขึ้นไป								

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5.ด้านพนักงาน	15,000-	3.19	0.693	0.931	0.462
	25,000 บาท				
	25,001-	3.20	0.441		
	35,000 บาท				
	35,001-	3.39	0.646		
	45,000 บาท				
	45,001-	3.58	0.589		
	55,000 บาท				
	55,001 บาท	2.93	0.34		
	ขึ้นไป		6		
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	15,000-	3.53	0.69	1.228	0.297
	25,000 บาท		0		
	25,001-	3.46	0.48		
	35,000 บาท		1		
	35,001-	3.80	0.69		
	45,000 บาท		9		
	45,001-	3.45	0.90		
	55,000 บาท		0		
	55,001 บาท	3.11	0.11		
	ขึ้นไป		9		

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ความคิดเห็น	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
7.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	15,000-	3.41	0.73	0.882	0.494
	25,000 บาท		8		
	25,001-	3.40	0.47		
	35,000 บาท		2		
	35,001-	3.65	0.50		
	45,000 บาท		3		
	45,001-	3.69	0.61		
	55,000 บาท		9		
	55,001 บาท	3.13	0.15		
	ขึ้นไป		3		

จากตาราง 4.29 ผลการวิจัยพบว่ารายได้ของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์ที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีโชรนาการพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์
3. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์

1. วิธีการดำเนินการวิจัย

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต 2 กลุ่มคือ สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร วิธีการเลือกตัวอย่างเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องศึกษาจำนวนรวม 400 ราย โดยจำแนกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ 200 ราย และสมาชิกบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์ 200 ราย

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) 1 ชุด ในแบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค จะเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการถือบัตรและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชธธนาคารพาณิชย์ จะเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด ประเภทของบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิต วงเงินที่

ได้รับอนุมัติ จำนวนบัตรเครดิตที่สมาชิกถือ พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และบัตรที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จะเป็นลักษณะคำถามเป็นมาตรประเมินค่า จำแนกระดับความคิดเห็นแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็นข้อคำถาม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถาบันผู้ออกบัตร (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 66 ข้อ และส่วนที่ 4 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ จะเป็นลักษณะคำถามเป็นมาตรประเมินค่า จำแนกปัญหาออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการปฏิบัติเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น และได้ผ่านการพิจารณาจากคณะที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว และได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ เป็นผู้ที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และ กลุ่มผู้ที่ถือบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ มีผู้ทำงานภาคสนามจำนวน 10 คน สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 2 เดือน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้กระจายแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for the Social Science for Window) โดยดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอนต่อไปนี้

1.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเป็นสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิต ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ แจกแจงความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือน

1.4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีโชรธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน คือ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถาบันผู้ออกบัตร (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน

(People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) แล้วนำคำตอบที่ได้มาคำนวณค่าระดับของผลกระทบที่มีต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิก

1.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ โดยใช้สถิติค่ามัธยิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.4.4 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ (t-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่ม และการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ F (F-test) เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่าสองกลุ่ม

2. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง

2.1.1. บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่ใช้บัตรเครดิตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนมากที่สุด ด้านอาชีพ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน ส่วนตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท

2.1.2. บัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่ใช้บัตรเครดิตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพเป็นโสด จำนวนมากที่สุด ด้านอาชีพ เป็นพนักงานธุรกิจเอกชน ส่วนตำแหน่งงานเป็นพนักงานระดับปฏิบัติงาน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท

2.2 เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

2.2.1 บัณฑิตเรคคิตของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกในระดับมาก โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.76 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกให้ความสำคัญกับบัตรที่ใช้วัสดุแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.14 ด้านราคา สมาชิกให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.94 ด้านสถาบันผู้ออกบัตร สมาชิกให้ความสำคัญกับภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.22 ด้านการส่งเสริมการตลาด สมาชิกให้ความสำคัญกับการได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.32 ด้านพนักงาน สมาชิกให้ความสำคัญในส่วนการให้คำแนะนำและข้อมูล เกี่ยวกับบัตรเรคคิตได้ชัดเจนถูกต้องของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.21 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สมาชิกให้ความสำคัญกับการจัดระบบการเข้ารับบริการอย่างเป็นระบบ เพื่อความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.19 ด้านกระบวนการให้บริการ สมาชิกให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.38

2.2.2 บัณฑิตเรคคิตที่มีธนาคารพาณิชย์ พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.62 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกให้ความสำคัญกับบัตรที่ใช้วัสดุแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.00 ด้านราคา สมาชิกให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.78 ด้านสถาบันผู้ออกบัตร สมาชิกให้ความสำคัญกับสถาบันการเงินมีประสิทธิภาพสูง ด้วยประสบการณ์ที่ยาวนาน มีค่าเฉลี่ยสูง คือ 3.96 และความสะดวกในการชำระค่าสาธารณูปโภคหรือค่าใช้จ่ายประจำเดือน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 เท่ากัน ด้านการส่งเสริมการตลาด สมาชิกให้ความสำคัญกับการได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ตลอดชีพ มีค่าเฉลี่ย คือ 4.05 และยังให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าหรือบริการแบบผ่อนชำระโดยปลอดดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ย คือ 4.05 ด้านพนักงาน สมาชิกให้ความสำคัญในส่วนการให้คำแนะนำและข้อมูล เกี่ยวกับบัตรเรคคิตได้ชัดเจนถูกต้องของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.01 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สมาชิกให้ความสำคัญกับศูนย์บริการสมัครบัณฑิตเรคคิตให้ความสะดวกสบายในการรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.99 ด้านกระบวนการให้บริการ สมาชิกให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.00

2.3 ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต

2.3.1 บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 คือปัญหาการเสนอขายประกันจากบริษัทประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าผู้ประกอบการคิดจากสมาชิก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.76

2.3.2 บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีสมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีปัญหาในการใช้บัตรในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 คือปัญหาการเสนอขายประกันจากบริษัทประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต รองลงมาคือค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าผู้ประกอบการคิดจากสมาชิก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.71

3. อภิปรายผล

จากการศึกษาการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นผลการวิจัยที่น่าสนใจ ดังนี้

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสมาชิก

ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ พบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยเริ่มทำงาน มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี อาจเนื่องจากปัจจุบันผู้ที่มีการศึกษาสูงนิยมถือและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกันมากขึ้น และเป็นกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานธุรกิจเอกชน อาจเนื่องมาจากมีกิจกรรมทางสังคมมากกว่าอาชีพอื่น ตำแหน่งงานส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติงาน อาจเนื่องมาจากนโยบายของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ที่เน้นลูกค้าเป้าหมาย คือผู้ที่เพิ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและเริ่มทำงาน จึงเป็นพนักงานหรือผู้บริหารในระดับต้น ในส่วนของรายได้สมาชิกบัตรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท เนื่องจากสถาบัน

ผู้ออกบัตรเครดิตจะเน้นผู้บริโภคที่มีเงินเดือนประจำ และอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการทำงาน ทำให้มีอัตราเงินเดือนไม่สูงมากนัก

3.1.2 บัตรเครดิตที่มีโชรณาการพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่าไม่แตกต่างจากสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ คือ มีจำนวนเพศหญิงที่ถือบัตรมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ผู้บริโภคมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานธุรกิจเอกชน และตำแหน่งงานเป็นพนักงานในระดับปฏิบัติงาน ซึ่งสมาชิกบัตรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชรณาการพาณิชย์ ทั้ง 7 ปัจจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถาบันผู้ออกบัตร (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกมาก เมื่อพิจารณาตามสถาบันผู้ออกบัตร ได้เป็นดังนี้

3.2.1 **บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์** ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของสถาบันผู้ออกบัตรมากที่สุด โดยจะคำนึงถึงการเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับมาก และในแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรก็ให้ความสำคัญกับความลับของลูกค้าเช่นเดียวกัน เพราะถือว่าข้อมูลของลูกค้าถือเป็นความลับสูงสุด ห้ามเปิดเผยต่อบุคคลที่สาม หรือนักคนที่ผู้บริโภคไม่ได้มอบอำนาจให้ รongลงมาเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยผู้บริโภคจะเลือกสถาบันที่ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี ตลอดจนชีพ เป็นอันดับแรกก่อนตัดสินใจเลือกสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ซึ่งถือว่าเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจ และรongลงมาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถาบันผู้ออกบัตร และด้านพนักงาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษณา กิตติบุญญา (2546 : 81) พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริการของสถาบันผู้ออกบัตรเป็นอันดับแรก ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยรongลงมาจะแตกต่างกันกับของผู้วิจัย คือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต และอื่นๆ ตามลำดับ

3.2.2 **บัตรเครดิตที่มีโชรณาการพาณิชย์** ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด โดยให้ความสำคัญไปที่สถาบันที่ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรงในการทำบัตรเครดิต เพราะ ผู้บริโภคถือบัตร 1 ใบจะใช้ได้นานจนกว่าบัตรจะหมดอายุการใช้ จึงต้องมีความแข็งแรงทนทานต่อทุกสถานะ รongลงมาผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา โดยผู้บริโภคจะ

เลือกสถาบันที่ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้ามาใช้ให้การพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต และรองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถาบันผู้ออกบัตร ปัจจัยด้านพนักงาน ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างกับ งานวิจัยของคุณวรัชชา กิตติบุญญา (2546 : 79) พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต และปัจจัยด้านอื่นๆ ตามลำดับ

3.3 ความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล กับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิจัย พบว่าความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต มีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล กับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นในการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็พบว่ามีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

3.3.2 บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ จากการทดสอบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล กับความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ตำแหน่ง และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นในการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุเป็นเพียงด้านเดียวที่มีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต แตกต่างกัน

อายุของสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอายุของสมาชิกที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสมาชิกที่มีอายุ 41-50 ปี ($\bar{X} = 4.02$) จะคำนึงถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สูงกว่าสมาชิกที่มีอายุในกลุ่มอื่น

4. ข้อเสนอแนะ

4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิต มีดังนี้

สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์ ต่างประสบปัญหาเดียวกันในระดับมาก คือ ปัญหาจากการเสนอขายประกันจากบริษัทประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ทำให้สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตเกิดความรู้สึกรำคาญ หรือบางครั้งเป็นการรบกวนเวลาการทำงานของสมาชิก ซึ่งเมื่อมีการปฏิเสธการซื้อแล้ว บางครั้งก็มีการโทรมาขายอีกทั้งๆ ที่เคยขายผ่านบัตรเครดิตสถาบันนี้มาแล้ว รวมถึงมารยาทของตัวแทนขายประกันก็ทำน้ำเสียงที่ไม่สุภาพเมื่อได้รับการปฏิเสธจากสมาชิกผู้ถือบัตร ดังนั้นหากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต้องการเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตให้สูงขึ้น ต้องมีการเจรจากับทางบริษัทประกันชีวิตให้ลดปริมาณการโทรขายประกันผ่านบัตรเครดิตลง หรือยกเลิกการซื้อประกันผ่านบัตรเครดิตไปเลย เพื่อจะได้รักษาลูกค้าบัตรเครดิตไว้ และให้ลูกค้าได้เก็บเงินไว้ใช้จ่ายอย่างเต็มจำนวน

4.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาดบัตรเครดิตมีดังนี้

4.2.1 **บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์** พบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีความต้องการต่อการส่งเสริมการขายบัตรเครดิตในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ข้อเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปน้อยคือ การได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปี ตลอดชีพ การที่สามารถซื้อสินค้าหรือบริการแบบผ่อนชำระ โดยปลอดดอกเบี้ย นอกนั้นมีความต้องการในระดับมากทุกข้อ คือ สามารถยืดเวลาในการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการ โดยปลอดดอกเบี้ย การได้ส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ สามารถสะสมคะแนนแลกของขวัญเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต สามารถได้รับแจกของขวัญของสมนาคุณ จากการสมัครเป็นสมาชิก สามารถได้รับของขวัญในวาระพิเศษ เช่น วันเกิด วันเทศกาลต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตสามารถรองรับความต้องการดังกล่าวได้ อาจจะจูงใจให้ผู้ถือบัตรเครดิตใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปริมาณมากขึ้น

4.2.2 **บัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์** พบว่า สมาชิกผู้ใช้บัตรเครดิตมีความต้องการต่อการส่งเสริมการขายบัตรเครดิตในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปน้อยคือ ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ตลอดชีพ สามารถซื้อสินค้าหรือบริการ

แบบผ่อนชำระ โดยปลอดดอกเบี้ย สามารถยืดเวลาในการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการ โดยปลอดดอกเบี้ย การได้ส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ สามารถสะสมคะแนนแลกของขวัญเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต สามารถได้รับแจกของขวัญของสมนาคุณ จากการสมัครเป็นสมาชิก การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก สามารถได้รับของขวัญในวาระพิเศษ เช่น วันเกิด วันเทศกาลต่างๆ หากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตสามารถรองรับความต้องการดังกล่าวได้ อาจจะมีใจให้ผู้ถือบัตรเครดิตใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปริมาณมากขึ้น

นอกเหนือจากสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษต่างๆ ที่สมาชิกผู้ถือบัตรจะได้รับตามเกณฑ์ต่างๆ ที่ธนาคารพาณิชย์และที่มีโชคราชการพาณิชย์เป็นผู้กำหนดไว้ นั้น ในการแข่งขันของธุรกิจปัจจุบันมุ่งเน้นให้ธนาคารพาณิชย์เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์ในการประกอบธุรกิจที่เป็นอิสระมากที่สุดเพื่อขยายฐานผู้ถือบัตรและกระตุ้นยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต รวมถึงการพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัครบัตรเครดิตยังมีเงื่อนไขที่แตกต่างๆ กันไปในขณะเดียวกันสมาชิกควรจะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางพิจารณาก่อนตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

การสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต โดยมีเงื่อนไขตามที่สถาบันผู้ออกบัตรกำหนดแล้ว ยังเป็นเกณฑ์ช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันที่ออกบัตรเครดิตด้วย ซึ่งเกณฑ์ที่จะช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้ารวมถึงรายปีและตลอดชีพนั้นจะเป็นแรงจูงใจช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ส่วนรายได้ในอนาคตจากวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจะทำให้สมาชิกเกิดความมั่นใจได้ ด้านวินัยในการชำระเงิน สมาชิกเลือกวิธีการชำระเงินเพื่อให้เหมาะสมกับกำลังความสามารถทางการเงินของตนเองได้ ในขณะเดียวกันนี้สมาชิกอาจใช้เงื่อนไขอื่นมาเป็นที่พิจารณาเพิ่มเติมได้ก่อนจะตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก เช่น วันที่ที่กำหนดในการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยและค่าปรับในกรณีผิดนัดชำระเงินระยะเวลาที่ผู้ประกอบการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตรเสริม ค่าธรรมเนียมในการชำระหนี้ผ่านสถานบริการต่างๆ ที่กำหนดไว้ จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ของบัตรเครดิต ความพึงพอใจต่อการบริการต่างๆ ของผู้ประกอบการ และปัจจัยอื่นๆ

4.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

4.3.1 การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชคราชการพาณิชย์เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงควรทำการศึกษาให้ครอบคลุมไป

ตามจังหวัดสำคัญต่างๆ เพื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนทุกระดับในสังคม ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

4.3.2 การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีโชชนาการพาณิชย์ ซึ่งเป็นภาพรวมของ 2 สถาบันการเงิน แต่เพื่อให้ภาครัฐ สถาบัน ผู้ออกบัตรเครดิต และวงการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต ได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ (2548) “การจูงใจและการติดต่อสื่อสารในองค์การ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์* หน้าที่ 5 หน้า 109-125 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- คณะรัฐมนตรี ชุดนายชวนหลีกภัย (2543) *รายงานการประชุมทางวิชาการเรื่อง ร่างพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตพ.ศ.* จัดโดยคณะรัฐมนตรี วันที่ 11 กรกฎาคม 2543 ทำเนียบรัฐบาล
- จารุกี ชินะพงศ์ไพศาล (2545) “ความพึงพอใจของผู้เอาประกันที่มีต่อบริษัทประกันภัย : ศึกษาเฉพาะกรณีการประกันภัยรถยนต์ส่วนบุคคลภาคสมัครใจในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ทำนอง ศาสรี (2543) “บทเรียนจากการปรับปรุงโครงสร้างหนี้นอกศาลของไทย” *บทความการปรับปรุงโครงสร้างหนี้* (พฤษภาคม) :1-12
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2545) “แนวโน้มจำนวนบัตรเครดิตและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต” ประกาศใช้ 12 พฤศจิกายน 2545
- ธวัชชัย ทิพย์สุน (2548) “ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
- ธีระนนท์ อนันตวุฒิกานนท์ (2542) “ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มการใช้บัตรเครดิต” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- “ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยเรื่องการกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2547” (25 มีนาคม 2547) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 121 ตอนพิเศษ 35 ง หน้า 22-32
- “ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยเรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตสำหรับผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต พ.ศ. 2545” (12 พฤศจิกายน 2545) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 119 ตอนพิเศษ 110 ง หน้า 11-21

- “ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยเรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบ
ธุรกิจบัตรเครดิตสำหรับผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต พ.ศ. 2547” (25 มีนาคม 2547)
ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 121 ตอนพิเศษ 35 ง หน้า 32-55
- ประธานกรรมการผลิตและบริหารชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด (2550)
“ความสำคัญ แนวคิดการตลาด และการเสนอคุณค่า” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการ
วิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 2 หน้า 57-61 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ปรภากร กองแก้ว (2546) “การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของผู้ผลิตสุกษภัณฑ์รายใหญ่ กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร”
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช
- ปิยะฉัตร รัตนวิบูลย์ (2542) “การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิต กรณีศึกษา
เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ” วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
- พกา มาศ ลานโคกสูง และคนอื่นๆ (2548) “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัตร
เครดิตระหว่างบริษัทเอกชนกับธนาคารพาณิชย์ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา” *วารสารวิจัยและฝึกอบรม* 3, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2548):
103-106
- พจนมาลย์ พึ่งน้อย (2539) “ความต้องการใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- พ.ต.ต.สุรเชษฐ์ ชีวินิจ (2541) *โคงสะบัด โคงสะบัด* กรุงเทพมหานคร ไร่ที่เอเลเฟ้นท์
ตราเวล เอเยนซี
- พ.ต.อ.สุรเชษฐ์ ชีวินิจ (2548, 8 มิถุนายน) “ส่วนวิชากฎหมาย โรงเรียนนายร้อยตำรวจ” *มติชน*:
รายวัน : หน้า 20-25
- “พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545” (13 พฤศจิกายน 2545) ราชกิจจา
นุเบกษา เล่ม 119 ตอนที่ 114 ก หน้า 1-19
- มีนา พรยศศรี (2548) “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคาร
พาณิชย์และบริษัทเอกชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา

- รังสิน สืบแสง (2539) “โฉมใหม่ขวัญนครวิเศษ” *สารขวัญนคร* (มกราคม) : 4
- วรัชชา กิตติบุญญา (2546) “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกและต่ออายุสมาชิกระหว่างบัตรเครดิตซีดีแบงก์วิเศษและบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- วุฒิชัย เชื้อวงศ์พรหม (2543) “การใช้บัตรเครดิตในสังคมไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สาธิตา ถิมโอภาสมณี (2541) “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงแรงงาน หน้า 69-70
- สุนทรี่ สนทราพรพล (2539) *การบริหารเครดิต* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2540) “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของอาจารย์สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลภายในศูนย์กลางราชมงคล” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- สุพรรณษา ตั้งใหม่ (2546) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตที่ไม่ใช่บัตรของธนาคารของผู้ใช้บัตรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สุภัทรา ชาตวิวัฒน์ (2547) “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์” สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
- สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง (2552) “จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานคร และจังหวัดต่าง ๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551” ประกาศ ณ วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2552
- อภิรดี นิตุธร (2539) “อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร” ใน *การสื่อสารการตลาด* หน้า 27
- อุไรวรรณ ล้อมวงศ์พานิช (2546) “การศึกษากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาถาดนเกวียนจังหวัดนครราชสีมา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เอกรินทร์ เลาจริยกุล (2550) “เศรษฐกิจไทยหลังการเลือกตั้ง : ข้อเสนอแนะในมุมมองทางวิชาการ” *สารวิจัยธุรกิจ* 11,46 (ธันวาคม): 1-9

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

1.3 () บัตรแพททินัม

3. จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 3 ครั้ง 2. () 3-6 ครั้ง
3. () 7-9 ครั้ง 4. () 10 ครั้งขึ้นไป

4. เหตุผลใดที่สำคัญที่สุดที่ท่านตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตดังกล่าว

1. () ผู้ออกบัตรเชิญชวนให้เป็นสมาชิกฟรี ยกเว้นค่าธรรมเนียม
2. () ที่ทำงานอนุมัติให้พนักงานใช้บัตรเครดิตดังกล่าว
3. () ท่านมีบัญชีเงินฝากจึงได้เป็นสมาชิกฟรีและยกเว้นค่าธรรมเนียม
4. () การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ ให้สมัครบัตรเครดิตฟรี มีของขวัญให้
5. () ท่านมีความเชื่อถือในสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตโดยเฉพาะ
6. () อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ท่านได้รับอนุมัติวงเงินบัตรเครดิตเท่าไร

1. () ไม่จำกัดวงเงิน 2. () 1 เท่าของเงินเดือน
3. () 2 เท่าของเงินเดือน 4. () มากกว่า 2 เท่าของเงินเดือน

6. ปัจจุบันท่านมีบัตรเครดิตทั้งหมดกี่ใบ

1. () 1-2 ใบ 2. () 3-5 ใบ
3. () 6-10 ใบ 4. () 10 ใบขึ้นไป

7. ท่านใช้จ่ายบัตรเครดิตในเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ค่ายานพาหนะ
2. () อาหารและเครื่องดื่ม
3. () ค่าสาธารณูปโภค
4. () เดินทางในประเทศ
5. () เดินทางต่างประเทศ
6. () เครื่องอุปโภคภายในบ้าน
7. () เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
8. () ค่ารักษาพยาบาล
9. () ค่าออกกำลังกาย
10. () ท่องเที่ยว
11. () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

8. ท่านชำระค่าบัตรเครดิตด้วยวิธีใดมากที่สุด

1. () ชำระหักบัญชีเงินฝากธนาคาร
2. () ชำระเคาต์เตอร์เซอร์วิส
3. () ชำระด้วยเงินสด หรือเช็ค ณ สถาบันผู้ออกบัตรโดยตรง
4. () ชำระด้วยเงินสด ที่ทำการไปรษณีย์
5. () ชำระโดยการ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์ระบบอัตโนมัติ
6. () ชำระหักบัญชีทางอินเตอร์เน็ต
7. () ชำระด้วยเงินสด หรือเช็คผ่านธนาคารทุกสาขาทั่วประเทศ
7. () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยต่างๆต่อไปนี้ที่มีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดต่อการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีใช้ธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยทางการตลาด					
◆ ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีรูปแบบของบัตรเครดิตให้เลือกหลากหลายตามความเหมาะสมกับสมาชิก					
2. มีรูปลักษณะของบัตรสวยงาม					
3. ระบุวันออกบัตรและวันหมดอายุชัดเจน					
4. มีสีสันเด่น สดใส					
5. มีตัวอักษรบนบัตรอ่านง่าย					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6. มีลายเซ็นต้นบัตรชัดเจน					
7. มีรูปสมาชิกติดบนบัตร					
8. บัตรใช้วัสดุแข็งแรง แถบแม่เหล็กมีคุณภาพ					
9. สามารถแสดงความทันสมัยของผู้ถือบัตรได้					
10. สามารถแสดงความมีฐานะของผู้ถือบัตรได้					
11. สามารถทำให้เกิดการยอมรับในสังคมได้					
◆ ด้านราคา					
1. อัตราดอกเบี้ย 20% ต่อปี					
2. ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสด 3%					
3. ค่าใช้จ่ายจากการติดตามทวงถามชำระหนี้					
4. การขอใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต					
5. ค่าธรรมเนียมในการขอสำเนาใบบันทึกการขาย (Sales Slip) เพื่อตรวจสอบยอด					
6. ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปี					
7. ค่าออกบัตรใหม่ ทดแทนบัตรชำรุด ขอรหัสใหม่/เปลี่ยนแปลงข้อมูลบัตร					
8. ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน					
9. อัตราการผ่อนชำระคืนขั้นต่ำ 10%					
10. ค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน					
◆ ด้านสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต					
1. จำนวนศูนย์บริการรับสมัครบัตรเครดิตในห้างสรรพสินค้า และธนาคาร					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. จำนวนศูนย์บริการรับสมัครบัตรเครดิตตามชุมชน					
3. การรับสมัครบัตรเครดิตทางโทรศัพท์					
4. สมัครบัตรผ่านตัวแทนขายบัตรเครดิต					
5. เป็นสถาบันการเงินที่ใหญ่และมีความมั่นคง					
6. มีภาพพจน์และชื่อเสียงที่ดีเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย					
7. สถาบันการเงินมีประสิทธิภาพสูงด้วยประสบการณ์ที่ยาวนาน					
8. สะดวกในการชำระค่าสาธารณูปโภคหรือค่าใช้จ่ายประจำเดือน					
9. ร้านค้าแสดงสัญลักษณ์บัตรเครดิตเห็นได้อย่างชัดเจน					
10. อื่นๆ.....					
◆ ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ					
2. ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก					
3. ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ตลอดชีพ					
4. สามารถได้รับแจกของขวัญของสมนาคุณ จากการสมัครเป็นสมาชิก					
5. สามารถสะสมคะแนนแลกของขวัญเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต					
6. สามารถได้รับของขวัญในวาระพิเศษเช่น วันเกิด วันเทศกาลต่าง ๆ					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. การได้ส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ					
8. สามารถซื้อสินค้าหรือบริการแบบผ่อนชำระ โดยปลอดดอกเบี้ย					
9. สามารถยืดเวลาในการเรียกเก็บค่าสินค้าและบริการ โดยปลอดดอกเบี้ย					
10. อื่นๆ.....					
◆ ด้านพนักงาน					
1. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ พูดยาสุภาพ					
2. พนักงานให้คำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิตได้ชัดเจนถูกต้อง					
3. พนักงานให้บริการสมัครบัตรเครดิตทางโทรศัพท์					
4. พนักงานให้บริการรับใบสมัครบัตรเครดิตถึงตัวลูกค้า					
5. พนักงานช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้รวดเร็ว					
6. อื่นๆ.....					
◆ ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. ความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติบัตรเครดิตที่รวดเร็ว					
2. ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตให้ข้อมูลถูกต้องชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย					
3. สามารถสอบถามข้อมูลทางการเงินได้ตลอดเวลา					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. มีเทคโนโลยีทันสมัย ระบบ On Line เก็บข้อมูลสมาชิกได้ถูกต้อง แม่นยำ					
5. สมาชิกสามารถรับบัตรใหม่ได้ รวดเร็ว ในกรณีบัตรสูญหาย หรือ ถูกขโมย					
6. ข้อมูลข่าวสารต่อเนื่อง จากการ ส่งเสริมการตลาดและการขาย					
7. การเคารพสิทธิในการรักษาข้อมูล ส่วนบุคคลของสมาชิกเป็นความลับ					
8. ให้บริการถอนเงินสดผ่านบัญชีเงิน ฝากจากเครื่อง ATM ทุกแห่ง					
9. สามารถซื้อสินค้าทาง ไปรษณีย์					
10. การชำระค่าบัตรเครดิตมีหลาย ช่องทาง					
11. อื่นๆ.....					
◆ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ					
1. ศูนย์บริการสมัครบัตรเครดิตให้ ความสะดวก สบายให้การรอรับ บริการ					
2. ศูนย์บริการมีสัญลักษณ์ที่โดดเด่น จดจำง่าย					
3. มีการจัดระบบการเข้ารับบริการ อย่างเป็นระบบ เพื่อความรวดเร็ว					
4. ศูนย์บริการมีความสะอาด และ ปลอดภัย					
5. พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6. มีสื่อ อุปกรณ์ที่ทันสมัย					
7. เอกสารใบสมัครอ่านง่าย เข้าใจง่าย สะดวกต่อการกรอก					
8. อื่น ๆ					

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ และบัตรเครดิตที่มีธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. วงเงินสินเชื่อในบัตรเครดิตไม่พอ					
2. ค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าผู้ประกอบการ คิดจากสมาชิก					
3. ยังมีข้อผิดพลาดในการเรียกเก็บ ค่าใช้จ่าย					
4. อัตราดอกเบี้ย และค่าปรับในการผิด นัดชำระ					
5. การติดตามทวงถามหนี้ที่ละเมิดสิทธิ ส่วนบุคคล					
6. การเสนอขายประกันจากบริษัท ประกันชีวิตที่ได้ข้อมูลจากสถาบันผู้ ออกบัตรเครดิต					
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวสาวิตรี เดิมเพชร
วัน เดือน ปีเกิด	29 กันยายน 2523
สถานที่เกิด	อำเภอ คลองหลวง
ประวัติการศึกษา	ครุศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปี 2545
สถานที่ทำงาน	บริษัทสยามคูโบต้า จำกัด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่บริหารบัญชีลูกค้า