

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

#### การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ มีจุดประสงค์ที่สำคัญคือ ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต เหตุผลที่ใช้ และ เลือกสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตและทัศนคติและ ความเห็นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัย ได้อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS/PC+ และ MICROSTAT เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการอ่านผลการวิเคราะห์ ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และ อักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

$X^2$  หมายถึง ค่าไคร้สแควร์

df หมายถึง ชั้นของความเป็นอิสระของการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

Significance หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่จะปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ ( $H_0$ ) บนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่จริง

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

$H_1$  : พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 : ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

$H_1$  : เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคใช้และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต แต่ละยี่ห้อแตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 : ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

$H_1$  : ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บัตรเครดิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

## ส่วนที่ 1

### การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยทำการวิเคราะห์  
พฤติกรรมของผู้บริโภคแยกตามอาชีพและรายได้ในด้านต่างๆ ดังนี้

#### 1. ปีที่บัตรเครดิต

-ปีที่บัตรเครดิตที่เคยใช้

-ปีที่บัตรเครดิตที่ใช้ในปัจจุบัน

-ปีที่บัตรเครดิตที่คาดว่าจะใช้ในอนาคต

#### 2. วัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิต

#### 3. การใช้บัตรเครดิตเมื่อไหร่

#### 4. สถานที่ใช้บัตรเครดิต

#### 5. ประโยชน์การใช้บัตรเครดิต

#### 6. จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค

ทดสอบสมมติฐาน  $H_1$  : พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยที่พิจารณาตามอาชีพที่ต่างกันของผู้บริโภค

ตารางที่ 1 แสดงยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคเคยใช้แยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ	4	13.3	3	15.8	4	15.4	11	14.6
ธนาคารกรุงไทย	5	16.7	7	36.8	6	23.0	18	24.0
ธนาคารสกลนครไทย	4	13.3	3	15.8	1	3.8	8	10.6
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	4	13.3	1	5.2	3	11.5	8	10.6
ธนาคารไทยพาณิชย์	4	13.3	4	21.0	5	19.2	13	17.3
ชาวนคร	3	10.0	-	-	3	11.5	6	8.0
วีซ่า	4	13.3	1	5.2	1	3.8	6	8.0
มาสเตอร์, อเมริกัน	2	6.7	-	-	3	11.5	5	6.7
รวม	30	100.0	19	100.0	26	100.0	75	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า  $X^2 = 15.794$   $df = 14$   $Significance = 0.3261$  เปรียบเทียบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคใช้แต่ละอาชีพไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่าบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยเป็นยี่ห้อที่ทุกอาชีพเคยใช้มากกว่าบัตรเครดิตยี่ห้ออื่นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ตารางที่ 2 แสดงยี่ห้อบัตร เครดิตที่ผู้บริโภคใช้อยู่ในปัจจุบันแยกตามอาชีพ

อาชีพ บัตร เครดิตที่ใช้อยู่ปัจจุบัน	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ	9	11.4	10	9.8	17	16.8	36	12.7
ธนาคารกรุงไทย	26	39.9	19	18.6	12	11.9	57	20.2
ธนาคารกสิกรไทย	12	15.2	22	21.5	13	12.8	47	16.7
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	2	2.5	4	3.9	7	6.9	13	4.6
ธนาคารไทยพาณิชย์	13	16.4	21	20.5	31	30.7	65	23.0
ขวัญนคร	3	3.8	2	2.0	1	1.0	6	2.2
วีซ่า	7	8.9	17	16.7	11	10.9	35	12.4
มาสเตอร์	1	1.2	4	4.0	7	6.9	12	4.3
อเมริกันเอ็กซ์เพรส	6	7.6	3	2.9	2	1.9	11	3.9
รวม	79	100.0	102	100.0	101	100.0	282	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า  $X^2 = 31.541$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 16$  Significance = 0.0115 ดังนั้นจึงยอมรับว่าบัตร เครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบันแตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่ายี่ห้อบัตร เครดิตที่ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการใช้บัตร เครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าบัตร เครดิตยี่ห้ออื่น ส่วนผู้บริโภคตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ รัฐวิสาหกิจใช้บัตร เครดิตธนาคารกสิกรไทยมากกว่ายี่ห้ออื่น และผู้บริโภคตอบแบบสอบถามมี อาชีพเอกชนใช้บัตร เครดิตธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่ายี่ห้ออื่น แต่จากการพิจารณารวมผู้ บริโภคตอบแบบสอบถามทั้งหมดใช้บัตร เครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบันมากกว่าบัตรยี่ห้อ อื่น

ตารางที่ 3 แสดงยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคคาดว่าจะใช้ในอนาคต

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ	52	10.9	52	11.2	44	9.6	148	10.6
ธนาคารกรุงไทย	35	7.4	39	8.4	50	10.9	124	8.8
ธนาคารกสิกรไทย	48	10.0	41	8.8	51	11.1	140	10.0
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	59	12.4	60	12.9	52	11.3	171	12.2
ธนาคารไทยพาณิชย์	48	10.1	39	8.4	29	6.3	116	8.3
ชาวนคร	63	13.2	63	13.6	62	13.5	188	13.4
วิชา	54	11.3	47	10.1	53	11.6	154	11.0
มาสเตอร์	60	12.6	61	13.2	57	12.4	178	12.7
อเมริกันเอ็กซ์เพรส	57	11.9	62	13.3	61	13.3	180	12.8
รวม	476	100.0	464	100.0	459	100.0	1399	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า  $X^2 = 11.126$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 16$   
 Significance = 0.8016 ดังนั้นจึงยอมรับว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคตอบแบบสอบถาม  
 คาดว่าจะใช้ใน อนาคตไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้บัตรเครดิต  
 ชาวนครในอนาคตร มากกว่าบัตรอื่น ๆ

Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์การใช้								
เบิกเงินสด	17	10.9	12	8.6	11	7.1	40	8.9
ใช้ซื้อสินค้า	56	35.9	56	40.0	58	37.7	170	37.8
ชำระค่าอาหาร, บริการ	35	22.4	33	23.5	46	28.8	114	25.3
ต้องการปิดเวลาชำระ เงิน	22	14.1	25	17.9	25	16.2	72	16.0
ประหยัดเวลาเบิกเงินสด	20	12.8	12	8.6	12	7.8	44	9.8
อื่น ๆ ... เติมน้ำมัน	6	3.9	2	1.4	2	1.4	10	2.2
รวม	156	100.0	140	100.0	154	100.0	450	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2 = 9.325$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 10$  Significance = 0.5016 แสดงว่าวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อใช้ซื้อสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์อื่น รองลงมาคือใช้ชำระค่าอาหาร บริการ

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสดหมด	23	22.1	17	18.4	16	16.6	56	19.2
ซื้อสินค้าราคาสูง	32	30.7	41	44.5	38	39.5	111	38.0
ได้รับส่วนลดหรือบริการพิเศษจากการใช้บัตร	23	22.1	15	16.3	30	31.2	68	23.3
ไปต่างประเทศ	14	13.4	11	11.9	6	6.2	31	10.6
อื่น ๆ.....	12	11.5	8	8.7	6	6.2	26	8.9
รวม	104	100.0	92	100.0	96	100.0	292	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2 = 12.193$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 8$  Significance = 0.1428 แสดงว่าการใช้บัตรเครดิตเมื่อไหร่ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าราคาสูงมากกว่ากรณีอื่น ๆ รองลงมาคือการใช้บัตรเครดิตเพื่อรับส่วนลดหรือบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงสถานที่ใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	56	32.0	61	35.6	64	30.6	181	32.6
ร้านค้าทั่วไป	32	18.3	26	14.8	42	20.1	100	18.0
โรงแรม(ที่พัก, อาหาร)	42	24.0	39	22.8	43	20.5	124	22.3
สถานบริการ, คอฟฟี่- ชอฟ, คาราโอเกะ, อาบ อบ นวด	14	8.0	16	9.3	29	11.9	59	10.6
ธนาคาร	7	4.0	2	1.1	2	0.9	11	2.0
ร้านจำหน่ายตัวโดยสาร เครื่องบิน	17	9.7	23	13.4	27	12.9	67	12.1
โรงเรียน, มหาวิทยาลัย	2	1.1	-	-	1	0.5	3	.6
อื่น ๆ	5	2.8	4	2.3	1	0.5	10	1.8
รวม	175	100.0	171	100.0	209	100.0	555	100.0

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2 = 17.991$  ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05  $df = 14$  Significance = 0.2072 แสดงว่าสถานที่ใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพใช้บัตรเครดิตทุก ๆ แห่งแต่จะใช้ที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่าที่อื่น รองลงมาคือโรงแรม (ที่พัก ห้องอาหาร)



ตารางที่ 7 แสดงประโยชน์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เบิกเงินสด	7	6.8	5	5.0	4	3.9	16	5.2
ใช้ซื้อสินค้า	56	55.0	56	55.4	53	51.9	165	54.2
ชำระค่าอาหาร	19	18.6	17	16.8	21	20.6	57	18.7
ชำระค่าบริการ	9	8.8	10	9.9	13	12.7	32	10.5
ซื้อเครื่องประดับ	4	3.9	5	5.0	4	4.0	13	4.2
ค่ารักษาพยาบาล	5	4.9	7	6.8	6	5.8	18	6.0
อื่น ๆ ระบุ	2	2.0	1	1.0	1	1.0	4	1.3
รวม	102	100.0	101	100.0	102	100.0	305	100.

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2 = 3.194$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 12$  Significance = 0.9940 แสดงค่าประโยชน์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพได้ใช้บัตรเครดิตเพื่อประโยชน์ในการซื้อสินค้ามากกว่าประโยชน์ในด้านอื่น ๆ รองลงมาคือใช้ชำระค่าอาหาร

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือน (บาท)								
1,000 - 5,000	33	50.8	28	43.1	32	49.2	93	47.7
5,001 - 10,000	22	33.8	21	32.3	22	33.8	65	33.3
10,000 - 20,000	5	7.7	7	10.8	8	12.3	20	10.3
20,001 - 30,000	3	4.6	4	6.2	2	3.1	9	4.6
30,000 ขึ้นไป	2	3.1	5	7.7	1	1.5	8	4.1
รวม	65	100.0	65	100.0	65	100.0	195	100.0

จากผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 5.09905$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 8$  Significance = 0.7469 แสดงว่าจำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพใช้เงินต่อเดือน อยู่ในระหว่าง 1,000 - 5,000 บาท มากกว่าช่วงอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 " พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน"  
โดยพิจารณาความรายได้ของผู้บริโภค

ตารางที่ 9 แสดงยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคเคยใช้แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิตที่เคปใช้												
ธนาคารกรุงเทพ	4	30.7	3	12.8	1	6.9	1	50.0	2	9.0	11	14.6
ธนาคารกรุงไทย	4	30.7	6	25.0	-	-	-	-	8	36.3	18	24.0
ธนาคารกสิกรไทย	2	15.4	3	12.5	2	12.5	-	-	1	4.5	8	10.6
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	1	7.7	2	8.3	1	6.2	-	-	4	18.2	8	10.6
ธนาคารไทยพาณิชย์	1	7.7	4	20.8	7	43.7	1	50.0	1	4.5	13	17.3
ขวัญนคร	-	-	3	12.5	2	12.5	-	-	1	4.5	6	8.0
วีซ่า	-	-	3	12.5	1	15.9	-	-	2	9.0	6	8.0
มาสเตอร์, อเมริกันเอ็กซ์เพรส	-	-	-	-	2	12.5	-	-	3	13.6	5	6.7
รวม	13	100.0	24	100.0	16	100.0	2	100.0	22	100.0	75	100.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2 = 36.660$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 28$   
Significance = 0.1264 ดังนั้นจึงยอมรับว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคตอบแบบสอบถาม  
เคยใช้ไม่แตกต่างกัน

โดยพบว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้เคยใช้  
ส่วนใหญ่คือบัตร เครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่ายี่ห้ออื่นๆ

ตารางที่ 10 แสดงยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคใช้อยู่ในปัจจุบันแยกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิตที่ใช้ปัจจุบัน												
ธนาคารกรุงเทพ	11	18.3	13	13.0	4	8.5	1	5.9	7	12.0	36	12.8
ธนาคารกรุงไทย	13	21.6	21	21.0	12	25.5	3	17.6	8	13.8	57	20.2
ธนาคารกสิกรไทย	11	13.3	13	13.0	7	14.9	6	35.3	9	15.5	47	16.7
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	3	5.0	4	4.0	2	4.2	-	-	4	6.9	13	4.6
ธนาคารไทยพาณิชย์	17	28.3	33	33.0	7	14.9	1	5.9	8	13.8	65	23.0
ขวัญนคร	3	5.0	1	1.0	-	-	1	5.9	1	1.7	6	2.1
วีซ่า	1	1.6	11	11.0	8	17.0	3	17.6	12	20.7	35	12.4
มาสเตอร์การ์ด	1	1.6	2	2.0	4	2.5	-	-	5	8.6	12	4.3
อเมริกันเอ็กซ์เพรส	-	-	2	2.0	3	6.4	2	11.7	4	6.9	11	3.9
รวม	60	100.0	100	100.0	47	100.0	17	100.0	58	100.0	282	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่า  $X^2 = 52.233$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.5 \text{ df} = 32$  Significance = 0.0134 แสดงว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามแตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท ใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่าบัตรยี่ห้ออื่น ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าบัตรยี่ห้ออื่น ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-25,000 บาท ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมากกว่าบัตรยี่ห้ออื่น และผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปใช้บัตรเครดิตวีซ่ามากกว่าบัตรยี่ห้ออื่น

ตารางที่ 11 แสดงยี่ห้อบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่คาดว่าจะใช้ในอนาคตแยกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิตที่คาดว่าจะใช้												
ธนาคารกรุงเทพ	30	8.2	56	12.2	28	12.8	12	12.6	22	11.3	148	10.6
ธนาคารกรุงไทย	34	9.4	46	10.0	16	7.3	11	11.5	17	8.7	124	8.8
ธนาคารกสิกรไทย	35	9.6	54	11.7	17	7.8	7	7.3	27	13.9	140	10.0
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	46	12.6	65	14.2	24	11.0	14	14.7	22	11.3	171	12.2
ธนาคารไทยพาณิชย์	30	8.7	34	7.4	20	9.12	11	11.5	21	10.8	116	8.3
ชาแนล	40	11.0	65	14.2	23	10.6	13	13.7	25	12.9	188	13.4
วีซ่า	49	13.5	58	12.6	19	8.7	11	11.5	17	8.7	154	11.0
มาสเตอร์	49	13.5	70	15.0	27	12.3	14	12.6	18	12.9	178	12.7
อเมริกันเอ็กซ์เพรส	50	13.7	69	13.2	24	12.3	12	11.3	25	12.6	180	12.8
รวม	363	100.0	459	100.0	218	100.0	95	100.0	194	100.0	1399	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่า  $X^2 = 21.013$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 32$

Significance = 0.9314 แสดงว่ายี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามรายได้

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความต้องการใช้บัตรเครดิตทุกยี่ห้อแต่ในอนาคตคาดว่าจะใช้บัตรเครดิตชาแนลมากกว่ายี่ห้ออื่น

ตารางที่ 12 แสดงวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ย

วัตถุประสงค์การใช้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เบิกเงินสด	11	10.2	11	6.6	11	14.6	1	2.7	6	9.1	40	8.9
ใช้ซื้อสินค้า	39	36.4	63	37.9	25	33.3	13	36.1	30	45.4	170	37.8
ชำระค่าอาหาร, บริการ	29	27.1	42	25.3	17	22.6	7	19.4	19	28.7	114	25.3
ต้องการยืดเวลาชำระเงิน	23	21.5	28	16.8	10	13.3	6	16.7	5	7.5	72	16.0
ประหยัดเวลาเบิกเงินสด	5	4.6	17	10.2	10	13.3	7	19.4	5	7.5	44	9.8
อื่น ๆ .....	-	-	5	3.0	2	2.6	2	5.5	1	1.5	10	2.2
รวม	107	100.0	166	100.0	75	100.0	36	100.0	66	100.0	450	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่า  $X^2 = 26.020$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 20$ .  
 Significance = 0.1651 แสดงว่าวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตที่ตอบแบบสอบถาม  
 ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีวัตถุประสงค์ในการใช้  
 บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์อื่น รองมาคือใช้เพื่อชำระค่าอาหาร บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้บัตรเครดิตเมื่อไหร่	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงินสดหมด	12	17.4	20	18.7	11	23.9	4	15.4	9	20.4	56	19.1
ซื้อสินค้าราคาสูง	25	36.2	50	46.7	14	30.4	10	38.4	12	27.2	111	38.0
ได้รับส่วนลดหรือบริการพิเศษ	23	33.3	22	20.5	6	13.0	4	15.4	13	29.5	68	23.3
ไปต่างประเทศ	4	5.8	7	6.5	8	17.4	5	19.2	7	15.9	31	10.6
อื่น ๆ ระบุ	5	7.2	8	7.4	7	15.2	3	11.5	3	6.8	26	8.9
รวม	69	100.0	107	100.0	46	100.0	26	100.0	44	100.0	292	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 24.488$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 16$  Significance = 0.0808 แสดงว่าการใช้บัตรเครดิตเมื่อไหร่ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ จะใช้บัตรเครดิตเมื่อต้องการซื้อสินค้าราคาสูง มากกว่าอย่างอื่น รองมาคือใช้เมื่อได้รับส่วนลดหรือบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงสถานที่ผู้บริโภควิเคราะห์บัตรเครดิตแยกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	45	34.3	69	35.0	25	26.0	12	33.3	30	31.5	181	32.6
ร้านค้าทั่วไป	26	19.8	36	18.2	16	16.6	7	19.4	15	15.8	100	18.0
โรงแรม (ที่พัก, ห้องอาหาร)	29	22.1	43	21.8	21	21.9	7	19.4	24	25.2	124	22.3
สถานบริการ, คอฟฟี่ชอป	16	12.2	18	9.1	16	16.7	3	8.3	6	6.3	59	10.6
คาราโอเกะ, อาบอบนวด												
ธนาคาร	4	3.0	4	2.0	2	2.0	1	2.7	-	-	11	2.0
ร้านค้าจำหน่ายตัวเครื่องมินิ	11	8.4	23	11.7	11	11.4	4	11.1	18	18.9	67	12.1
โรงเรียน, มหาวิทยาลัย	-	-	1	0.5	2	2.0	-	-	-	-	3	0.6
อื่น ๆ	-	-	3	1.5	3	3.1	2	5.5	2	2.1	10	1.8
รวม	131	100.0	197	100.0	96	100.0	36	100.0	95	100.0	555	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 28.742$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 28

Significance = 0.4257 แสดงว่าสถานที่ใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ ใช้บัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้า

มากกว่าสถานที่อื่น รองมาคือใช้ที่โรงแรม (ที่พัก ห้องอาหาร)



ตารางที่ 15 แสดงประโยชน์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิต												
เบิกเงินสด	6	8.3	3	2.9	3	6.1	2	8.3	2	3.4	16	5.2
ใช้ซื้อสินค้า	41	57.0	64	63.3	22	44.9	10	41.6	28	47.4	165	54.1
ชำระค่าอาหาร	14	19.4	14	13.8	11	22.4	3	12.5	15	25.4	57	18.6
ชำระค่าบริการ	6	8.3	9	8.9	4	8.1	4	16.7	9	15.2	32	10.5
ซื้อเครื่องประดับ	1	1.4	6	5.9	4	8.1	1	4.1	1	1.7	13	4.3
ค่ารักษาพยาบาล	4	5.5	4	3.9	4	8.1	2	8.3	4	6.7	18	6.0
อื่น ๆ ระบุ	-	-	1	0.9	1	2.0	2	8.3	-	-	4	1.3
รวม	72	100.0	101	100.0	49	100.0	24	100.0	59	100.0	305	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 30.528$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 24$   $Significance = 0.1679$  แสดงว่าประโยชน์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เห็นประโยชน์การใช้บัตรเครดิต คือสามารถใช้ซื้อสินค้า มากกว่าประโยชน์ด้านอื่น ๆ รองมาคือชำระค่าอาหาร

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเงินที่เคवाई ต่อเดือน												
1,000 - 5,000	33	66.0	35	48.6	14	50.0	6	42.9	5	16.1	93	47.7
5,001 - 10,000	14	28.0	31	43.1	9	32.1	3	21.4	8	25.8	65	33.3
10,001 - 20,000	3	6.0	4	5.6	4	14.3	5	35.7	4	12.9	20	10.3
20,001 - 30,000	-	-	1	1.4	1	3.6	-	-	7	22.6	9	4.6
30,001 ขึ้นไป	-	-	1	1.4	-	-	-	-	7	22.6	8	4.1
รวม	50	100.0	72	100.0	28	100.0	14	100.0	31	100.0	195	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 82.82934$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 16$  Significance = 0.0000 แสดงว่าจำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าจำนวนเงินที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 1,000 - 5,000 บาท ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป จะใช้บัตรเครดิตโดยมีจำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือน คือ 5,001 - 10,000 บาท

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สรุปผลการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

$H_0$  : พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคตามอาชีพ สรุปได้ดังนี้

- ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยพิจารณาตามอาชีพพบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน คือ การเลือกยี่ห้อบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการจะใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าธนาคารอื่น ส่วนผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ ใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มากกว่าธนาคารอื่นและผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเอกชนใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่าธนาคารอื่น

- ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยพิจารณาตามอาชีพ คือ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน มีดังนี้

1. การใช้ยี่ห้อบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

1.1 ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคเคยใช้ โดยพบว่าทุกอาชีพจะ เคยใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าบัตรเครดิตอื่น ๆ โดยเฉพาะพนักงานรัฐวิสาหกิจเคยใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าข้าราชการและ เอกชน

1.2 ยี่ห้อบัตรเครดิตที่คาดว่าจะใช้ในอนาคตไม่แตกต่างกันโดยทุกอาชีพต้องการใช้บัตรจำนวนมากกว่าบัตรยี่ห้ออื่น ๆ โดยเฉพาะพนักงานรัฐวิสาหกิจคาดว่าจะใช้บัตรเครดิตจำนวนในอนาคตมากกว่าข้าราชการและ เอกชน

2. ด้านวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

2.1 วัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

2.2 การใช้บัตรเครดิตเมื่อไหร่ของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคจะใช้บัตรเครดิต เมื่อซื้อสินค้าที่มีราคาสูงมากกว่าจะใช้ในกรณีอื่น

2.3 สถานที่ที่ผู้บริโภครับบัตรเครดิต พบว่าสถานที่ที่ผู้บริโภครับบัตรเครดิตจะใช้ที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่าที่อื่น

3. ด้านประโยชน์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ประโยชน์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภครับบัตรเครดิตเพื่อประโยชน์ในการซื้อสินค้ามากกว่าด้านอื่น

4. ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายบัตรเครดิตต่อเดือนของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามอาชีพ โดยพบว่าผู้บริโภครับบัตรเครดิต จำนวนเงิน 1,000-5,000 บาท ต่อเดือน มากกว่าระดับอื่น

- การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคตามระดับรายได้ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม สรุปผลได้ดังนี้

- ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล คือ พฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน มีดังนี้

1. การวิเคราะห์การใช้จ่ายบัตรเครดิตแต่ละยี่ห้อของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

1.1 ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคเคยใช้ พบว่าผู้บริโภคทุกระดับรายได้ เคยใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยมากกว่าบัตรเครดิตยี่ห้ออื่น

1.1 ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคราคาคาดว่าจะใช้ในอนาคต พบว่าผู้บริโภคทุกระดับรายได้คาดว่าจะใช้บัตรเครดิตขวัญนครมากกว่าบัตรเครดิตยี่ห้ออื่น

2. การวิเคราะห์วัตถุประสงค์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

2.1 วัตถุประสงค์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์การใช้จ่ายบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

2.2 การใช้จ่ายบัตรเครดิตเมื่อไหร่ของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคระบุว่าจะใช้บัตรเครดิตเมื่อต้องการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงมากกว่ากรณีอื่น

2.3 สถานที่ที่ผู้บริโภคของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคระบุว่าจะใช้บัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้ามากกว่าสถานที่อื่น

3. การวิเคราะห์ประโยชน์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

ประโยชน์การใช้จ่ายบัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าประโยชน์การใช้จ่ายบัตรเครดิตในการซื้อสินค้ามากกว่าประโยชน์อื่น

4. การวิเคราะห์จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน พบว่าจำนวนเงินที่ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 1,000-5,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน คือ ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ใช้ในปัจจุบัน

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตและเลือกใช้บัตรเครดิตแต่ละยี่ห้อของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน มีดังนี้

- ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคเคยใช้ พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่เคยใช้บัตรเครดิต ธนาคารกรุงไทย
- ยี่ห้อบัตรเครดิตที่ผู้บริโภคคาดว่าจะใช้ในอนาคต พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตขวัญนคร
- วัตถุประสงค์การใช้บัตรเครดิต พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อซื้อสินค้า
- การใช้บัตรเครดิต พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิต เมื่อซื้อสินค้าราคาสูง
- สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิต พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตในห้างสรรพสินค้า
- ประโยชน์การใช้บัตรเครดิต พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิต เพื่อประโยชน์ในการซื้อสินค้า
- จำนวนเงินที่ใช้ต่อเดือน พบว่าทุกอาชีพส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิต เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1,000 - 1,500 บาท

## ส่วนที่ 2

### การทดสอบข้อสมมติฐานข้อที่ 2

เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยจะทำการวิเคราะห์ผู้บริโภควิเคราะห์จากอาชีพที่ต่างกันและรายได้ที่ต่างกัน เหตุผล ดังต่อไปนี้

1. เหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้
2. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต
3. เหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคต



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิต

ทดสอบสมมติฐาน  $H_1$  : เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคใช้และเลือกเป็นสมาชิก  
บัตรเครดิตแตกต่างกันที่พิจารณาตามอาชีพ

ตารางที่ 17 แสดงเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

เหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้	อาชีพ		รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก	53	23.8	51	22.3	58	21.6	162	22.8		
สามารถใช้แทนเงินสด	55	24.7	56	25.1	49	18.2	160	22.6		
ธนาคารเป็นผู้ออกบัตรให้	6	2.7	3	1.3	15	5.6	24	3.4		
มีความจำเป็นต้องใช้	9	4.0	5	2.3	16	6.0	30	4.2		
เพื่อไว้กรณีฉุกเฉิน	51	22.8	46	21.1	46	17.1	143	20.2		
ได้ใบบริการเสริมด้านอื่น	15	6.7	20	9.1	23	8.6	58	8.2		
ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย- ชิงเงินสด	25	11.2	22	10.1	26	9.7	73	10.3		
แสดงถึงฐานะ เศรษฐกิจ	5	2.2	13	5.9	28	10.4	26	6.5		
เพื่อน ๆ ถือบัตรเกือบ- ทุกคน	2	0.9	1	0.5	7	2.6	10	1.4		
อื่น ๆ	2	0.9	1	0.5	-	-	3	0.4		
รวม	223	100.0	218	100.0	268	100.0	709	100.0		

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 37.419$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 18$   
Significance = 0.0046 แสดงว่าเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค  
แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม  
อาชีพรับราชการสามารถใช้แทนเงินสดมากกว่าเหตุผลอื่น เช่นเดียวกับกับผู้บริโภคที่ทำ  
งานรัฐวิสาหกิจมีเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตคือสามารถใช้แทนเงินสด ส่วนผู้บริโภค  
ที่ทำงานเอกชน มีเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิตเพื่อความสะดวกมากกว่าเหตุผลอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 18 แสดงเหตุการณ์ทัศนใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุการณ์การตัดสินใจเลือก								
ได้รับการชักชวนจาก- ธนาคาร	30	13.7	30	12.9	29	11.6	89	12.7
เพื่อแนะนำ	8	3.6	12	5.2	12	4.8	32	4.6
ประทับใจชื่อเสียงของ- บัตร	13	6.0	21	9.0	21	8.4	55	7.9
เงื่อนไขเอื้ออำนวย	15	6.8	19	8.1	28	11.2	62	8.9
เป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว	33	15.1	38	16.3	34	13.6	105	15.0
วงเงินที่อนุมัติสูง	12	5.5	14	6.0	5	2.0	31	4.4
อัตราค่าธรรมเนียมถูก	11	5.0	14	6.0	24	9.6	49	7.0
มีร้านค้ารับบัตรนี้มาก	31	14.2	32	13.7	33	13.2	96	13.7
ได้รับของสมนาคุณตอน- สมัคร	2	.1	1	0.4	1	0.4	4	0.6
ร้านค้าลดราคาสินค้า- เมื่อใช้บัตร	11	5.0	8	3.4	12	4.8	31	4.4
รายการพิเศษสั่งซื้อ- ไปรษณีย์	6	2.7	4	1.7	4	1.6	14	2.0

ตารางที่ 18 (ต่อ)

อาชีพ เลือก	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจในผลประโยชน์- ที่ได้รับ	17	7.8	13	5.6	22	8.8	52	7.4
ค่าธรรมเนียมนิยมเบิกเงิน- สดค่า	6	2.7	2	0.8	5	2.0	13	1.8
โฆษณาประทับใจ	-	-	1	0.4	1	0.4	2	0.3
สามารถใช้ได้ทั้งใน- และนอกประเทศ	19	8.7	24	10.3	8	7.2	61	8.7
อื่น ๆ ระบุ	4	1.8	-	-	-	-	4	0.6
รวม	218	100.0	233	100.0	244	100.0	700	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 32.496$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 30$   
Significance = 0.3448 ดังนั้นจึงยอมรับว่า เหตุผลการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิตของ  
ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันแยกตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่มี เหตุผลการตัดสินใจเลือก  
ใช้บัตรเครดิต เพราะเป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้วมากกว่าเหตุผลอื่น

ตารางที่ 19 แสดงเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคตแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ต้องการใช้บัตร เครดิตในอนาคต								
มีการยอมรับมาก	28	12.3	34	14.0	47	19.2	109	15.4
วงเงินบัตรเครดิตสูง	19	8.3	33	13.6	19	7.7	71	10.0
เป็นสมาชิกง่าย ไม่มี- หลักประกัน	19	8.3	26	10.7	19	7.8	64	9.4
ได้รับส่วนลดพิเศษจาก- ร้านค้า	17	7.5	21	8.6	18	7.3	56	7.9
ประทับใจชื่อเสียงบัตร	10	4.4	12	4.9	21	8.5	43	6.1
ข่าวสาร, บริการพิเศษ- มาก	13	5.7	10	4.1	14	5.7	37	5.2
ใช้ได้ทั้งในและนอก- ประเทศ	26	11.4	30	12.3	36	14.7	92	13.0
ร้านค้าไม่คิดค่าธรรมเนียม- นิยมเมื่อซื้อสินค้า- และบริการ	22	9.7	16	6.6	22	8.9	60	8.4
อัตราค่าธรรมเนียมต่อ- ปีถูก	16	7.0	17	7.0	14	5.7	47	6.6
ติดต่อได้สะดวก	18	7.9	14	5.7	9	3.6	41	5.8

ตารางที่ 19 (ต่อ)

เหตุผลที่ต้องการใช้บัตร เครดิตในอนาคต	อาชีพ		รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรมีอายุมากกว่าบัตร- อื่น	6	2.6	6	2.5	3	1.2	15	2.1		
ให้เครดิตนานกว่าบัตร- อื่น	12	5.3	7	2.9	9	3.6	28	3.9		
ค่าธรรมเนียมเบิกเงิน- สดต่ำ	8	3.5	4	1.6	6	2.4	18	2.5		
เป็นลูกค้ายานพาหนะอยู่แล้ว	11	4.9	11	4.5	7	2.8	29	4.1		
อื่น ๆ	2	0.8	2	0.8	1	0.4	5	0.7		
รวม	225	100.0	241	100.0	244	100.0	710	100.0		

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 31.204$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 28$  Significance = 0.4059 ดังนั้นจึงยอมรับว่าเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคต เนื่องจากมีการยอมรับมากกว่าเหตุผลอื่น

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 "เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน"  
โดยพิจารณาตามรายได้ของผู้บริโภค

ตารางที่ 20 แสดงเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตที่ต้องการจะมีในอนาคตของผู้บริโภค  
แยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีการยอมรับมาก	30	16.2	41	15.6	13	15.1	6	14.3	19	14.1	109	15.4
ให้วงเงินสูง	16	8.7	33	12.5	9	10.5	3	7.1	10	7.4	71	10.0
คิดค่าธรรมเนียมสมาชิกง่าย	19	10.2	27	10.2	7	8.1	4	9.5	7	5.2	64	9.0
ไม่ต้องมีหลักประกัน												
ส่วนลดพิเศษจาก ร้านค้า, บริการ	14	7.6	20	7.6	7	8.1	4	9.5	11	8.2	56	7.9
ประทับใจชื่อเสียง	11	5.9	15	5.7	5	5.8	1	2.4	11	8.2	43	6.1
ข่าวสารและบริการ- พิเศษ	10	5.4	13	4.9	5	5.8	2	4.7	7	5.2	37	5.2
ใช้ได้ทั้งในและนอก- ประเทศ	28	15.1	34	12.9	10	11.6	4	9.5	16	11.9	92	13.0
ร้านค้าไม่คิดค่าธรรมเนียม- นิยมเพิ่มจากการซื้อ- สินค้าและบริการ	15	8.1	23	8.7	7	8.1	2	4.7	13	9.7	60	8.4
อัตราค่าธรรมเนียมต่อ- ปีถูก	15	8.1	12	4.5	5	5.8	3	7.1	12	8.9	47	6.6

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คิดต่อได้สะดวก	8	4.3	14	5.3	8	9.3	3	7.1	8	5.9	41	5.8
บัตรมีอายุมากกว่าบัตรอื่น	2	1.1	8	3.0	-	-	1	2.4	4	3.0	15	2.1
ให้เครดิตนานกว่าบัตรอื่น	5	2.7	9	3.4	3	3.5	3	7.1	8	5.9	28	3.9
ค่าธรรมเนียมการเบิก- เงินสดต่ำ	4	2.1	7	2.7	4	4.7	2	2.4	1	0.7	18	2.5
เป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว	8	4.3	7	2.7	3	3.5	4	9.5	7	5.2	29	4.1
รวม	185	100.0	263	100.0	86	100.0	42	100.0	134	100.0	710	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 39.739$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 36$  Significance = 0.8935 ดังนั้นจึงยอมรับว่าเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตที่ต้องการจะมีในอนาคต เนื่องจากมีการยอมรับมาก มากกว่าเหตุผลอื่น เหตุผลรองมาคือ ใช้ได้ทั้งในและนอกประเทศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก	41	21.2	57	23.8	23	21.7	12	26.0	29	26.1	162	22.8
สามารถใช้จ่ายแทนเงินสด	39	20.2	60	25.1	22	20.7	10	21.7	29	26.1	160	22.6
ธนาคารเป็นผู้ออกบัตรให้	7	3.5	9	3.7	5	4.6	1	2.2	2	1.8	24	3.4
มีความจำเป็นต้องใช้	7	3.5	10	4.2	6	5.6	2	4.3	5	4.5	30	4.2
เพื่อไว้กรณีฉุกเฉิน	41	21.2	49	20.5	20	18.8	9	19.5	24	21.6	143	20.2
ได้รับการเสริมด้านอื่น	18	9.3	20	8.3	11	10.3	4	8.7	5	4.5	58	8.2
ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย- ชิงเงินสด	21	10.8	22	9.2	14	13.2	4	8.7	12	10.9	73	10.3
ผู้ถือบัตรแสดงถึงฐานะ- ทางเศรษฐกิจ	8	4.1	9	3.7	4	4.7	3	6.5	4	3.6	26	6.5
เพื่อน ๆ ถือบัตรเกือบ- ทุกคน	8	4.1	2	0.8	-	-	-	-	-	-	10	1.4
อื่น ๆ ระบุ	2	0.01	1	0.4	-	-	-	-	-	-	3	0.4
รวม	192	100.0	239	100.0	106	100.0	46	100.0	110	100.0	709	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 27.495$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 36$  Significance = 0.8447 ดังนั้นจึงยอมรับว่าเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกะรับรายได้มีเหตุผลในการใช้บัตรเครดิตคือเพื่อความสะดวก มากกว่าเหตุผลอื่น รองมาคือสามารถใช้จ่ายแทนเงินสดได้

ตารางที่ 22 แสดงเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการตัดสินใจเลือก	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับการชักชวนจากธนาคาร	21	11.6	27	11.5	18	14.5	6	11.7	17	15.4	89	12.7
เพื่อนแนะนำ	6	3.3	17	7.2	5	4.0	3	5.7	1	0.9	32	4.6
ประทับใจชื่อเสียงของบริษัท	10	5.5	17	7.2	13	10.4	4	7.7	11	10.0	55	7.9
เงื่อนไขอื่นอำนวยความสะดวก	17	9.4	21	8.9	12	9.7	5	9.6	7	6.3	62	8.8
เป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว	28	15.5	35	14.9	14	11.3	8	15.4	20	18.1	105	15.0
วงเงินที่อนุมัติสูง	8	4.4	11	4.6	7	5.6	1	1.9	4	3.6	31	4.4
อัตราค่าธรรมเนียมถูกลง	17	9.4	20	8.5	6	4.8	2	3.9	4	3.6	49	7.0
ร้านค้ารับบัตรมีมาก	26	14.4	29	12.3	19	15.3	5	9.6	17	15.4	96	13.7
ได้รับของสมนาคุณคอน- สั้มัคร	1	0.5	1	0.4	-	-	1	1.9	1	0.9	4	0.6
ร้านค้าลดราคาสินค้า- เมื่อใช้บัตรเครดิต	11	6.1	9	3.8	6	4.8	1	1.9	4	3.6	31	4.4
รายการพิเศษสิ่งซื้อ- ทางไปรษณีย์	4	2.2	5	2.1	2	1.6	2	3.8	1	0.9	14	2.0



ตารางที่ 22 (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลการตัดสินใจเลือก												
พอใจในผลประโยชน์ที่ได้รับ	14	0.7	16	6.8	10	8.0	4	7.7	8	7.2	52	7.4
ค่าธรรมเนียมเบิกเงิน- สดค่า	4	2.2	4	1.7	3	2.4	1	1.9	1	0.9	13	1.8
โฆษณาประทับใจ	-	-	-	-	-	-	1	6.9	1	0.9	2	0.3
สามารถใช้ได้ทั้งใน- และนอกประเทศ	12	6.6	20	8.5	9	7.2	7	13.4	13	11.8	61	8.7
อื่น ๆ ระบุ	1	0.5	3	1.2	-	-	-	-	-	-	4	0.6
รวม	180	100.0	235	100.0	124	100.0	51	100.0	110	100.0	700	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 48.759$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 60$  Significance = 0.8942 ดังนั้นจึงยอมรับว่าเหตุผลที่ต้องการใช้เลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีเหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตในอนาคต เนื่องจากเป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว มากกว่าเหตุผลอื่น เหตุผลรองมาคือ ร้านค้ารับบัตรมีมาก

## สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2

$H_0$  : เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแตกต่างกัน

$H_1$  : เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแตกต่างกัน

โดยศึกษาเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแยกพิจารณาอาชีพ, รายได้ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### - พิจารณาคำอธิบายของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

1. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์พบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน คือ

เหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้บริโภคที่เป็น ข้าราชการ , รัฐสาหกิจ มีเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิต คือ สามารถใช้แทนเงินสดได้มากกว่า เหตุผลอื่น ส่วนพนักงานเอกชนมีเหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิต เพื่อความสะดวกมากกว่าเหตุผลอื่น

2. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์พบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน มีดังนี้

2.1 เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน ของผู้บริโภคพบว่า เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน ในปัจจุบันเพราะ เป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้วมากกว่าเหตุผลอื่น

2.2 เหตุผลการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน ในอนาคตของผู้บริโภคพบว่า เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน ในอนาคต เนื่องจากมีการยอมรับมากกว่าเหตุผลอื่น

### - พิจารณาคำอธิบายรายได้ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์พบว่า เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภควิเคราะห์และเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เหตุผลสำคัญที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

- 1.1 เหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าเหตุผลที่สำคัญที่  
ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคเพื่อความสะดวกมากกว่าเหตุผลอื่น
- 1.2 เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ของ  
ผู้บริโภค พบว่าเหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อ  
ต่าง ๆ เนื่องจากเป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้วมากกว่าเหตุผลอื่น
- 1.3 เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ใน  
อนาคต พบว่าเหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อ  
ต่าง ๆ ในอนาคต เนื่องจากมีการยอมรับมากกว่าเหตุผลอื่น

สรุปได้ว่า เหตุผลที่ต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค ถ้าพิจารณาจากอาชีพจะ  
พบว่าแตกต่างกัน ถ้าดูจากรายได้จะพบว่าไม่แตกต่างกัน มีดังนี้

- เหตุผลการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน  
ผู้บริโภคมีเหตุผลคือ เป็นลูกค้าธนาคารอยู่แล้ว มากกว่าเหตุผลอื่น
- เหตุผลการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่าง ๆ ในอนาคตไม่แตกต่างกัน  
ผู้บริโภคมีเหตุผลคือ มีการยอมรับมาก มากกว่าเหตุผลอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

ปัญหาการของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน จะวิเคราะห์แยกตามอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยจะศึกษาปัญหาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัญหาด้านบริการ
2. ปัญหาด้านบัตร
3. ปัญหาด้านธนาคาร
4. ปัญหาด้านร้านค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค

ทดสอบสมมติฐาน  $H_1$  : ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยพิจารณาตามอาชีพ

ตารางที่ 23 แสดงปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบริการ	14	43.6	17	39.5	9	39.1	40	40.8
ด้านบัตร	1	13.1	3	6.9	3	13.0	7	7.1
ด้านธนาคาร	5	15.6	10	23.2	3	13.0	18	18.4
ด้านร้านค้า	12	37.5	13	30.2	8	34.8	33	33.6
รวม	32	100.0	43	100.0	23	100.0	98	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 7.081$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 6$  Significance  $0.3134$  ดังนั้นจึงยอมรับว่า ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่มีปัญหาด้านบริการมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่รับราชการมีปัญหาด้านบริการมากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ , เอกชน

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงปัญหาด้านบริการของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แจ้งยอดการใช้บัตรซ้ำ	16	38.1	21	38.9	8	24.2	45	34.9
บัตรหมดอายุธนาคาร- ไม่ต่อให้	6	14.3	5	9.2	6	18.2	17	13.2
ไม่ชี้แจงเมื่อชกถาม	2	4.7	12	22.2	4	12.2	18	13.9
หลักประกันสูง	5	11.9	3	5.5	2	6.0	10	7.8
ขาดข่าวสาร	5	11.9	4	7.4	6	18.2	15	11.6
ติดต่อยาก	8	19.1	9	16.8	7	21.2	24	18.6
รวม	42	100.0	54	100.0	33	100.0	129	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 13.516$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 10$  Significance = 0.1962 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านบริการของผู้บริโภคไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพส่วนใหญ่มีปัญหาด้านบริการในเรื่องแจ้งยอดการใช้บัตรซ้ำ มากกว่าปัญหาอื่นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีปัญหาด้านบริการในเรื่องแจ้งยอดการใช้บัตรซ้ำ มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการ เอกชน

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเสื่อมเร็ว	5	12.5	11	27.5	4	14.8	20	18.7
การขอบัตรยาก	10	25.0	6	15.0	7	25.9	23	21.5
ใช้เวลาในการทำบัตร- นาน	13	32.5	12	30.0	11	40.7	36	33.7
ใช้หลักประกันสูง	4	10.0	2	5.0	4	14.8	10	9.3
ต้องมีผู้ค้ำประกัน	8	20.0	9	22.5	1	3.8	18	16.8
รวม	40	100.0	40	100.0	27	100.0	107	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 9.995$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 8$  Significance = 0.2654 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภคไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพ มีปัญหาด้านบัตรในเรื่องใช้เวลาในการทำบัตรนานมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีอาชีพเอกชน มีปัญหาด้านบัตรในเรื่องใช้เวลาในการทำบัตรนาน มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการผ่อนปรน	8	14.8	8	13.2	6	18.9	22	15.0
หักบัญชีเร็ว	11	20.3	9	14.7	7	21.9	27	18.4
ติดต่อธนาคารลำบาก	5	9.3	7	11.5	4	12.5	16	10.9
หักบัญชีผิด	7	12.9	10	16.4	3	9.4	20	13.6
แจ้งยอดในการใช้บัตร- ซ้ำ	15	27.8	13	21.3	8	24.9	36	24.5
แจ้งยอดไม่ถูกต้อง	3	5.6	12	19.6	3	9.4	18	12.2
อื่น ๆ ระบุ	5	9.3	2	3.3	1	3.0	8	5.4
รวม	54	100.0	61	100.0	32	100.0	147	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 10.636$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 12$  Significance = 0.5603 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภคไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคทุกอาชีพ มีปัญหาด้านธนาคารในเรื่องแจ้งยอดในการใช้บัตรซ้ำมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ โดยเฉพาะผู้บริโภครับราชการมีปัญหาด้านธนาคารในเรื่องแจ้งยอดในการใช้บัตรซ้ำ มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจและเอกชน

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 27 แสดงปัญหาด้านร้านค้าของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านร้านค้า								
ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3%	20	29.0	15	22.0	13	20.6	48	24.0
ร้านค้ารับบัตรมีไม่มากเท่าที่ควร	15	21.7	14	20.6	11	17.5	40	20.0
ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน	13	18.8	20	29.4	4	6.4	37	18.5
ให้วงเงินน้อย	7	10.1	1	1.4	5	7.9	13	6.5
เสียเวลาในการตรวจสอบนาน	14	20.4	17	25.0	9	14.3	40	20.0
อื่น ๆ ระบุ	-	-	1	1.6	21	33.3	22	11.0
รวม	69	100.0	68	100.0	63	100.0	200	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 58.755$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 10$  Significance =  $6.23 \times 10^{-9}$  ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านร้านค้าของผู้บริโภคแตกต่างกันตามอาชีพ

โดยพบว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับราชการมีปัญหาด้านร้านค้า ในเรื่องร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3% มากกว่าปัญหาด้านอื่น ๆ ส่วนผู้บริโภคที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีปัญหาด้านร้านค้าในเรื่องร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และผู้บริโภคที่มีอาชีพเอกชนมีปัญหาด้านร้านค้าในเรื่อง พนักงานร้านค้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 33.3

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน  
โดยพิจารณาตามรายได้ของผู้บริโภค

ตารางที่ 28 แสดงปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบริการ	11	40.7	13	39.4	8	47.0	3	50.0	5	33.3	40	40.4
ด้านบัตร	3	11.2	2	6.0	-	-	-	-	2	13.3	7	7.1
ด้านธนาคาร	4	14.8	8	24.2	3	17.6	1	16.7	2	13.3	18	21.2
ด้านร้านค้า	9	33.3	10	30.3	6	35.3	2	33.3	6	40.0	33	31.3
รวม	27	100.0	33	100.0	17	100.0	6	100.0	15	100.0	98	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 4.936$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 12$   
Significance = 0.9601 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบ  
แบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีปัญหาด้านบริการมากกว่า  
ปัญหาด้านอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงปัญหาด้านบริการของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารแจ้งยอดคืนการใช้ซ้ำ	11	37.9	19	42.2	8	47.0	-	-	7	21.2	45	34.9
บัตรหมดอายุธนาคารไม่ช่วยให้	6	20.6	7	15.5	2	11.7	1	20.0	1	3.3	17	12.1
ไม่รีแจงเมื่อชกถาม	3	10.3	7	15.5	2	11.7	-	-	6	23.0	18	12.9
หลักประกันสูง	4	13.8	2	4.4	2	11.7	1	20.0	-	-	10	7.2
ขาดข่าวสาร	2	6.9	7	15.5	2	11.7	1	20.0	3	9.1	15	11.6
ติดต่อตามยาก	3	10.3	3	6.7	1	5.8	2	40.0	15	45.4	24	18.6
รวม	29	100.0	45	100.0	17	100.0	5	100.0	33	100.0	129	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 39.120$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 20$  Significance = 0.0060 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านบริการของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ปัญหาด้านบริการที่พบมากที่สุดคือธนาคารแจ้งยอดคืนการใช้ซ้ำ และผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001 ขึ้นไป มีปัญหาด้านบริการที่พบมากที่สุด คือ ติดต่อตามยาก มากกว่าปัญหาด้านอื่น

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเสื่อมเร็ว	3	8.3	7	17.5	3	23.0	1	100.0	6	35.3	20	18.2
การขอบัตรยาก	11	30.5	7	17.5	2	15.3	-	-	3	17.6	23	20.9
ใช้เวลานานในการทำบัตร	15	41.6	12	30.0	4	34.7	-	-	5	29.4	36	32.7
ใช้หลักประกันสูง	3	8.3	3	7.5	1	7.7	-	-	3	17.6	10	9.3
ต้องมีผู้ค้ำประกัน	4	11.1	11	27.5	3	23.1	-	-	-	-	18	16.4
รวม	36	100.0	40	100.0	13	100.0	1	100.0	17	100.0	107	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 20.119$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 16$  Significance = 0.2149 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีปัญหาด้านบัตรในเรื่องใช้เวลานานในการทำบัตรมากกว่าปัญหาด้านอื่น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการผ่อนปรน	9	25.0	8	13.8	3	12.5	1	12.5	3	14.5	22	15.0
หักบัญชีเร็ว	8	22.2	9	15.5	3	12.5	4	50.0	3	14.2	27	18.4
ติดต่อกับธนาคารลำบาก	2	5.5	3	5.1	6	25.0	2	25.0	3	14.3	16	10.9
หักบัญชีผิด	5	13.9	9	15.5	3	12.5	-	-	3	14.3	20	13.6
แจ้งขอคืนการใช้บัตรล่าช้า	10	27.8	14	24.1	5	20.8	1	12.5	4	19.0	36	24.5
แจ้งขอคืนไม่ถูกต้อง	2	5.6	10	17.2	3	12.5	-	-	3	14.3	18	12.2
อื่น ๆ ใดแจ้งขอคืนเข้าใจยาก	-	-	5	8.6	1	4.2	-	-	2	9.5	8	5.5
รวม	36	100.0	58	100.0	24	100.0	8	100.0	21	100.0	147	100.0

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 26.922$  ที่ระดับนัยสำคัญ  $0.05$   $df = 24$  Significance = 0.3081 ดังนั้นจึงยอมรับว่าปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีปัญหาด้านธนาคารในเรื่องแจ้งขอคืนในการใช้บัตรล่าช้ามากกว่าปัญหาธนาคารด้านอื่น โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีปัญหาด้านธนาคารในเรื่องการแจ้งขอคืนในการใช้บัตรล่าช้ามากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงปัญหาด้านร้านค้าของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาร้านค้า												
ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3%	9	21.4	19	23.4	8	22.2	2	28.5	10	29.4	48	24.0
ร้านค้ารับบัตรมีไม่มากเท่าที่ควร	10	23.8	13	16.0	7	19.4	3	42.8	7	20.6	40	20.0
ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน	5	11.9	15	18.5	9	25.0	1	14.3	7	20.6	37	18.5
ให้วงเงินน้อย	3	7.1	5	6.1	2	5.5	1	14.3	2	5.9	13	6.5
เสียเวลาในการตรวจสอบ	14	33.3	8	9.8	10	27.7	-	-	8	23.5	40	20.0
อื่น ๆ ไม่เต็มใจรับบัตร, บัตรหัก	1	2.3	21	25.9	-	-	-	-	-	-	22	11.0
รวม	42	100.0	81	100.0	36	100.0	7	100.0	34	100.0	200	100.0

CHI-SQUARE = 44.441 D.F. = 20 PROB = 0.0013

ผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า  $X^2 = 44.441$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 df = 20 Significance = 0.0013 ดังนั้นยอมรับว่าร้านค้าของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม แตกต่างกันตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยพบว่าผู้บริโภคมีปัญหาด้านร้านค้าไม่เหมือนกัน ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีปัญหาเกี่ยวกับร้านค้าที่ใช้บัตรในเรื่องเสียเวลาในการตรวจสอบ ส่วนผู้มีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 25,001 บาท ขึ้นไป มีปัญหาเกี่ยวกับร้านค้าในเรื่องการคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3% ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีปัญหาเกี่ยวกับร้านค้าในเรื่องร้านค้ารับบัตรมีไม่มากเท่าที่ควร และผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีปัญหาร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน

### สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐาน ข้อที่ 3

$H_0$  : ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกัน

ทำการศึกษาปัญหาการใช้บัตรเครดิตโดยจะแยกพิจารณาผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แยกตามอาชีพและรายได้

- พิจารณาคามอาชีพของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

1. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า ปัญหาการใช้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคแตกต่างกัน พบว่า

-ข้าราชการมีปัญหาเรื่องร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3%

-รัฐวิสาหกิจมีปัญหาเรื่องร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน

-เอกชนมีปัญหาในเรื่องพนักงานร้านค้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิต

2. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัญหาการใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน มีดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

2.1.1 ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีปัญหาด้านบริการมากกว่าปัญหาอื่น โดยเฉพาะข้าราชการมีปัญหาด้านบริการ มากกว่าผู้บริโภคที่ทำงานรัฐวิสาหกิจและเอกชน

2.1.2 ปัญหาด้านบริการของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านบริการในเรื่องแจ้งยอดในการใช้บัตรซ้ำ โดยเฉพาะพนักงานรัฐวิสาหกิจมีปัญหาในเรื่องการแจ้งยอดการใช้บัตรซ้ำ มากกว่าข้าราชการและเอกชน

2.1.3 ปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านบัตรในเรื่องของเวลาในการทำบัตรนานมากกว่าเหตุผลอื่น

2.1.4 ปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านธนาคารในเรื่องการแจ้งยอดในการใช้บัตรซ้ำมากกว่าปัญหาเรื่องอื่น

- พิจารณาคำบรรยายได้ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

1. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแตกต่างกันคือ

- ปัญหาด้านบริการแตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท, 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท มีปัญหาด้านการแจ้งยอดในการใช้ล่าช้า มากกว่าปัญหาในเรื่องอื่น
- ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีปัญหาการติดต่อยาก มากกว่าปัญหาในเรื่องอื่น

ปัญหาด้านร้านค้าแตกต่างกันตามอาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

- ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท, 15,001-20,000 บาท มีปัญหาร้านค้าในเรื่องเสียเวลาในการตรวจสอบมากกว่าปัญหาเรื่องอื่น
- ผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท, 25,001 บาทขึ้นไป มีปัญหาร้านค้าในเรื่องร้านค้าคิดค่าธรรมเนียม มากกว่า 3% มากกว่าปัญหาเรื่องอื่น
- ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีปัญหาร้านค้าในเรื่องร้านค้ารับบัตรมีไม่มากเท่าที่ควร มากกว่าปัญหาในเรื่องอื่น
- ผู้บริโภคที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีปัญหาร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน มากกว่าปัญหาในเรื่องอื่น

2. ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน

- 2.1 ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าปัญหาที่พบเป็นปัญหาด้านบริการมากกว่าปัญหาด้านอื่น
- 2.2 ปัญหาด้านบัตรของผู้บริโภค พบว่า ปัญหาด้านบัตรที่พบเป็นปัญหาในเรื่องการใช้เวลาในการทำบัตรนานกว่าปัญหาอื่น
- 2.3 ปัญหาด้านธนาคารของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคด้านธนาคารมีการแจ้งยอดในการใช้บัตรล่าช้ามากกว่าปัญหาอื่น

สรุปได้ว่า ปัญหาการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน คือ ปัญหาด้านร้านค้า



ส่วนที่ 4

ข้อมูลทั่วไป

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	84	43.1
หญิง	111	56.9
รวม	195	100.0

จากตาราง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 195 คน เป็นชาย 43.1% หญิง 56.9%

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
20-25	26	13.3
26-30	35	17.9
31-35	40	20.5
36-40	43	22.1
41-45	21	10.8
46-50	13	6.7
51-60	17	8.7
รวม	195	100.0

จากตาราง ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ ระหว่าง 36-40 ปี มากกว่ากลุ่มอายุอื่น รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-35 ปี 20.5%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	71	36.4
สมรส	117	60.0
หม้าย	7	3.6
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากกว่าโสดและหม้าย โดยสถานภาพสมรส คิดเป็น 60.0% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	53	27.1
ปริญญาตรี	130	66.7
ปริญญาโท	9	4.6
ปริญญาเอก	3	1.5
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตั้งแต่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีถึงปริญญาโทแต่กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีมากกว่าระดับอื่น โดยคิดเป็นร้อยละ 66.7% ของทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ข้อมูลด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามระยะเวลาการใช้บัตรเครดิต

ระยะเวลาการใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	24	12.3
1 - 3 ปี	85	43.6
3 ปีขึ้นไป	86	44.1
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บัตรเครดิต 3 ปีขึ้นไป จะมีมากกว่าระยะเวลาอื่นคิดเป็น 44.1%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามการได้มาของบัตรเครดิต

การได้มาของบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ทางธนาคารเสนอให้	120	61.5
เพื่อนชักชวนให้ทำ	22	11.3
ไปขอทำบัตรด้วยตนเอง	50	25.6
อื่น ๆ ระบุ	3	1.5
รวม	195	100.0

จากตารางจะพบว่า การได้มาของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจะ ได้มาจากการที่ทางธนาคารเสนอให้มากกว่าทางอื่น ๆ โดยคิดเป็น 61.5%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้อดีของบัตรเครดิต

ข้อดีของบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก ใช้ได้ทุกแห่ง	19	9.8
ใช้แทนการพกเงินสดจำนวนมาก	28	14.4
นิยมใช้ในปัจจุบัน	7	3.6
ร้านค้าผู้รับบัตรให้ความเชื่อถือ	4	2.1
ปลอดภัย	17	8.8
สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตนเอง	10	5.2
ไม่ต้องจ่ายเงินสดทันที	99	51.0
อื่น ๆ ระบุ	2	0.5
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นด้านข้อดีของบัตรเครดิต คือ ไม่ต้องจ่ายเงินสดทันทีมากกว่าเรื่องอื่น คิดเป็น 51.0% รองลงมาคือ สามารถใช้แทนการพกเงินสดจำนวนมาก 14.4%

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้อเสียของบัตรเครดิต

ข้อเสียของบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
สร้างนิสัยไม่ประหยัดฟุ่มเฟือย	171	87.7
เสียค่าธรรมเนียมไร้เหตุผล	20	10.3
อื่น ๆ ระบุ	4	2.1
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคือ สร้างนิสัยไม่ประหยัด ฟุ่มเฟือย มากกว่าเรื่องอื่น คิดเป็น 87.7 %

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 41 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่พบการโฆษณาของบัตรเครดิต  
แยกตามสื่อต่างๆ

การโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ทีวี	55	28.2
แผ่นป้าย	13	6.7
หนังสือพิมพ์	26	13.3
นิตยสาร	99	50.8
รวม	195	100.0

จากตาราง จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นโฆษณาทางนิตยสารมากกว่าสื่อ  
อื่น คิดเป็น 50.8%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงเหตุการณ์การยกเลิกบัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		เอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลการยกเลิกบัตร								
คุณสมบัติไม่ครบตามเงื่อนไข	4	2.9	7	6.0	13	8.7	24	6.0
ไม่มีความจำเป็นต้องไว้	15	11.1	13	11.5	21	14.1	49	12.3
เกรงว่าจะเกิดทุจริตหาย	4	2.9	5	4.3	8	5.3	17	4.2
ผลประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มค่าธรรมเนียมที่ต้องเสีย	18	13.3	15	12.9	19	12.7	52	13.0
ร้านค้าคิดค่าสินค้าสูงกว่าใช้เงินสด	14	10.3	10	8.6	16	10.7	40	10.0
ค่าธรรมเนียมสมาชิกสูง	18	13.3	20	17.2	16	10.7	54	13.5
ร้านค้าที่ใช้ประจำไม่รับบัตรเครดิต	9	6.6	5	4.3	12	8.0	26	6.5
ร้านค้ารับบัตรมีน้อย	16	11.8	20	8.6	18	12.0	44	11.0
ได้วงเงินน้อย	13	9.6	10	8.6	13	8.7	36	9.0
ติดต่อธนาคารไม่สะดวก	11	8.2	13	11.2	6	4.0	30	7.5
อื่น ๆ	5	3.7	-	-	3	2.0	8	2.0
รวม	135	100.0	116	100.0	149	100.0	400	100.0

จากตารางจะพบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีเหตุการณ์การยกเลิกบัตร เนื่องจากค่าธรรมเนียมสมาชิกสูงมากกว่าเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.5

ผู้บริโภคที่ทำงานรับราชการ รัฐวิสาหกิจ มีเหตุการณ์การยกเลิกบัตรเครดิต คือ ผลประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มค่าธรรมเนียมที่ต้องเสีย มากที่สุด 13.3% 12.9% รองมาคือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกสูง 13.3% 17.2% ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่ทำงานเอกชน มีเหตุการณ์การยกเลิกบัตรเครดิตคือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้มากที่สุด 14.1% รองมาคือ ผลประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มค่าธรรมเนียมที่ต้องเสีย

ตารางที่ 43 แสดงเหตุการณ์การยกเลิกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคแยกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,000-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 ขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณสมบัติไม่ครบตามเงื่อนไข	6	6.0	9	5.7	2	3.0	4	14.8	3	5.7	24	6.0
ไม่มีความจำเป็นต้องใช้	11	11.0	17	10.9	7	10.6	4	14.8	10	19.2	49	12.3
เกรงว่าเกิดทุจริต , บัตรหาย	5	5.0	4	2.5	3	4.5	3	11.1	3	9.6	17	4.2
ผลประโยชน์ที่ได้รับไม่คุ้มกับค่าธรรมเนียม	18	18.0	22	14.1	5	7.6	2	7.4	7	13.4	52	13.0
ร้านค้าคิดค่าสินค้ามากกว่าซื้อเงินสด	11	11.0	14	8.9	7	10.6	3	11.1	5	9.6	40	10.0
ค่าธรรมเนียมสมาชิกสูง	13	13.0	20	12.8	9	13.6	4	14.8	8	13.5	54	13.5
ร้านค้าที่ใช้บริการประจำไม่รับบัตร- เครดิต	8	8.0	10	6.4	4	6.0	1	3.7	3	5.7	26	6.5
ร้านค้ารับบัตรมีน้อย	11	11.0	18	11.5	7	10.6	3	11.1	5	9.6	44	11.0
ได้วงเงินน้อย	9	9.0	13	8.3	11	16.6	-	-	3	5.7	36	9.0
ติดต่อธนาคารไม่สะดวก	3	3.0	14	8.9	6	9.1	2	7.4	5	9.6	30	7.5
อื่น ๆ	2	2.0	4	2.5	2	3.0	-	-	-	-	8	2.0
รวม	100	100.0	156	100.0	66	100.0	27	100.0	52	100.0	400	100.0

จากตารางจะพบว่าผู้บริโภคมีเหตุการณ์การยกเลิกใช้บัตร เนื่องจากค่าธรรมเนียมสมาชิกสูง มากกว่าเหตุผลอื่น

โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท, 10,001-15,000 บาท มีเหตุการณ์การยกเลิกใช้บัตร คือผลประโยชน์ที่ได้ไม่คุ้มกับค่าธรรมเนียมมากกว่าเหตุผลอื่น

ผู้บริโภครายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีเหตุการณ์เลิกใช้บัตรคือ  
ได้วงเงินน้อยกว่าเหตุผลอื่น

ผู้บริโภครายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท 25,001 ขึ้นไป มีเหตุผลการเลิกใช้บัตรคือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้มากกว่าเหตุผลอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สรุปส่วนที่ 4

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

- ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงร้อยละ 56.9 เพศชายร้อยละ 43.1
- อายุ 20-60 ปี แต่กลุ่มอายุระหว่าง 36-40 ปี มากกว่ากลุ่มอายุอื่น
- ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส มากกว่าสถานภาพโสดและหม้าย
- ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาในกลุ่มปริญญาตรีมากกว่าระดับการศึกษาอื่น

### 2. ข้อมูลด้านอื่นๆเกี่ยวกับการใช้บัตร

- ระยะเวลาการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม มีระยะเวลาการใช้บัตรเครดิตมีตั้งแต่ 1-3 ปี แต่ 3 ปีขึ้นไป มากกว่าระยะเวลาอื่น
- การได้มาของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จะได้มาเนื่องจากธนาคารเสนอให้มากกว่ากรณีอื่น
- ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้อดีของบัตรเครดิต คือสามารถใช้จ่ายแทนการพกเงินสดจำนวนมาก มากกว่าข้อดีอื่น
- ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้อเสียของบัตรเครดิต คือสร้างนิสัยไม่ประหยัด, ฟุ่มเฟือย
- เหตุผลการยกเลิกบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีเหตุผลคือค่าธรรมเนียมสมาชิกสูงมากกว่าเหตุผลอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved