

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษานี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสถานที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าหรือดีสคาน์สโตร์ จำนวน 6 แห่ง คือห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล-สาขากาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน-สาขาแอร์พอร์ต ห้างเทสโก้ โลตัส-สาขาหางดง ห้างเทสโก้ โลตัส-สาขาคำเที่ยง ห้างคาร์ฟูร์-สาขาเชียงใหม่ และห้างบิ๊กซี-สาขาเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 370 ตัวอย่าง ผลการศึกษได้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1) โครงสร้างและลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร อุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารและประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบัตร ปัจจัยด้านราคา (พิจารณาอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม) ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านบริการ

3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

4.1 โครงสร้างและลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร อุปสงค์ของผู้ถือบัตรและประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาได้แบ่งการศึกษาออกเป็นด้านต่างๆ กล่าวคือ ลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร อุปสงค์ของผู้ถือบัตร และประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร

4.1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิก ได้ผลดังต่อไปนี้

เพศ จากการศึกษา พบว่า ผู้ถือบัตรมีลักษณะไม่แตกต่างกันมีเพศหญิงจำนวน 188 ราย และเพศชาย 182 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 และ 49 ตามลำดับ ดังแสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ชาย	182	49
หญิง	188	51
รวม	370	100

ที่มา : จากการสำรวจ

อายุ เมื่อจำแนก ผู้ถือบัตรตามช่วงอายุ โดยแบ่งออกเป็น 6 ช่วง คือ อายุ 20 - 25 ปี อายุ 26 - 30 ปี อายุ 31 - 35 ปี อายุ 36 - 40 ปี อายุ 41 - 50 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่า ผู้ถือบัตร อายุระหว่าง 26-30 ปี เป็นสัดส่วนที่มากที่สุดคือมีจำนวน 140 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.8 อายุ 20-25 ปี มีจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.1 จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่แล้ว ผู้ถือบัตรมีอายุระหว่าง 20-30 ปี โดยมีจำนวน 244 รายหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.9 ขณะที่ผู้ถือบัตรที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 1.6 เท่านั้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตรจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
20 - 25 ปี	104	28.1
26 - 30 ปี	140	37.8
31 - 35 ปี	62	16.8
36 - 40 ปี	34	9.2
41 - 50 ปี	24	6.5
50 ปีขึ้นไป	6	1.6
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

สถานภาพ เมื่อพิจารณาสถานภาพของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร พบว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ เป็นโสด จำนวน 205 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.4 สถานภาพสมรส จำนวน 155 ราย เป็นสัดส่วน ร้อยละ 41.9 สำหรับสถานภาพหย่าร้าง และหม้าย มีเพียง ร้อยละ 2.7 เท่านั้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตรจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	205	55.4
สมรส	155	41.9
หย่าร้าง	6	1.6
ม่าย	4	1.1
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

ระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาจากระดับการศึกษา ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 168 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.4 ระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา (ปวช./ปวส.) มีจำนวน 114 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.8 ระดับประถมศึกษา มีจำนวนเล็กน้อยเพียง 6 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.6 เท่านั้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตรจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ระดับประถมศึกษา	6	1.6
ระดับมัธยมศึกษา	65	17.6
ระดับอนุปริญญา (ปวช./ปวส.)	114	30.8
ระดับปริญญาตรี	168	45.4
สูงกว่าปริญญาตรี	17	4.6
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

อาชีพ ผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร จำนวน 272 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนหรือลูกจ้าง รองลงมาคือ อาชีพรับราชการและเจ้าของกิจการ จำนวน 37 และ 29 หรือร้อยละ 10 และ 7.8 ตามลำดับ ทั้งนี้มีเพียง 7 รายหรือร้อยละ 2.1 เท่านั้น ที่ประกอบอาชีพทางด้านรับจ้างเกษตรกรหรือตัวแทนขายตรง ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตรจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
นักธุรกิจ/เจ้าของ/ค้าขาย	29	7.8
พนักงานธุรกิจเอกชน/ลูกจ้าง	272	73.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	4.1
รับราชการ	37	10.0
ลูกจ้างชั่วคราว	9	2.4
รับจ้าง/กรรมกร	3	0.8
เกษตรกร	1	0.3
ตัวแทนขายตรง	4	1.1
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

รายได้ สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 8,001 - 12,000 บาท จำนวน 135 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.5 รองลงมา มีรายได้ตั้งแต่ 4,001 - 8,000 บาท คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 30 ซึ่งโดยรวมแล้ว ผู้ถือบัตรจะมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001 บาทถึง 12,000 บาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.5 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ถือบัตรจำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4,000	2	0.5
4,001 - 8,000	111	30.0
8,001 - 12,000	135	36.5
12,000 - 16,000	56	15.1
16,000 - 20,000	57	15.4
20,001 ขึ้นไป	9	2.4
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

**สมาชิกในครอบครัว** สำหรับสมาชิกในครอบครัวของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีสมาชิก 3 คน มีจำนวน 129 ราย คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 34.9 จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีสมาชิก 4 คน และ 5 คนขึ้นไป มีจำนวน 92 และ 84 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.9 และ 22.7 ตามลำดับ แต่ผู้ถือบัตรที่มีสมาชิกในครอบครัวเพียง 1 คน มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.8 ซึ่งจะเห็นว่า ขนาดครอบครัวของผู้ถือบัตรในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวขนาดกลาง ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสมาชิกในครอบครัว

สมาชิก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คน	14	3.8
2 คน	51	13.8
3 คน	129	34.9
4 คน	92	24.9
5 คนขึ้นไป	84	22.7
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

การถือครองบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ถือครองจำนวน 2 - 3 บัตรขึ้นไป จำนวน 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.1 ผู้ถือบัตรที่ถือครองบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร จำนวน 1 บัตรมีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.9 แสดงให้เห็นว่า การถือครองบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ส่วนใหญ่ ผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร จะถือครอง 2 บัตรขึ้นไป ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของการถือครองบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร

การถือครองบัตร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จำนวน 1 บัตร	118	31.9
จำนวน 2 บัตร	127	34.3
จำนวน 3 บัตรขึ้นไป	125	33.8
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.2 อุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร เป็นการรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับจำนวนบัตรที่ถือและวงเงินที่ได้รับในแต่ละบัตร เพื่อทราบวงเงินเครดิตรวมที่ได้รับจากบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ได้ผลดังต่อไปนี้

วงเงินเครดิตรวม จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 370 ราย พบว่า วงเงินเครดิตรวม 5,000 บาท ถึง 9,999 บาท มีผู้ถือบัตร จำนวน 18 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.9 วงเงินเครดิตรวม 10,000 ถึง 19,000 บาท เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คือมีผู้ถือบัตรจำนวน 88 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.7 ช่วง 20,000 ถึง 29,000 และ 30,000 ถึง 39,000 บาท เป็นสัดส่วน รองลงมาคือ มีผู้ถือบัตรจำนวน 64 และ 58 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.3 และ 15.7 ตามลำดับ วงเงินเครดิตรวมในช่วง 80,000 ถึง 99,000 บาท เป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ มีผู้ถือบัตรประมาณ 11 ถึง 12 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงวงเงินเครดิตรวมที่ได้รับจากบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร

วงเงิน (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5,000 – 9,999	18	4.9
10,000 – 19,000	88	23.7
20,000 - 29,000	64	17.3
30,000 – 39,000	58	15.7
40,000 – 49,000	34	9.2
50,000 – 59,000	22	6.0
60,000 – 69,000	19	5.1
70,000 – 79,000	20	5.4
80,000 – 89,000	12	3.2
90,000 –99,000	11	3.0
100,000 บาท ขึ้นไป	24	6.5
รวม	370	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ในการพิจารณาถึงระดับอุปสงค์ จะพิจารณาจากวงเงินเครดิตรวม ซึ่งผู้วิจัยทำการกำหนดระดับอุปสงค์ โดยจะจัดระดับของวงเงินเครดิตรวมเป็น 3 ระดับ ได้แก่

อุปสงค์ระดับน้อย คือ ผู้ที่ได้รับวงเงินเครดิตรวมในช่วง 5,000 ถึง 19,000 บาท

อุปสงค์ระดับกลาง คือ ผู้ที่ได้รับวงเงินเครดิตรวมในช่วง 20,000 ถึง 74,000 บาท

อุปสงค์ระดับมาก คือ ผู้ที่ได้รับวงเงินเครดิตรวมตั้งแต่ 75,000 บาทขึ้นไป

หลังจากที่มีการกำหนดระดับอุปสงค์และจัดระดับอุปสงค์ พบว่า ผู้ที่มีอุปสงค์ระดับกลาง มีสัดส่วนการถือบัตรมากที่สุด คือ มีผู้ถือบัตร จำนวน 210 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.8 รองลงมาได้แก่ ผู้มีอุปสงค์ระดับน้อย คือ มีผู้ถือบัตร จำนวน 106 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.6 และสำหรับผู้มีอุปสงค์ระดับมาก มีผู้ถือบัตร จำนวน 54 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.6 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงอุปสงค์ในแต่ละระดับ

ระดับอุปสงค์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อย ( 5,000 – 19,000)	106	28.6
ปานกลาง (20,000 – 74,000)	210	56.8
มาก (75,000 บาทขึ้นไป)	54	14.6
รวม	370	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.3 ประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร การศึกษาได้แบ่งประเภทของบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร เป็น 3 ประเภท ได้แก่

บัตรซื้อสินค้าเป็นเงินสด ประกอบด้วย บัตรเฟิร์สช้อยส์การ์ด บัตรเพาเวอร์บายการ์ด บัตรอออนควิกการ์ด บัตรอออนเอ็กซ์เพรสการ์ด และบัตรอีชีบายการ์ด

บัตรซื้อสินค้าและกดเงินสด ประกอบด้วย บัตรอออนการ์ด

บัตรเครดิตและซื้อสินค้าเป็นเงินสด ประกอบด้วย บัตรอออนมาสเตอร์การ์ด บัตรโลตัสการ์ด บัตรเซ็นทรัลการ์ด บัตรโฮมโปรการ์ด และบัตรบิ๊กซีการ์ด

จากตาราง 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 370 ราย ถือบัตรจำนวนทั้งสิ้น 824 บัตร ซึ่งในจำนวนนี้ มีผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ประเภทบัตรซื้อสินค้าเป็นเงินสดมากที่สุด คือ 477 บัตร ซึ่งแยกเป็นผู้ถือบัตรเฟิร์สช้อยส์ จำนวน 192 บัตร บัตรอออนเอ็กซ์เพรสการ์ด จำนวน 90 บัตร บัตรเพาเวอร์บายการ์ด จำนวน 81 บัตร บัตรอีชีบายการ์ด จำนวน 58 บัตร และบัตรอออนควิกการ์ด จำนวน 56 บัตร

รองลงมาคือ บัตรเครดิตและซื้อสินค้าเป็นเงินสด จำนวน 258 บัตร โดยเป็นบัตรอโณ-  
มาสเตอร์การ์ด จำนวน 86 บัตร บัตรโลตัสการ์ด จำนวน 61 บัตร บัตรเซ็นทรัลการ์ด จำนวน  
52 บัตร บัตรบิ๊กซีการ์ด จำนวน 47 บัตร และบัตรโฮมโปรการ์ด จำนวน 12 บัตร

และน้อยที่สุดคือ บัตรซื้อสินค้าเป็นเงินสดและกดเงินสด คือบัตรอโณการ์ด จำนวน 89  
บัตร ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร แต่ละประเภท

ประเภทบัตร	จำนวน (บัตร)
<b>บัตรซื้อสินค้าเป็นเงินสด</b>	<b>477</b>
- บัตรเฟิร์สช้อยส์	192
- บัตรเพาเวอร์บาย	81
- บัตรอโณควิการ์ด	56
- บัตรอโณเอ็กซ์เพรส	90
- บัตรอีซี่บาย	58
<b>บัตรซื้อสินค้าและกดเงินสด</b>	<b>89</b>
- บัตรอโณการ์ด	89
<b>บัตรเครดิตและซื้อสินค้าเป็นเงินสด</b>	<b>258</b>
- บัตรอโณมาสเตอร์	86
- บัตรโลตัสการ์ด	61
- บัตรเซ็นทรัลการ์ด	52
- บัตรโฮมโปรการ์ด	12
- บัตรบิ๊กซีการ์ด	47

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

#### 4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ในเขต

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาปัจจัยได้แบ่งการศึกษา ออกเป็น 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านบัตร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัย  
ด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านบริการ ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียด  
ดังต่อไปนี้



1) ปัจจัยด้านบัตร ประกอบด้วย การพิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก การพิจารณาคุณสมบัติหรือสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร และการพิจารณาถึงความแพร่หลายการยอมรับของร้านค้า

2) ปัจจัยด้านราคา ประกอบด้วย การพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เบี้ยปรับ และการพิจารณาจากส่วนลดที่จะได้รับจากบัตร

3) ปัจจัยด้านสถานที่ ประกอบด้วย การพิจารณาจากความสะดวก เมื่อต้องไปติดต่อสถานที่ที่ติดต่อ และการพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกสบายปลอดภัย

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการได้รับข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์โดยบุคคล

5) ปัจจัยด้านบริการ ประกอบด้วย การพิจารณาด้านการสมัคร การพิจารณาด้านการต้อนรับ และการพิจารณาด้านอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยดังกล่าว ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในแต่ละระดับ การนำเสนอผลการศึกษาจะนำเสนอในรูปแบบของตารางค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักแบ่งออกเป็นช่วงๆ ดังนี้คือระดับมากที่สุด หมายถึง ระดับอิทธิพลมีค่าเท่ากับ 4.51 ถึง 5.00 ระดับมาก หมายถึง ระดับอิทธิพลมีค่าเท่ากับ 3.51 ถึง 4.50 ระดับปานกลาง หมายถึง ระดับอิทธิพลมีค่าเท่ากับ 2.51 ถึง 3.50 ระดับน้อย หมายถึง ระดับอิทธิพลมีค่าเท่ากับ 1.51 ถึง 2.50 และระดับน้อยที่สุด หมายถึง ระดับอิทธิพล มีค่าเท่ากับ 1.0 ถึง 1.50

การศึกษาปัจจัยที่กล่าวข้างต้น ทำการพิจารณาลักษณะต่างๆ ของปัจจัย โดยใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เพื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในแต่ละระดับ ผลการศึกษามีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่ออุปสงค์ระดับน้อย มี 4 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.94 ซึ่งปัจจัยด้านบริการ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการสมัครว่ามีอิทธิพลในการเลือกถือบัตรมากกว่าปัจจัยด้านการต้อนรับและด้านอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.75 ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ณ จุดให้บริการมากกว่าด้านความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบัตร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.71 ซึ่งปัจจัยด้านบัตร ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านเงื่อนไขการเป็นสมาชิกมากกว่า ด้านความแพร่หลายของบัตรและสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.59 ซึ่งปัจจัยด้านราคา ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม ด้านส่วนลด และด้านเบี้ยปรับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.48 ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกมากกว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์โดยบุคคล

การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับน้อย โดยรวมแล้ว พบว่า การพิจารณาปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ การพิจารณาด้านการสมัคร การพิจารณาด้านการต้อนรับ การพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย การพิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก และการพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกสบายปลอดภัย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับน้อย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับน้อย	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	อันดับ	ระดับอิทธิพล
<b>ปัจจัยด้านบัตร</b>			
- พิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก	3.81		
- พิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับบัตร	3.66		
- พิจารณาถึงความแพร่หลาย การยอมรับ	3.68		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบัตร</b>	<b>3.71</b>	<b>3</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม</b>			
- พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย	3.85		
- พิจารณาจากค่าธรรมเนียม	3.57		
- พิจารณาจากเบี้ยปรับ	3.39		
- พิจารณาจากส่วนลด	3.58		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>3.59</b>	<b>4</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>			
- พิจารณาจากความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ	3.73		
- พิจารณาจากการอำนวยความสะดวกปลอดภัย	3.77		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านสถานที่</b>	<b>3.75</b>	<b>2</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
- การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ	3.58		
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.34		
- การประชาสัมพันธ์โดยบุคคล	3.53		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>	<b>3.48</b>	<b>5</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ปัจจัยด้านบริการ</b>			
- ด้านการสมัคร	4.29		
- ด้านการต้อนรับ	4.16		
- ด้านอิเล็กทรอนิกส์	3.52		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบริการ</b>	<b>3.94</b>	<b>1</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่ออุปสงค์ระดับกลางมี 4 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.90 ซึ่งปัจจัยด้านบริการ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการสมัครมากกว่าปัจจัยด้านการต้อนรับและด้านอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.78 ซึ่งปัจจัยด้านราคา ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าปัจจัยด้านค่าธรรมเนียม ด้านส่วนลด และด้านเบี้ยปรับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบัตร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.78 ซึ่งปัจจัยด้านบัตร ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตรมากกว่าปัจจัยด้านเงื่อนไขการเป็นสมาชิกและด้านความแพร่หลายของบัตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.73 ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ณ จุดให้บริการมากกว่าด้านความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.49 ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกมากกว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.13 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับกลาง	ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	อันดับ	ระดับอิทธิพล
<b>ปัจจัยด้านบัตร</b>			
- พิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก	3.76		
- พิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับบัตร	3.80		
- พิจารณาถึงความแพร่หลาย การยอมรับ	3.68		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบัตร</b>	<b>3.78</b>	<b>3</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม</b>			
- พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย	4.00		
- พิจารณาจากค่าธรรมเนียม	3.57		
- พิจารณาจากเบี้ยปรับ	3.39		
- พิจารณาจากส่วนลด	3.58		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>3.78</b>	<b>2</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>			
- พิจารณาจากความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ	3.60		
- พิจารณาจากการอำนวยความสะดวกปลอดภัย	3.86		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านสถานที่</b>	<b>3.73</b>	<b>4</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
- การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ	3.85		
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.10		
- การประชาสัมพันธ์โดยบุคคล	3.53		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย</b>	<b>3.49</b>	<b>5</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ปัจจัยด้านบริการ</b>			
- ด้านการสมัคร	4.20		
- ด้านการต้อนรับ	4.16		
- ด้านอิเล็กทรอนิกส์	3.30		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบริการ</b>	<b>3.90</b>	<b>1</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับกลางโดยรวมแล้ว พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ คือ การพิจารณาด้านการสมัคร การพิจารณาด้านการต้อนรับ การพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย การพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกสบาย และการพิจารณาการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับกลางที่ 4.13 (ดูจากหน้า 31 ประกอบการพิจารณา)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่ออุปสงค์ระดับมากมี 4 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับมากเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.07 ซึ่งปัจจัยด้านบริการ ผู้ตอบบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการสมัครมากกว่าปัจจัยด้านการต้อนรับและด้านอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.08 ซึ่งปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าปัจจัยด้านส่วนลดด้านเบี้ยปรับ และด้านค่าธรรมเนียม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบัตร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.82 ซึ่งปัจจัยด้านบัตร ผู้ตอบบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านเงื่อนไขการเป็นสมาชิกมากกว่า ด้านสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตรและด้านความแพร่หลายของบัตร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.80 ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ตอบบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ณ จุดให้บริการมากกว่าด้านความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.47 ซึ่งปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้ตอบบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกมากกว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับมากโดยรวมแล้ว พบว่า การพิจารณาปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ การพิจารณาจากส่วนลด การพิจารณาด้านการสมัคร การพิจารณาด้านการต้อนรับ การพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย และการพิจารณาด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ระดับมาก	ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	อันดับ	ระดับอิทธิพล
<b>ปัจจัยด้านบัตร</b>			
- พิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก	3.97		
- พิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับบัตร	3.81		
- พิจารณาถึงความแพร่หลาย การยอมรับ	3.68		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบัตร</b>	<b>3.82</b>	<b>3</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม</b>			
- พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย	4.27		
- พิจารณาจากค่าธรรมเนียม	3.70		
- พิจารณาจากเบี้ยปรับ	3.93		
- พิจารณาจากส่วนลด	4.46		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>4.08</b>	<b>2</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>			
- พิจารณาจากความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ	3.71		
- พิจารณาจากการอำนวยความสะดวกปลอดภัย	3.89		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านสถานที่</b>	<b>3.80</b>	<b>4</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
- การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ	4.01		
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์	2.98		
- การประชาสัมพันธ์โดยบุคคล	3.42		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย</b>	<b>3.47</b>	<b>5</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ปัจจัยด้านบริการ</b>			
- ด้านการสมัคร	4.45		
- ด้านการต้อนรับ	4.34		
- ด้านอิเล็กทรอนิกส์	3.43		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบริการ</b>	<b>4.07</b>	<b>1</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่ออุปสงค์โดยรวมมี 4 ปัจจัย ได้แก่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์โดยรวมเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านบริการ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.94 ซึ่งปัจจัยด้านบริการ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการสมัครมากกว่าปัจจัยด้านการต้อนรับ และด้านอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.77 ซึ่งปัจจัยด้านราคา ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมากกว่าปัจจัยด้านส่วนลด ด้านเบี้ยปรับ และด้านค่าธรรมเนียม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านบัตร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.77 ซึ่งปัจจัยด้านบัตร ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านเงื่อนไขการเป็นสมาชิกมากกว่าด้านสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากบัตร และด้านความแพร่หลายของบัตรและ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.74 ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ณ จุดให้บริการมากกว่าด้านความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.48 ซึ่งปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้ถือบัตรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกมากกว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์โดยรวมแล้ว พบว่า การพิจารณาปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก จากมากไปหาน้อยดังนี้คือ การพิจารณาด้านการสมัคร การพิจารณาด้านการต้อนรับ การพิจารณาจากส่วนลด การพิจารณาจากการอำนวยความสะดวก และการพิจารณาเงื่อนไข การเป็นสมาชิกตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์โดยรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์โดยรวม	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	อันดับ	ระดับอิทธิพล
<b>ปัจจัยด้านบัตร</b>			
- พิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก	3.81		
- พิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับบัตร	3.76		
- พิจารณาถึงความแพร่หลาย การยอมรับ	3.75		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบัตร</b>	<b>3.77</b>	<b>3</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

<b>ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม</b>			
- พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย	4.00		
- พิจารณาจากค่าธรรมเนียม	3.57		
- พิจารณาจากเบี้ยปรับ	3.62		
- พิจารณาจากส่วนลด	3.91		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>3.77</b>	<b>2</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>			
- พิจารณาจากความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ	3.65		
- พิจารณาจากการอำนวยความสะดวกปลอดภัย	3.83		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านสถานที่</b>	<b>3.74</b>	<b>4</b>	<b>มาก</b>
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>			
- การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ	3.80		
- การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.15		
- การประชาสัมพันธ์โดยบุคคล	3.51		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย</b>	<b>3.48</b>	<b>5</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ปัจจัยด้านบริการ</b>			
- ด้านการสมัคร	4.27		
- ด้านการต้อนรับ	4.22		
- ด้านอิเล็กทรอนิกส์	3.36		
<b>ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ปัจจัยด้านบริการ</b>	<b>3.94</b>	<b>1</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารได้ศึกษา ปัจจัยในด้านต่างๆ คือ ปัจจัยด้านบัตร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านบริการ มีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบัตรกับอุปสงค์ของผู้ถือบัตร พบว่า ปัจจัยด้านบัตร จากการพิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก และการพิจารณาถึงความแพร่หลายการยอมรับ โดยเฉพาะในด้านของรายได้ขั้นต่ำของผู้สมัครบัตรและการใช้แสดงเพื่อรับส่วนลดในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์



ต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์นำไปทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบัตรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ปัจจัยด้านบัตร	ค่า Chi-square	df	Significance
<b>1. พิจารณาเงื่อนไขการเป็นสมาชิก</b>			
รายได้ขั้นต่ำของผู้สมัครบัตร	24.290	8	.002*
อายุการทำงานในปัจจุบัน	11.720	8	.164
เอกสารที่ใช้ในการสมัคร (น้อย หรือ มาก)	11.993	8	.152
<b>2. พิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับบัตร</b>			
วงเงินสินเชื่อที่ให้ในบัตร (2,3 หรือ 5 เท่า)	9.492	8	.302
สามารถถอนเงินสดจากเครื่องอัตโนมัติ	10.903	8	.207
สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวด ๆ	13.954	8	.083
มีหลายวงเงินในบัตร ใบเดียว	6.895	8	.548
ไม่ต้องจ่ายเงินค่านำในวันที่ได้รับสินค้า	4.488	8	.811
เลือกชำระเต็มจำนวนหรือชำระบางส่วนได้	9.613	8	.293
<b>3. พิจารณาความแพร่หลาย การยอมรับของร้านค้า</b>			
มีความแพร่หลายเป็นที่ยอมรับของร้านค้า	5.630	8	.689
มีรูปแบบ สี สันสวยงาม	13.173	8	.106
ใช้แสดงเพื่อรับส่วนลดในการใช้บริการ	16.873	8	.031*

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: df หมายถึง ระดับความเป็นอิสระ และ\* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05

4.3.2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียมกับอุปสงค์ของผู้ถือบัตร พบว่า ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม เมื่อพิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย พิจารณาจากเบี้ยปรับ และการพิจารณาจากส่วนลด โดยเฉพาะในด้านของการคิดดอกเบี้ย อัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับสมาชิกบัตร มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย มีเบี้ยปรับชำระในอัตราเหมาะสม ตลอดจนมีส่วนลดเมื่อปิดยอด มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขณะที่การพิจารณาจากค่าธรรมเนียม ไม่ว่าจะเป็นการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้วงเงิน การเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระเงินแต่ละครั้งและการเก็บค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดในอัตราที่เหมาะสม ไม่มีผลต่ออุปสงค์ของ

ผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ผลการศึกษาความสัมพันธ์นำไปทดสอบด้วย ค่าสถิติไคสแควร์ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ปัจจัยด้านราคาหรือค่าธรรมเนียม	ค่า Chi-square	df	Significance
<b>1. พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ย</b>			
การคิดอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระ	16.403	8	.037*
มีอัตราดอกเบี้ยพิเศษสำหรับสมาชิกบัตร	24.614	8	.002*
มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือ ชำระเงินนาน	20.436	8	.009*
<b>2. พิจารณาจากค่าธรรมเนียม</b>			
การเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน (เก็บหรือไม่เก็บ)	7.935	8	.440
การเก็บค่าธรรมเนียม การชำระเงินแต่ละครั้ง	11.017	8	.201
การเก็บค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดในอัตราเหมาะสม	10.436	8	.236
<b>3. พิจารณาจากเบี้ยปรับ</b>			
มีเบี้ยปรับชำระล่าช้า อยู่ในอัตราที่เหมาะสม	19.230	8	.014*
<b>4. พิจารณาจากส่วนลด</b>			
มีส่วนลดเมื่อปิดยอดผ่อนชำระก่อนกำหนด	23.508	8	.003*

ที่มา: จากผลการคำนวณ

หมายเหตุ: df หมายถึง ระดับความเป็นอิสระ และ\* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05

4.3.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสถานที่กับอุปสงค์ของผู้ถือบัตร พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ โดยเฉพาะการพิจารณาจากการอำนวยความสะดวกปลอดภัย ในส่วนของการมีเคาน์เตอร์ที่รับชำระค่าวงวดได้ และมีจุดจ่ายชำระค่าวงวดได้ มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์นำไปทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ปัจจัยด้านสถานที่	ค่า Chi-square	df	Significance
<b>1.พิจารณาจากความสะดวกเมื่อต้องไปติดต่อ</b>			
ติดต่อที่ห้างสรรพสินค้า	9.349	8	.314
ติดต่อที่อาคารสำนักงานของบริษัท	7.339	8	.501
ติดต่อที่คิสเคาน์สโตร์	6.361	8	.607
ติดต่อร้านค้าที่รับสมาชิกบัตร	3.860	8	.869
<b>2.พิจารณาจากการอำนวยความสะดวก</b>			
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	6.731	8	.566
อยู่ใกล้บ้าน	4.452	8	.814
มีที่จอดรถกว้างขวางเข้า-ออกสะดวก	9.091	8	.335
มีที่นั่งรอ ระหว่างรอผลการอนุมัติ	6.586	8	.582
มีที่เดินเล่น หรือเดินซื้อของ	9.113	8	.333
การจัดตกแต่งสถานที่ เป็นสัดส่วน สวยงาม	2.627	6	.854
มีป้ายบอกจุดบริการ อยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจน	9.566	8	.297
มีเคาน์เตอร์ที่รับชำระค่าวงวดได้	20.821	8	.008*
มีจุดที่จ่ายชำระค่าวงวดได้	15.485	8	.050*

ที่มา: จากกรคำนวณ

หมายเหตุ: df หมายถึง ระดับความเป็นอิสระ และ\* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05

4.3.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายกับอุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ในเรื่องของการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์โดยบุคคล โดยเฉพาะด้านการให้ของสงวนคุณกับสมาชิกใหม่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางวิทยุและหนังสือพิมพ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาความสัมพันธ์นำไปทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย	ค่า Chi-square	df	Significance
<b>1.การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ</b>			
การให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่	22.704	8	.004*
การจัดรายการ โดยการ ให้คู่ปองชิงโชค	12.578	8	.127
การจัดรายการผ่อนชำระ ด้วยโปร โมชั่น ดอกเบี้ย 0%	14.405	8	.072
การยกเว้นค่าธรรมเนียมการสมัครสมาชิก	14.136	8	.078
<b>2.การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ได้รับข่าวสารจาก</b>			
การโฆษณาทางโทรทัศน์	9.273	8	.320
การโฆษณาทางวิทยุ	18.348	8	.019*
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	16.528	8	.035*
การโฆษณาโดยการแจกใบปลิว	10.723	8	.218
<b>3. การประชาสัมพันธ์โดยบุคคล ได้รับข่าวสารจาก</b>			
การแนะนำจากเพื่อนสมาชิก	10.659	8	.222
การแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน	16.348	8	.038*
การแนะนำจากญาติพี่น้อง	12.893	8	.116

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: df หมายถึง ระดับความเป็นอิสระ และ\* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05

**4.3.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริการกับอุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิต** ที่ไม่ได้ ออกโดยธนาคาร พบว่า ปัจจัยด้านบริการ จากการพิจารณาด้านการสมัคร และการพิจารณาด้านอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในเรื่องของระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว การสมัครง่ายขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก และในด้านของการมีบริการถอนเงินและชำระเงินผ่านเครื่องอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขณะที่เมื่อพิจารณาด้านการต้อนรับ การมีพนักงานคอยแนะนำและตอบ ข้อซักถาม การมีพนักงานช่วยเหลือปัญหาได้อย่างรวดเร็วและการที่พนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี มีความเป็นกันเอง ไม่มีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคาร ผลการศึกษาความสัมพันธ์นำไปทดสอบด้วยค่าสถิติไคสแควร์ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบริการที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตร

ปัจจัยด้านบริการ	ค่า Chi-square	df	Significance
<b>1. ด้านการสมัคร</b>			
ระยะเวลาในการอนุมัติรวดเร็ว	28.527	8	.000*
สมัครง่ายขึ้นตอนไม่ยุ่งยาก	39.300	8	.000*
<b>2. ด้านการต้อนรับ</b>			
มีพนักงานคอยแนะนำและตอบข้อซักถาม	12.173	8	.144
มีพนักงานช่วยเหลือปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	14.680	8	.066
พนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี มีความเป็นกันเอง	12.549	8	.128
<b>3. ด้านอิเล็กทรอนิกส์</b>			
มีบริการสมัครผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	7.900	8	.443
มีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง	14.356	8	.073
มีบริการถอนเงินและชำระเงินผ่านเครื่องอัตโนมัติ	24.853	8	.002*

ที่มา: จากถาวรคำนวณ

หมายเหตุ: df หมายถึง ระดับความเป็นอิสระ และ\* มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05