

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และวัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการศึกษานั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีบัตรเครดิต ใน 5 สาขา ได้แก่ สาขาขวงสิงห์ สาขาท่าแพ สาขาเชียงใหม่ สาขานนทพวงแก้วและสาขาย่อยศูนย์การค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ได้ผลการศึกษา ดังนี้

#### กลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งในการศึกษานี้ แยกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม โดยในกลุ่มแรกเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีบัตรเครดิต KTC (เพียงอย่างเดียวและหรือ KTC กับบัตรเครดิตอื่นๆ ที่ไม่ใช่ KTC) ส่วนกลุ่มที่สอง คือ กลุ่มลูกค้าที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC (มีบัตรเครดิต อื่นๆ ที่ไม่ใช่ KTC)

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ถือครองบัตร KTC โดยมีผู้ที่ถือบัตร KTC เพียงอย่างเดียวมีจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 และผู้ที่ถือทั้งบัตร KTC และไม่ใช่ KTC มีจำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตที่ไม่ใช่บัตรเครดิต KTC มีจำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

กลุ่มลูกค้าที่ถือครองบัตรเครดิต		จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1) KTC	KTC	22	11.00
	KTC+ไม่ใช่ KTC	97	48.50
2) ไม่ใช่ KTC		81	40.50
รวม		200	100

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

##### 4.1.1) เพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่าผู้ถือบัตรเป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิต KTC เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เพศ	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	57	47.90	44	54.32	101	50.50
หญิง	62	52.10	37	45.68	99	49.50
รวม	119	100	81	100	200	100.0

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1.2) อายุ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่าผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี รองลงมาคือกลุ่มอายุช่วง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 และ 27.50 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.41 รองลงมา คือกลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี และ 30-39 ปี จำนวน 31 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 26.05 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ถือบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.51 และ 29.63 ตามลำดับ จะเห็นว่าปริมาณกลุ่มผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่อยู่วัยทำงาน อยู่ในสถานภาพทางสังคมระดับปานกลางค่อนข้างดี ทำให้ตระหนักและเข้าใจถึงประโยชน์ในการใช้บัตรเครดิต ดังนั้นผู้ถือบัตรกลุ่มเหล่านี้ เป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตควรให้ความสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มอายุ

อายุ (ปี)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่ถือบัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-29	31	26.05	32	39.51	63	31.50
30-39	31	26.05	24	29.63	55	27.50
40-49	35	29.41	19	23.45	54	27
50-59	17	14.29	4	4.94	21	10.50
60 ขึ้นไป	5	4.20	2	2.47	7	3.50
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1.3) สถานภาพ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่มีสถานภาพ

โศดและสมรสจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 49 สำหรับสถานภาพหม้ายหรือหย่าร้างมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.58 รองลงมาคือสถานภาพโศดและหม้าย/หย่าคิดเป็นร้อยละ 47.90 และ 2.52 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ม่บัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่มีสถานภาพโศดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.62 รองลงมาคือสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 48.15 ส่วนสถานะหม้ายหรือหย่าร้างนั้น มีเพียงร้อยละ 1.23 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่ม่บัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โศด	57	47.90	41	50.62	98	49
สมรส	59	49.58	39	48.15	98	49
หม้าย/หย่า	3	2.52	1	1.23	4	2
รวม	119	100	81	100	200	100.0

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1.4) ระดับการศึกษาสูงสุด

จากการศึกษาข้อมูลตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.50

ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 63.03 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 24.37 ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ม่บัตรเครดิต KTC ระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรีและรองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี เช่นกัน คิดเป็นร้อยละร้อยละ 54.32 และ 32.10 ตามลำดับแสดงว่า ประชากรทั้งผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และไม่มีบัตรเครดิต KTC มีระดับการศึกษาสูง เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ซึ่งสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตที่มีคุณภาพ จะเห็นได้ว่าระดับการศึกษามีความสำคัญในการพิจารณาเพื่อให้นำหนัก คะแนนการอนุมัติเป็นผู้ถือบัตรเครดิต ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา สูงสุด	ผู้ที่มีบัตรเครดิตKTC		ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิตKTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.84	3	3.70	4	2
มัธยมศึกษา	2	1.68	5	6.17	7	3.5
ปวส./ อนุปริญญา	12	10.08	3	3.71	15	7.5
ปริญญาตรี	75	63.03	44	54.32	119	59.5
สูงกว่าปริญญา ตรี	29	24.37	26	32.10	55	27.5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1.5) อาชีพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคือ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.61 และ 26.05 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชนอันดับรองลงมาเป็นข้าราชการ คิดเป็น ร้อยละ 30.86 และ 23.46 ตามลำดับ บ่งบอกได้ว่า อาชีพพนักงานเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มที่ถือบัตรมาก ที่สุด รวมทั้งพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ มีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดและเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีอิทธิพลถือบัตรเครดิต ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ผู้ที่มีบัตรเครดิตKTC		ผู้ที่ไม่ม่ีบัตรเครดิตKTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	5	4.20	3	3.70	8	4
ข้าราชการ	20	16.81	19	23.46	39	19.5
พนักงานเอกชน	31	26.05	25	30.86	56	28
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	33.61	12	14.82	52	26
รับจ้างทั่วไป	2	1.68	3	3.70	5	2.5
นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	15	12.61	13	16.06	28	14
เกษียณอายุ	5	4.20	1	1.23	6	3
อื่นๆ (พยาบาล, มุลินี, พนักงานมหาวิทยาลัย)	1	0.84	5	6.17	6	3
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.1.6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-15,000 คิดเป็นร้อยละ 27

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001-35,000 บาทต่อเดือน รองลงมาคือช่วงระดับรายได้สูงกว่า 45,001 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และ 22.69 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ม่ีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาทต่อเดือนอันดับรองลงมาคือช่วงระดับรายได้ 15,001-25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.51และ 30.86 ตามลำดับ บริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะเน้นกลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการถือบัตร ปัจจุบันธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดเกณฑ์ผู้ถือบัตรจะต้องมีรายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาท โดยสถาบันการเงินต่างๆ มุ่งเน้นการตลาดสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากบัตรเครดิตมีการ



แข่งขันด้านการตลาดสูง ดังนั้นสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ต้องหากลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ อีกทั้งควรคำนึงถึงศักยภาพในการถือบัตรของลูกค้าด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ผู้ที่มีบัตรเครดิตKTC		ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิตKTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	1*	0.84	3*	3.7	4	2
5,001-15,000	22	18.48	32	39.51	54	27
15,001-25,000	24	20.17	25	30.86	49	24.5
25,001-35,000	28	23.53	7	8.64	35	17.5
35,000-45,000	17	14.29	6	7.41	23	11.5
สูงกว่า 45,001	27	22.69	8	9.88	35	17.5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \* บัตรเสริม

#### 4.2) พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

##### 4.2.1) จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตจำนวน 2 บัตรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ถือบัตรจำนวน 2 บัตร รองลงมาถือมากกว่า 3 บัตร คิดเป็นร้อยละ 40.34 และ 26.89 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่ได้มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตเพียง 1 ใบ รองลงมาถือบัตรเครดิตจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 45.68 และ 28.39 สถาบันผู้ออกบัตรเครดิต มีการพิจารณาอนุมัติบัตรเครดิตให้ผู้ถือบัตรเครดิตใบที่ 2 ง่ายกว่าการพิจารณาบัตรเครดิตใบแรก เนื่องจากสามารถตรวจสอบได้จากเครดิตบูโร คือองค์กรที่ทำ

หน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติสินเชื่อบุคคล น่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้มีกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิต ส่วนใหญ่ถือบัตรจำนวน 2 ใบ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง

จำนวน (บัตร)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	19	15.96	37	45.68	56	28
2	48	40.34	23	28.39	71	35.5
3	20	16.81	8	9.88	28	14
มากกว่า 3	32	26.89	13	16.05	45	22.5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.2.2) บัตรเครดิตที่ถูกคำถือครองอยู่ (ที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารพาณิชย์)

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิต KTC มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.25

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิต KTC รองลงมาคือบัตรเครดิตกรุงศรี จีอี คิดเป็นร้อยละ 68.03 และ 11.57 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของอออนธนสินทรัพย์รองลงมาถือบัตรเครดิตกรุงศรี จีอี คิดเป็นร้อยละ 26.92 และ 19.23 ตามลำดับ จากการเก็บตัวอย่างแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คือบัตรเครดิต KTC ซึ่งสอดคล้องนโยบายเชิงรุกในการเป็นผู้นำตลาดบัตรเครดิต ดังแสดงในตารางที่ 4.9



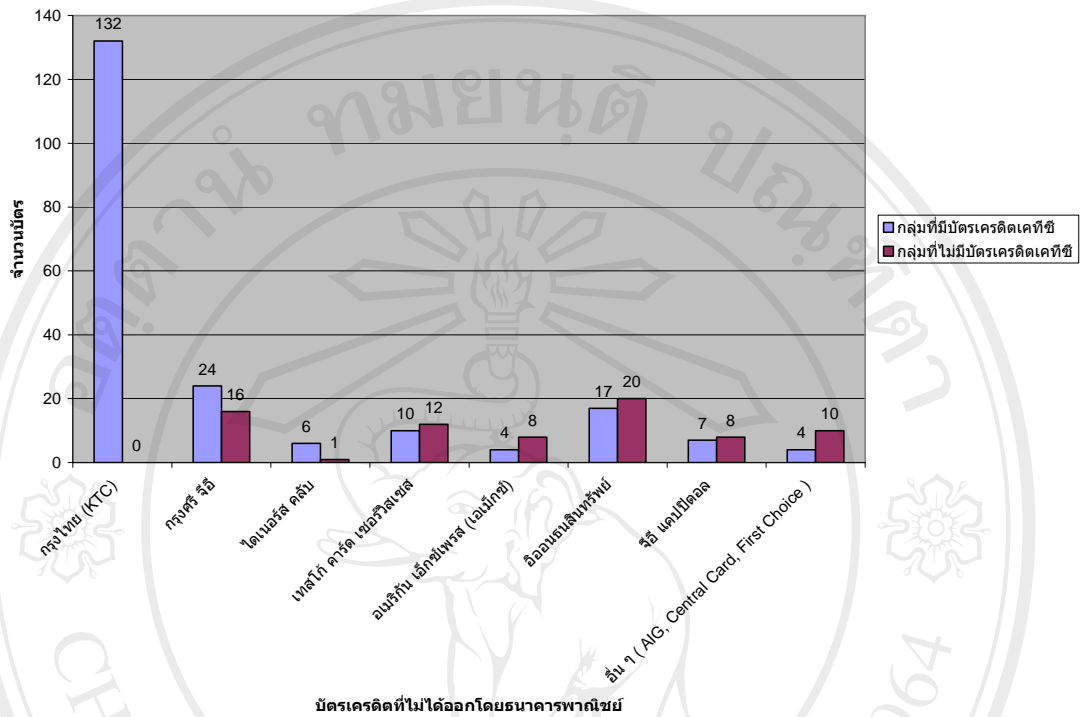
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบัตรเครดิต ที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ถือครอง จำแนกตามบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารพาณิชย์

บัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารพาณิชย์	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ
กรุงเทพฯ (KTC)	132	64.71	0	0	132	47.31
กรุงศรี จีอี	24	11.76	16	21.33	40	14.34
ไดเนอร์ส คลับ	6	2.94	1	1.33	7	2.51
เทสโก้ คาร์ด เซอร์วิส เซส	10	4.90	12	16	22	7.88
อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (เอเม็กซ์)	4	1.96	8	10.67	12	4.30
อออนธนสินทรัพย์	17	8.34	20	26.67	37	13.26
จีอี แคปปิตอล	7	3.43	8	10.67	15	5.38
อื่น ๆ ( AIG, Central Card, First Choice )	4	1.96	10	13.33	14	5.53
<b>รวม</b>	<b>204*</b>	<b>100</b>	<b>75*</b>	<b>100</b>	<b>279*</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \* ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพราะสามารถ ถือครองบัตรเครดิตได้มากกว่า 1 บัตร

**รูปที่ 4.1** แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่ไม่ได้ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ถือครอง



#### 4.2.3) บัตรเครดิตที่ถูกค้างถือครองอยู่ (ออกโดยธนาคารพาณิชย์)

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.75

โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ รองลงมาคือบัตรเครดิตของธนาคารซีทีแบงก์ โดยกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC คิดเป็นร้อยละ 36.13 และ 21.85 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ไม่มีบัตร KTC ถือบัตรคิดเป็นร้อยละ 24.29 และ 22.86 อันเนื่องมาจากทั้ง 2 ธนาคารได้ใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำตลาด เน้นเชิงรุกแบบเจาะจงเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีข้อได้เปรียบในเรื่องชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตรเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทำให้ถือครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้มาก ดังแสดงในตารางที่ 4.10

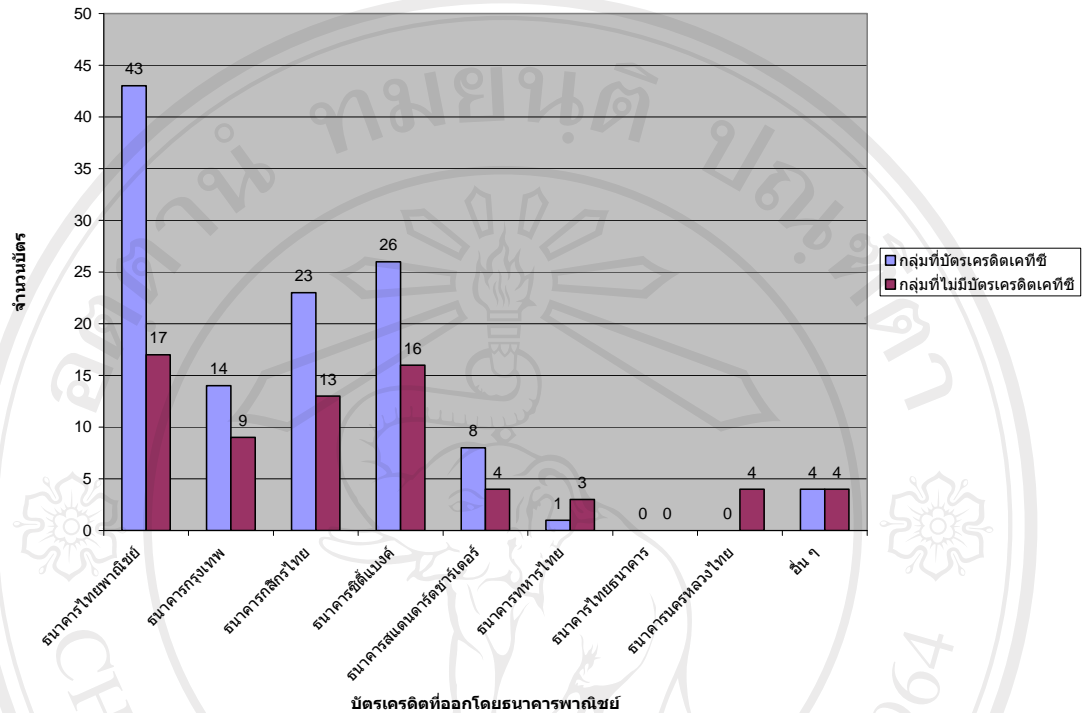
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบัตร ที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ถือครอง จำแนกตามบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์

บัตรเครดิตที่ออก โดยธนาคาร พาณิชย์	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ
ธนาคารไทยพาณิชย์	43	36.13	17	24.29	60	31.75
ธนาคารกรุงเทพ	14	11.77	9	12.86	23	12.17
ธนาคารกสิกรไทย	23	19.33	13	18.57	36	19.04
ธนาคารซีทีแบงก์	26	21.85	16	22.86	42	22.22
ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์	8	6.72	4	5.71	12	6.35
ธนาคารทหารไทย	1	0.84	3	4.29	4	2.12
ธนาคารไทยธนาคาร	0	0	0	0	0	0
ธนาคารนครหลวง ไทย	0	0	4	5.71	4	2.12
อื่น ๆ	4	3.36	4	5.71	8	4.23
<b>รวม</b>	<b>119*</b>	<b>100</b>	<b>70*</b>	<b>100</b>	<b>189*</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \* ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพราะสามารถ ถือครองบัตรเครดิตได้มากกว่า 1 บัตร

**รูปที่ 4.2** แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ที่กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ถือครอง



#### 4.2.4) วงเงินที่ได้รับสูงสุด

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสูงสุดอยู่ในช่วง 10,000-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.00

โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสูงสุดอยู่ในช่วง 10,000-50,000 บาท รองลงมาคือช่วง 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.14 และ 33.61ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสูงสุดอยู่ในช่วง 10,000-50,000 บาท ถึงร้อยละ 50.62 รองลงมาเป็นกลุ่มที่ไม่ระบุวงเงิน คิดเป็นร้อยละ 18.52 จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าสถาบันผู้ออกบัตรมีการพิจารณาอนุมัติวงเงินบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นไปในทางแนวเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามวงเงินที่ได้รับ

วงเงิน (บาท)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต		ผู้ที่ไม่บัตรเครดิต		รวม	
	KTC		KTC		จำนวน (ราย)	ร้อยละ
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
น้อยกว่า10,000	0	0	3	3.70	3	1.5
10,000-50,000	43	36.14	41	50.62	84	42
50,001-100,000	40	33.61	10	12.36	50	25
100,001-150,000	16	13.45	6	7.41	22	11
150,001-200,000	4	3.36	1	1.23	5	2.5
200,001-300,000	3	2.52	3	3.70	6	3
300,001-400,000	0	0	0	0	0	0
มากกว่า 400,000	1	0.84	1	1.23	2	1
ไม่จำกัด	0	0	1	1.23	1	0.5
ไม่ระบุ	12	10.08	15	18.52	27	13.5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.2.5) ความถี่ในการใช้บริการผ่านบัตรเครดิต

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิต น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.00

ทั้งกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และกลุ่มผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิต น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.02 และ 54.32 รองลงมากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มใช้บริการผ่านบัตรเครดิตอยู่ในช่วง 5-10 ครั้งต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ไม่มีความแตกต่างในเรื่องความถี่ของการใช้บริการผ่านบัตรเครดิต ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิต

จำนวนครั้ง/ เดือน (ครั้ง)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5	50	42.02	44	54.32	94	47
5-10	43	36.14	30	37.04	73	36.5
11-15	14	11.76	3	3.70	17	8.5
มากกว่า 15	12	10.08	4	4.94	16	8
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.2.6) มูลค่าที่ใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการผ่านบัตรเครดิต

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตมูลค่าน้อยกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง มีจำนวนมากถึง 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.50

ทั้งกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และกลุ่มผู้ที่ไม่มียบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตมูลค่าน้อยกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.35 และ 59.26 ตามลำดับ รองลงมาใช้บริการผ่านบัตรเครดิตมีมูลค่าอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.73 และ 35.81ตามลำดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องมูลค่าต่อครั้งที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ปกติผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่จะใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่เป็นเรื่องใกล้ตัว เช่น ใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า เติมน้ำมันรถ ชำระค่าอาหาร ซึ่งการใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้มีมูลค่าไม่ค่อสูงมากนัก สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจึงควรหากลยุทธ์ในการจูงใจให้ผู้ใช้บัตรเครดิต ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตที่มีมูลค่าต่อครั้งเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะได้มีรายรับจากค่าธรรมเนียมการให้บริการผ่านบัตรเพิ่มมากขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 4.13



ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการผ่านบัตรเครดิต

จำนวนเงิน/ครั้ง (บาท)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000	73	61.35	48	59.26	121	60.50
5,001-10,000	33	27.73	29	35.81	62	31
10,001-20,000	0	0	0	0	0	0
20,001-30,000	10	8.40	3	3.70	13	6.5
30,001-40,000	0	0	0	0	0	0
ตั้งแต่40,001ขึ้นไป	3	2.52	1	1.23	4	2
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.2.7) ลักษณะการใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเมื่อไปใช้บริการ ณ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวนมากถึง 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.17

ทั้งกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเมื่อไปใช้บริการ ณ ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 36.41 และ 38.53 ตามลำดับ รองลงมาคือ ชำระค่าอาหารตามภัตตาคารและโรงแรมต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 19.49 และ 17.43 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ต่างก็มีพฤติกรรมในเรื่องลักษณะของการใช้บริการผ่านบัตรเครดิตไม่ต่างกันเนื่องจากการตามห้างสรรพสินค้า โรงแรม ภัตตาคารต่างๆมีบริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกสบายแก่ลูกค้าในการไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะการใช้บัตรเครดิต

การใช้บัตรเครดิต (ลักษณะ)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต		ผู้ที่ไม่บัตรเครดิต		รวม	
	KTC		KTC			
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า	22	11.28	16	14.68	38	12.5
ชำระค่าสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ต	71	36.41	42	38.53	113	37.17
ชำระค่าอาหารตามภัตตาคารหรือ โรงแรมต่างๆ	38	19.49	19	17.43	57	18.75
ชำระค่าสาธารณูปโภคเช่น ค่า โทรศัพท์ ค่าไฟฟ้า	31	15.90	16	14.68	47	15.46
ใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าซื้อ สินค้าและบริการ	29	14.87	10	9.18	39	12.83
อื่นๆ (เติมน้ำมัน, ซื้อตั๋วเครื่องบิน, จ่ายค่าซ่อมรถ, ค่ารักษาพยาบาล และซื้อสินค้ามาเพื่อขาย)	4	2.05	6	5.50	10	3.29
<b>รวม</b>	<b>195*</b>	<b>100</b>	<b>109*</b>	<b>100</b>	<b>304*</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \* ที่ตัวเลขมีจำนวนมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพราะสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

#### 4.2.8) การชำระหนี้

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 200 ราย พบว่า ผู้ถือบัตรทั้งที่มีบัตร KTC และไม่มีบัตร KTC ส่วนใหญ่ชำระหนี้บัตรเครดิตทั้งหมดในแต่ละครั้งมากถึงร้อยละ 50

ทั้งกลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC และกลุ่มผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC ส่วนใหญ่ชำระหนี้บัตรเครดิตทั้งหมดในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.62 และ 43.21 ตามลำดับ รองลงมาคือ ชำระยอดหนี้บางส่วน คิดเป็นร้อยละ 26.05 และ 23.46 ตามลำดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตระหนักและมีการวางแผนที่ดี ในการจะใช้บัตรเครดิตจึงสามารถชำระหนี้ได้ทั้งหมดเมื่อถึงรอบระยะเวลาชำระหนี้ ทั้งนี้การที่มีค่าธรรมเนียมหรือเบี้ยปรับเมื่อชำระไม่ทันตามกำหนดก็มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก

เนื่องจากผู้ใช้บริการบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีความเห็นว่าค่าธรรมเนียมหรือเบี้ยปรับสูงเกินไป ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะการชำระหนี้

การชำระหนี้ (ชำระ)	ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC		ผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC		รวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทั้งหมด	65	54.62	35	43.21	100	50
บางส่วน	31	26.05	19	23.46	50	25
ยอดขั้นต่ำ	22	18.49	27	33.33	49	24.5
ไม่แน่นอน	1	0.84	0	0	1	0.5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4.3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เป็นข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยอื่นๆ ได้ผลการศึกษปัจจัยแต่ละด้าน ดังนี้

##### 4.3.1) ผลการจัดอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

###### 4.3.1.1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต มองในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มผู้ที่มีบัตรเครดิต ให้ความสำคัญด้านชื่อเสียงของบริษัท/ธนาคารผู้ออกบัตรมาเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.412 รองลงมาคือ พิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.361 และให้ความสำคัญกับรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีต้นสวยงาม มาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.706

ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่บัตรเครดิต KTC เห็นว่าการพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิกมีความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.432 รองลงมาคือ ชื่อเสียงของบริษัท/ธนาคารผู้ออก

บัตร โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.136 อันดับสุดท้ายคือ รูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.469 ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 คะแนนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยฯ		ผู้ที่มีบัตร KTC	ผู้ที่ไม่มีบัตร KTC
ชื่อเสียงของบริษัท/ธนาคารผู้ออกบัตร	ค่าเฉลี่ย	2.412	2.136
	อันดับที่	1	2
รูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม	ค่าเฉลี่ย	1.706	1.469
	อันดับที่	3	3
การพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก	ค่าเฉลี่ย	2.361	2.432
	อันดับที่	2	1

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3.1.2) ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต มองในด้านปัจจัยด้านราคานี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีบัตร KTC ให้ความสำคัญด้านค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปีฟรี มาเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.563 รองลงมาคือ ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.252 และให้ความสำคัญกับเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสมมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.933

ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC เห็นว่าอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิตมีความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.543 รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปีฟรีหรือราคาถูก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.444 อันดับสุดท้ายคือ การเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.000 ดังตารางที่

4.17

ตารางที่ 4.17 คะแนนของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยฯ		ผู้ที่มีบัตร	ผู้ที่ไม่มีบัตร
		KTC	KTC
ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้วงเงินบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	2.252	2.543
	อันดับที่	2	1
ค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปีฟรี	ค่าเฉลี่ย	2.563	2.444
	อันดับที่	1	2
รอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย	ค่าเฉลี่ย	2.227	2.321
	อันดับที่	3	4
เก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม	ค่าเฉลี่ย	1.933	2.000
	อันดับที่	6	6
การเก็บ/ไม่เก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง	ค่าเฉลี่ย	2.143	2.358
	อันดับที่	4	3
มีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม	ค่าเฉลี่ย	2.042	2.086
	อันดับที่	5	5

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3.1.3) ปัจจัยด้านสถานที่

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต มองในด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น กลุ่มผู้ที่มีบัตร KTC ให้ความสำคัญด้านความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมากมารองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น มีจุดที่จ่ายชำระค่างวดหลายที่, ใกล้บ้าน, มีที่จอดรถสะดวกซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.479 และให้ความสำคัญกับจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสดมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.042

ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC เห็นว่าความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมากมีความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.506 อดลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น มีจุดที่จ่ายชำระค่างวดหลายที่, ใกล้บ้าน, มีที่จอดรถสะดวกโดยมี

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.346 และให้ความสำคัญกับจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสดมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.963 ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 คะแนนของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยฯ		ผู้ที่มีบัตร KTC	ผู้ที่ไม่มีบัตร KTC
สะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก	ค่าเฉลี่ย	2.479	2.506
	อันดับที่	1	1
มีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด	ค่าเฉลี่ย	2.042	1.963
	อันดับที่	3	3
สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น มีจุดที่จ่ายชำระค่างวดหลายที่, ใกล้บ้าน, มีที่จอดรถสะดวก	ค่าเฉลี่ย	2.479	2.346
	อันดับที่	1	2

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3.1.4) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต มองในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น กลุ่มผู้ที่มีบัตร KTC ให้ความสำคัญด้านการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมากมาเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.261 รองลงมาคือ มีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.210 และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์มาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.126

ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC เห็นว่าการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมากมีความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.062 รองลงมาคือ มีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.916 และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์มาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.704 ดังตารางที่ 4.19



ตารางที่ 4.19 คะแนนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยฯ		ผู้ที่มีบัตร KTC	ผู้ที่ไม่มีบัตร KTC
การได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก	ค่าเฉลี่ย	2.261	2.062
	อันดับที่	1	1
มีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	2.210	1.926
	อันดับที่	2	2
การให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่	ค่าเฉลี่ย	2.126	1.914
	อันดับที่	3	3
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์	ค่าเฉลี่ย	1.916	1.704
	อันดับที่	4	4

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3.1.5) ปัจจัยด้านการบริการ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต มองในด้านปัจจัยด้านการบริการนั้น กลุ่มผู้ที่มีบัตร KTC ให้ความสำคัญด้านความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิตมาเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.319 รองลงมาคือ พนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.311 และให้ความสำคัญกับบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมงมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.185

ส่วนกลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC เห็นว่าความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิตมาเป็นอันดับแรก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.457 รองลงมาคือ พนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.395 และให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการในการใช้บริการเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจนมาเป็นอันดับสุดท้าย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.296 ดังตารางที่ 4.20



ตารางที่ 4.21 คะแนนของปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยฯ		ผู้ที่มีบัตร KTC	ผู้ที่ไม่มีบัตร KTC
มีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิต มีความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	2.235	2.481
	อันดับที่	1	1
มีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	1.840	1.741
	อันดับที่	2	2

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.3.2) ผลการทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-square Test : $\chi^2$ )

ผลการทดสอบ และการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต ของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะทำการทดสอบ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านอื่นๆ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาทำวิเคราะห์ โดยการทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-square Test :  $\chi^2$ ) ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

##### 4.3.2.1) ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตรกับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 33.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 23.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	5	4	47	25	81	2.175 (0.007)
	ร้อยละ	2.5	2.0	23.5	12.5	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	6	5	42	66	119	
	ร้อยละ	3.0	2.5	21.0	33.0	59.5	
รวม	จำนวน	11	9	89	91	200	
	ร้อยละ	5.5	4.5	44.5	45.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.175 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.007 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.2) ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีเส้นสวยงาม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีเส้นสวยงามกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญ

ปานกลางกับปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 29.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยด้านชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 23.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	16	15	46	4	81	11.728 (0.008)
	ร้อยละ	8.0	7.5	23.0	2.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	24	12	58	25	119	
	ร้อยละ	12.0	6.0	29.0	12.5	59.5	
รวม	จำนวน	40	27	104	29	200	
	ร้อยละ	20.0	13.5	52.0	14.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.728 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.008 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีสันสวยงาม *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.3) ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิกกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิกคิดเป็นร้อยละ 35.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 24.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก					$\chi^2_{df=3}$ (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	5	24	48	81	2.572 (0.462)
	ร้อยละ	2.0	2.5	12.0	24.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	12	4	32	71	119	
	ร้อยละ	6.0	2.0	16.0	35.5	59.5	
รวม	จำนวน	16	9	56	119	200	
	ร้อยละ	8.0	4.5	28.0	59.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้  
ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตร  
เครดิต

$H_1$  : ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตร  
เครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.572 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า  
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดง  
ให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.462 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$



โดยสรุปได้ว่าปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.4) ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิตกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้าย่อยตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 32.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 28.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต					$\chi^2_{df=3}$ (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	4	17	56	81	5.192 (0.158)
	ร้อยละ	2.0	2.0	8.5	28.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	12	10	33	64	119	
	ร้อยละ	6.0	5.0	16.5	32.0	59.5	
รวม	จำนวน	16	14	50	120	200	
	ร้อยละ	8.0	7.0	25.0	60.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 5.192 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.158 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.5) ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรีกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี คิดเป็นร้อยละ 41.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี คิดเป็นร้อยละ 26.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	8	17	52	81	6.836 (0.077)
	ร้อยละ	2.0	4.0	8.5	26.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	7	2	27	83	119	
	ร้อยละ	3.5	1.0	13.5	41.5	59.5	
รวม	จำนวน	11	10	44	135	200	
	ร้อยละ	5.5	5.0	22.0	67.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.836 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.077 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.6) ปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย กับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 30.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 21.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	8	27	42	81	1.860 (0.602)
	ร้อยละ	2.0	4.0	13.5	21.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	12	10	36	61	119	
	ร้อยละ	6.0	5.0	18.0	30.5	59.5	
รวม	จำนวน	16	18	63	103	200	
	ร้อยละ	8.0	9.0	31.5	51.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.860 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.602 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.7) ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสมกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC

ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 24.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 18.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่ มีบัตร KTC	จำนวน	12	9	27	33	81	0.399 (0.940)
	ร้อยละ	6.0	4.5	13.5	16.5	40.5	
ผู้ที่มี บัตร KTC	จำนวน	21	14	36	48	119	
	ร้อยละ	10.5	7.0	18.0	24.0	59.5	
รวม	จำนวน	33	23	63	81	200	
	ร้อยละ	16.5	11.5	31.5	40.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม *มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.399 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.940 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$

โดยสรุปได้ว่าปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.8) ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร เครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้งกับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 29.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร  
เครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง					$\chi^2_{df=3}$ (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	6	5	24	46	81	2.743 (0.433)
	ร้อยละ	3.0	2.5	12.0	23.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	14	13	34	58	119	
	ร้อยละ	7.0	6.5	17.0	29.0	59.5	
รวม	จำนวน	20	18	58	104	200	
	ร้อยละ	10.0	9.0	29.0	52.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้  
ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้  
บัตรเครดิต



$H_1$  : ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.743 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.433 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.9) ปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม กับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 26.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	5	13	33	30	81	8.379 (0.039)
	ร้อยละ	2.5	6.5	16.5	15.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	19	9	39	52	119	
	ร้อยละ	9.5	4.5	19.5	26.0	59.5	
รวม	จำนวน	24	22	72	82	200	
	ร้อยละ	12.0	11.0	36.0	41.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีเบี่ยงปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีเบี่ยงปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.379 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.039 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีเบี่ยงปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

**4.3.2.10) ปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต**

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมากกับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมากคิดเป็นร้อยละ 26.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงปัจจัยสะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยสะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	3	22	52	81	0.419 (0.936)
	ร้อยละ	2.0	1.5	11.0	26.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	7	6	29	77	119	
	ร้อยละ	3.5	3.0	14.5	38.5	59.5	
รวม	จำนวน	11	9	51	129	200	
	ร้อยละ	5.5	4.5	25.5	64.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยสะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยสะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.419 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.936 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยสะดวกในการใช้บัตร เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.11) ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด

จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด กับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 27.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 17.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด

จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด					$\chi^2_{df=3}$ (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	10	14	26	31	81	2.483 (0.478)
	ร้อยละ	5.0	7.0	13.0	15.5	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	18	13	34	54	119	
	ร้อยละ	9.0	6.5	17.0	27.0	59.5	
รวม	จำนวน	28	27	60	85	200	
	ร้อยละ	14.0	13.5	30.0	42.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.483 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้เกณฑ์สำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.478 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_1$  และยอมรับ  $H_0$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.12) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบายจำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบายกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 36.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 23.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่น มีจุดที่จ่ายชำระ ค่าบริการหลายที่, ใกล้บ้าน, มีที่จอดรถสะดวก					$\chi^2$ df=3  (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	6	6	23	46	81	2.252  (0.522)
	ร้อยละ	3.0	3.0	11.5	23.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	6	4	36	73	119	
	ร้อยละ	3.0	2.0	18.0	36.5	59.5	
รวม	จำนวน	12	10	59	119	200	
	ร้อยละ	6.0	5.0	29.5	59.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย **ไม่มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย **มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.252 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้เกณฑ์สำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.522 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิตอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.13) ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก จำแนกตาม

##### จำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมากกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 29.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	7	10	35	29	81	3.436 (0.329)
	ร้อยละ	3.5	5.0	17.5	14.5	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	7	13	41	58	119	
	ร้อยละ	3.5	6.5	20.5	29.0	59.5	
รวม	จำนวน	14	23	76	87	200	
	ร้อยละ	7.0	11.5	38.0	43.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ



ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก*ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก*มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.436 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.329 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก*ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.14) ปัจจัยมีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร กับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตรคิดเป็นร้อยละ 29.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร คิดเป็นร้อยละ 21.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงปัจจัยมีของแจกหรือสะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีของแจกหรือสะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	8	10	43	20	81	11.351 (0.010)
	ร้อยละ	4.0	5.0	21.5	10.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	8	15	40	56	119	
	ร้อยละ	4.0	7.5	20.0	28.0	59.5	
รวม	จำนวน	16	25	83	76	200	
	ร้อยละ	8.0	12.5	41.5	38.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีของแจกหรือสะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร**ไม่มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีของแจกหรือสะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร**มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 11.351 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.010 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีของแจกหรือสะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร**มี** ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.15) ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่กับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 26.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	9	10	41	21	81	8.117 (0.044)
	ร้อยละ	4.5	5.0	20.5	10.5	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	10	17	40	52	119	
	ร้อยละ	5.0	8.5	20.0	26.0	59.5	
รวม	จำนวน	19	27	81	73	200	
	ร้อยละ	9.5	13.5	40.5	36.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 8.117 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.044 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.16) ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร เครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทางกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง คิดเป็นร้อยละ 26.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทางและผู้ที่ไม่ม่บัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง คิดเป็นร้อยละ 18.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร  
เครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์					$\chi^2_{df=3}$ (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	10	19	37	15	81	7.839 (0.049)
	ร้อยละ	5.0	9.5	18.5	7.5	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	17	13	52	37	119	
	ร้อยละ	8.5	6.5	26.0	18.5	59.5	
รวม	จำนวน	27	32	89	52	200	
	ร้อยละ	13.5	16.0	44.5	26.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้  
ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้  
บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง**มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 7.839 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.049 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และ ยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง**มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.17) ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจนกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจนคิดเป็นร้อยละ 21.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถาม และแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน					$\chi^2$ df=3
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	(sig)
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	6	6	27	42	81	1.476 (0.688)
	ร้อยละ	3.0	3.0	13.5	21.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	8	14	43	54	119	
	ร้อยละ	4.0	7.0	21.5	27.0	59.5	
รวม	จำนวน	14	20	70	96	200	
	ร้อยละ	7.0	10.0	35.0	48.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.476 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.688 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บัตรเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%



#### 4.3.2.18) ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร เครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิตกับการเลือกใช้บริการเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 29.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 22.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังตามตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 แสดงปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตร  
เครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	2	3	32	44	81	2.240 (0.524)
	ร้อยละ	1.0	1.5	16.0	22.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	6	9	45	59	119	
	ร้อยละ	3.0	4.5	22.5	29.5	59.5	
รวม	จำนวน	8	12	77	103	200	
	ร้อยละ	4.0	6.0	38.5	51.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้  
ดังต่อไปนี้

$H_0$ : ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต **ไม่มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการ  
เครดิต

$H_1$ : ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต **มี** ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บริการ  
เครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.240เมื่อเปรียบเทียบกับค่า  
Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดง

ให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.524 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.19) ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเองกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 28.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง คิดเป็นร้อยละ 24.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่ มีบัตร KTC	จำนวน	4	6	25	46	81	2.340 (0.505)
	ร้อยละ	2.0	3.0	12.5	23.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	5	9	49	56	119	
	ร้อยละ	2.5	4.5	24.5	28.0	59.5	
รวม	จำนวน	9	15	74	102	200	
	ร้อยละ	4.5	7.5	37.0	51.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 2.340 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.505 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.20) ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมงกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมงคิดเป็นร้อยละ 27.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 23.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 แสดงปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	5	5	25	46	81	4.734 (0.192)
	ร้อยละ	2.5	2.5	12.5	23.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	7	18	40	54	119	
	ร้อยละ	3.5	9.0	20.0	27.0	59.5	
รวม	จำนวน	12	23	65	100	200	
	ร้อยละ	6.0	11.5	32.5	50.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง *มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 4.734 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.192 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง *ไม่มี* ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.21) ปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย

จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัยกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 27.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 25.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 แสดงปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย

จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	4	1	28	48	81	6.752 (0.080)
	ร้อยละ	2.0	0.5	14.0	24.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	8	6	55	50	119	
	ร้อยละ	4.0	3.0	27.5	25.0	59.5	
รวม	จำนวน	12	7	83	98	200	
	ร้อยละ	6.0	3.5	41.5	49.0	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ

ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 6.752 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.080 มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

#### 4.3.2.22) ปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

ผลการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิตกับการเลือกใช้บัตรเครดิต ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ที่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิตคิดเป็นร้อยละ 31.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิต KTC ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิตเป็นร้อยละ 25.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังปรากฏตามตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 แสดงปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต จำแนกตามจำนวนผู้ถือบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่าง		ปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต					$\chi^2$ df=3 (sig)
		ไม่มี อิทธิพล	น้อย	ปาน กลาง	มาก	รวม	
ผู้ที่ไม่มี บัตรKTC	จำนวน	10	11	50	10	81	3.757 (0.289)
	ร้อยละ	5.0	5.5	25.0	5.0	40.5	
ผู้ที่มีบัตร KTC	จำนวน	16	14	62	27	119	
	ร้อยละ	8.0	7.0	31.0	13.5	59.5	
รวม	จำนวน	26	25	112	37	200	
	ร้อยละ	13.0	12.5	56.0	18.5	100.0	

ที่มา: จากการคำนวณ



ในการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว จะสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

$H_1$  : ปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต *มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่าค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้เท่ากับ 3.757 เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าค่า Significance ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.289 มีค่ามากกว่า 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  โดยสรุปได้ว่าปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต *ไม่มี* ความสัมพันธ์ กับการเลือกใช้บัตรเครดิต อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยระดับความเชื่อมั่น 95%

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปว่า ลูกค้ายุคใหม่ที่มีความเห็นว่าปัจจัยที่ *มี* ความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ทั้งหมด 8 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สีที่สวยงามปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี ปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ปัจจัยมีของแถมหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บัตร ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่ ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย โดยค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติทั้ง 8 ปัจจัยนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หากค่าคำนวณที่ได้มีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  ยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกในขอบเขตวิกฤต ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ **มี** ความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยที่ <b>มี</b> ความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต	ค่า $\chi^2$ ที่คำนวณได้	ค่า Significance
1.ปัจจัยชื่อเสียงของบัตรเครดิตและสถาบันผู้ออกบัตร	2.175	0.007
2.ปัจจัยรูปแบบของบัตรที่หลากหลาย สี สันสวยงาม	11.728	0.008
3.ปัจจัยค่าธรรมเนียมในการดำเนินงานแรกเข้า/รายปี ฟรี	6.836	0.077
4.ปัจจัยมีเบี้ยปรับชำระหนี้ล่าช้า อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม	8.379	0.039
5.ปัจจัยมีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลจากการใช้บริการ	11.351	0.010
6.ปัจจัยการให้ของสมนาคุณกับสมาชิกใหม่	8.117	0.044
7.ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์	7.839	0.049
8.ปัจจัยลูกค้ามีความเชื่อมั่นว่าการถือบริการจากบัตรเครดิตมีความปลอดภัย	6.752	0.080

ที่มา : จากการคำนวณ

สำหรับปัจจัยที่ **ไม่มี** ความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต ทั้งหมด 14 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้งานบัตรเครดิต ปัจจัยระยะเวลาของการชำระคืน โดยปลอดดอกเบี้ย ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง ปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บริการเครดิต เป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง และปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต โดยค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติทั้ง 14 ปัจจัยนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับค่า Significance โดยใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หากค่าคำนวณที่ได้มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก  $H_0$  ปฏิเสธสมมติฐานรอง  $H_1$  เนื่องจากค่า Significance ที่คำนวณได้ตกนอกขอบเขตวิกฤต ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ *ไม่มี* ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

ปัจจัยที่ <i>ไม่มี</i> ความสัมพันธ์ ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต	ค่า $\chi^2$ ที่คำนวณได้	ค่า Significance
1. ปัจจัยพิจารณาเงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิก	2.572	0.462
2. ปัจจัยดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายเงินบัตรเครดิต	5.192	0.158
3. ปัจจัยรอบระยะเวลาของการชำระคืนโดยปลอดดอกเบี้ย	1.860	0.602
4. ปัจจัยเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าในอัตราที่เหมาะสม	0.399	0.940
5. ปัจจัยการเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระแต่ละครั้ง	2.743	0.433
6. ปัจจัยสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก	0.419	0.936
7. ปัจจัยมีจำนวนตู้ ATM มากเพียงพอซึ่งสะดวกต่อการให้บริการถอนเงินสด	2.483	0.478
8. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย	2.252	0.522
9. ปัจจัยการได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมบริการเป็นจำนวนมาก	3.436	0.329
10. ปัจจัยพนักงานให้บริการในการใช้บริการเครดิตเป็นอย่างดีสามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน	1.476	0.688
11. ปัจจัยความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตรเครดิต	2.240	0.524
12. ปัจจัยพนักงานยิ้มแย้ม บุคลิกดี บริการเป็นกันเอง	2.340	0.505
13. ปัจจัยมีบริการสอบถามข้อมูลผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง	4.734	0.192
14. ปัจจัยมีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต	3.757	0.289

ที่มา : จากการคำนวณ