

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์และแสดงผล การศึกษาเป็น 6 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม(ตารางที่ 1 ถึง 7) ดังนี้

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- รายได้
- จำนวนและประเภทของบัตรเครดิตที่มี
- วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อบัตร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ (ตารางที่ 8 ถึง 20) ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคลากร
- ด้านกระบวนการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและข้อเสนอแนะต่าง ๆ (ตารางที่ 21 ถึง 25) ดังนี้

- จุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต
- เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด
- ปัญหาในการใช้บัตรเครดิต
- ความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีในภาพรวม
- ความต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มในอนาคต

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามเพศ
(ตารางที่ 26 ถึง 41)**

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามอายุ
(ตารางที่ 42 ถึง 57)**

**ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามรายได้
(ตารางที่ 58 ถึง 73)**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	125	38.94
หญิง	196	61.06
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.06 และ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.94

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.31
20-25 ปี	43	13.40
26-30 ปี	93	28.97
31-40 ปี	125	38.94
มากกว่า 40 ปี	59	18.38
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.94 รองลงมา มีอายุระหว่าง 26-30 ปี และ มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.94 และร้อยละ 18.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ม.6 หรือเทียบเท่า	24	7.48
ปวส. หรือเทียบเท่า	41	12.77
ปริญญาตรี	198	61.68
สูงกว่าปริญญาตรี	58	18.07
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.68 รองลงมา จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และ จบการศึกษาระดับ ปวส.หรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 18.07 และ ร้อยละ 12.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	80	24.92
10,000 – 20,000 บาท	145	45.18
มากกว่า 20,000 บาท	96	29.90
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.18 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท และ ไม่เกิน 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 29.90 และ ร้อยละ 24.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบัตรเครดิตที่มี

จำนวนบัตรเครดิตที่มี	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ใบ	112	34.89
2 ใบ	89	27.73
3 ใบ	65	20.25
4 ใบ	32	9.97
5 ใบ	17	5.30
6 ใบ	6	1.86
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบัตรเครดิตที่มี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีบัตรเครดิต 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 34.89 รองลงมา มีบัตรเครดิต 2 ใบ และ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 27.73 และ ร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบัตรเครดิตที่มี

ประเภทของบัตรเครดิตที่มี *	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บัตรไดเนอร์ส คลับ	6	0.83
บัตรทองไดเนอร์ส คลับ	2	0.28
บัตรวีซ่า HSBC	26	3.58
บัตรมาสเตอร์ HSBC	2	0.28
บัตรทอง HSBC	4	0.55
บัตรมาสเตอร์ อีออน	15	2.06
บัตรอีออน	81	11.14
บัตรทองอีออน	4	0.55
บัตรวีซ่า ซิตีแบงก์	56	7.70
บัตรมาสเตอร์ ซิตีแบงก์	26	3.58
บัตรทอง ซิตีแบงก์	3	0.41
บัตรวีซ่า สแตนดาร์ดชาร์ทเตอร์	25	3.44
บัตรมาสเตอร์ สแตนดาร์ดชาร์ทเตอร์	14	1.93
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	31	4.25
บัตรทองเที่ยวอเมริกันเอ็กซ์เพรส	2	0.28
บัตรทองอเมริกันเอ็กซ์เพรส	1	0.14
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ	33	4.54
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงเทพ	5	0.69
บัตรธนาคารกรุงเทพ	22	3.04
บัตรทอง ธนาคารกรุงเทพ	23	3.16
บัตรวีซ่า ธนาคารกสิกรไทย	28	3.85
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกสิกรไทย	2	0.28
บัตรธนาคารกสิกรไทย	18	2.48
บัตรทอง ธนาคารกสิกรไทย	8	1.10
บัตรวีซ่า กรุงไทย	82	11.28
บัตรมาสเตอร์ กรุงไทย	15	2.06

ตารางที่ 6 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบัตร
เครดิตที่มี

ประเภทของบัตรเครดิตที่มี *	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บัตรธนาคารกรุงไทย	32	4.40
บัตรทอง ธนาคารกรุงไทย	7	0.96
บัตรวีซ่า ธนาคารไทยพาณิชย์	35	4.80
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารไทยพาณิชย์	11	1.51
บัตรทอง ธนาคารไทยพาณิชย์	6	0.83
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	43	5.90
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	3	0.41
บัตรทอง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	3	0.41
บัตรวีซ่า ธนาคารเอเซีย	7	0.96
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารเอเซีย	6	0.83
บัตรทอง ธนาคารเอเซีย	5	0.69
บัตรวีซ่า ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	23	3.16
บัตรทอง ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	2	0.28
บัตรวีซ่า ธนาคารทหารไทย	5	0.69
บัตรทอง ธนาคารทหารไทย	4	0.55
อื่น ๆ	1	0.14
รวม	727	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่น ๆ ได้แก่ บัตรวีซ่าธนาคารนครหลวงไทย

จากตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบัตร
เครดิตที่มี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 68.78
รองลงมา ใช้บัตรของสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 31.22 โดยผู้ตอบแบบสอบถามใช้บัตรวีซ่า
ของธนาคารกรุงไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.28 รองลงมา ใช้บัตรอออน และ บัตรวีซ่า
ซิตีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 11.14 และร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อบัตร

วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อบัตร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	20	6.23
10,000 – 15,000 บาท	47	14.64
15,001 – 20,000 บาท	42	13.08
20,001 – 25,000 บาท	31	9.66
25,001 – 30,000 บาท	33	10.28
30,001 – 35,000 บาท	29	9.03
35,001 – 40,000 บาท	23	7.17
40,001 – 45,000 บาท	10	3.12
45,001 – 50,000 บาท	9	2.80
มากกว่า 50,000 บาท	40	12.46
ไม่ทราบ	37	11.53
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อบัตร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อบัตรอยู่ระหว่าง 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.64 รองลงมา ได้รับวงเงินสินเชื่อโดยเฉลี่ยต่อบัตรอยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 13.08 และ ร้อยละ 12.46 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประเภทของบัตร	57	17.76
มีรูปติดบนบัตร	3	0.93
ความสวยงามของสีต้นและลวดลายบนบัตร	2	0.62
จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร	57	17.76
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	44	13.71
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	67	20.87
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	52	16.20
ความปลอดภัยในการใช้	18	5.61
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตร	5	1.56
มีบริการสะสมไมล์การท่องเที่ยวร่วมกับสายการบิน	3	0.93
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกของขวัญรางวัล	13	4.05
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ วงเงินที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 20.87 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรและประเภทของบัตร คิดเป็นร้อยละ 17.76 เท่ากัน และ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 16.20

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	111	34.59
อัตราดอกเบี้ย	101	31.46
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	7	2.18
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	29	9.03
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	18	5.61
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ	42	13.08
ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน	5	1.56
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	8	2.49
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 34.59 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาในการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 31.46 และ 13.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน	33	10.28
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน	76	23.68
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้า	32	9.97
มีการเปิดรับสมัครทางไปรษณีย์	13	4.05
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก	57	17.76
มีพนักงานมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน	110	34.26
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 34.26 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคือ การที่ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน และการมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครจำนวนมากร้อยละ 23.68 และ ร้อยละ 17.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านการโฆษณา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใบปลิวหรือแผ่นพับ	120	37.38
ไปรษณียบัตร	6	1.87
ป้ายโฆษณา	29	9.03
วิทยุ	5	1.56
โทรทัศน์	78	24.30
หนังสือพิมพ์	41	12.77
สัญลักษณ์และ โลโก้	42	13.09
อื่นๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 37.38 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ โทรทัศน์ และ สัญลักษณ์หรือ โลโก้ คิดเป็นร้อยละ 24.30 และ ร้อยละ 13.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การเสนอขายของพนักงาน	104	32.40
พนักงานขายที่มีความรู้ ความชำนาญ	217	67.60
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ พนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 67.60 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ การเสนอขายของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 32.40

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า	22	6.85
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	81	25.23
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	25	7.79
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	133	41.43
การให้รูปองส่วนลด	10	3.12
การแจกหรือแถมของรางวัล	43	13.40
การแข่งขัน เกม หรือชิงโชค	7	2.18
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 41.43 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และการแจกหรือแถมของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 25.23 และ ร้อยละ 13.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การบริจาคเพื่อการกุศล	100	31.15
การเป็นสปอนเซอร์	146	45.48
รายงานประจำปี	75	23.37
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ การเป็นสปอนเซอร์คิดเป็นร้อยละ 45.48 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ การบริจาคเพื่อการกุศล และ รายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 31.15 และ ร้อยละ 23.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านการตลาดทางตรง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แคตตาล็อก	141	43.93
จดหมายตรง	137	42.67
อินเทอร์เน็ต	37	11.53
อื่น ๆ	0	0.00
ไม่ตอบ	6	1.87
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ แคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 43.93 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ จดหมายตรง และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 42.67 และ ร้อยละ 11.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย	46	14.33
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย	128	39.88
ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	55	17.13
ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย	34	10.59
ความรู้ความชำนาญของพนักงานหลังการขาย	26	8.10
ความสุภาพของพนักงาน	32	9.97
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

21๗๓

658.๘

๑ 4๖๖๒

เลขหมู่.....๐.๓.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า หลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 39.88 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงาน และ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการขาย คิดเป็นร้อยละ 17.13 และ ร้อยละ 14.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านกระบวนการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เงื่อนไขการอนุมัติ	92	28.66
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	80	24.92
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	38	11.84
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	70	21.81
การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	41	12.77
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 28.66 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคือความรวดเร็วในการอนุมัติ และ ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 24.92 และ ร้อยละ 21.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความหรรษาใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	24	7.48
ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	12	3.74
ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	284	88.47
อื่น ๆ	0	0.00
ไม่ตอบ	1	0.31
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 88.47 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคือความหรรษาใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และ ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 7.48 และ ร้อยละ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.98	สำคัญมาก	3
ด้านราคา	4.47	สำคัญมาก	1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.63	สำคัญมาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	สำคัญมาก	5
ด้านบุคลากร	3.96	สำคัญมาก	4
ด้านกระบวนการ	3.60	สำคัญมาก	7
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.09	สำคัญมาก	2
รวม	3.93	สำคัญมาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด 3.50–4.49 หมายถึง สำคัญมาก 2.50–3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง 1.50–2.49 หมายถึง สำคัญน้อย 1.00–1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตอยู่ในระดับความสำคัญมากในทุกปัจจัย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.93 โดยปัจจัยที่มีลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.47 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ
การโฆษณา	3.89	สำคัญมาก	3
การขายโดยใช้พนักงานขาย	3.92	สำคัญมาก	2
การส่งเสริมการขาย	4.14	สำคัญมาก	1
การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	3.87	สำคัญมาก	4
การตลาดทางตรง	3.70	สำคัญมาก	5
รวม	3.90	สำคัญมาก	

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด 3.50 – 4.49 หมายถึง สำคัญมาก 2.50 – 3.49 หมายถึง สำคัญปานกลาง 1.50 – 2.49 หมายถึง สำคัญน้อย 1.00 – 1.49 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตอยู่ในระดับความสำคัญมากในทุกปัจจัย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.90 โดยปัจจัยที่มีลำดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ การขายโดยใช้พนักงานขายและการโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.89 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้บัตรเครดิต

จุดประสงค์หลักในการใช้บัตรเครดิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซื้อสินค้า	254	79.13
ซื้อบริการ	16	4.98
เบิกถอนเงินสด	51	15.89
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจุดประสงค์หลักในการใช้บัตรเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจุดประสงค์หลักในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 79.13 รองลงมา เพื่อเบิกถอนเงินสด และ ซื้อบริการ คิดเป็นร้อยละ 15.89 และ ร้อยละ 4.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลหลักในการเลือกใช้บัตรเครดิต

เหตุผลหลักในการเลือกใช้บัตรเครดิต *	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ส่งเสริมภาพพจน์	48	7.72
มีเงินสดไม่เพียงพอ	78	12.53
เพื่อความปลอดภัย	107	17.20
ต้องการสำรองเงินสดไว้ใช้	133	21.38
เพิ่มวงเงินหมุนเวียน	89	14.32
ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวมาก	167	26.85
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	622	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการเครดิตคือ ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวมาก คิดเป็นร้อยละ 26.85 รองลงมา เลือกใช้บริการเครดิตเพราะต้องการสำรองเงินสดไว้ใช้ และเพื่อความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 21.38 และ ร้อยละ 17.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการเครดิต

ปัญหาที่พบในการใช้บริการเครดิต *	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	18	2.87
บัตรชำรุดเสียหายง่าย	41	6.54
เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการขัดข้อง	128	20.41
ร้านค้าหรือสถานบริการปฏิเสธการใช้บัตร	84	13.40
ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารหรือสถาบันการเงิน	79	12.60
ไม่เข้าใจในใบแจ้งรายการเรียกเก็บเงินที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินส่งมา	42	6.70
เกิดความผิดพลาดในใบแจ้งรายการเรียกเก็บเงิน	27	4.31
ร้านค้าหรือสถานบริการคิดค่าสินค้าหรือบริการเพิ่มจากราคาปกติ	84	13.40
ร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรมีจำนวนน้อย	69	11.00
ไม่ได้รับส่วนลดหรือข้อเสนอจากธนาคารหรือสถาบันการเงินตามที่ตกลง	36	5.74
เกิดการทุจริตแอบอ้างใช้บัตรจากบุคคลอื่น	19	3.03
อื่นๆ	0	0.00
รวม	627	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บัตรเครดิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บัตรเครดิต คือ เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการขัดข้อง คิดเป็นร้อยละ 20.41 รองลงมา พบปัญหา คือ ร้านค้าหรือสถานบริการปฏิเสธการใช้บัตร และ ร้านค้าหรือสถานบริการคิดราคาสินค้าหรือบริการเพิ่มจากราคาปกติ คิดเป็นร้อยละ 13.40 เท่ากัน และ การไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 12.60

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พอใจ	305	95.02
ไม่พอใจ	16	4.98
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 95.02 และ ไม่พอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 4.98

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมในอนาคต

ความต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมในอนาคต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต้องการ	190	59.19
ไม่ต้องการ	131	40.81
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมในอนาคต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 59.19 และ ไม่ต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 40.81

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

จำนวนบัตร	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	54	43.20	58	29.59	112	34.89
2	32	25.60	57	29.08	89	27.73
3	18	14.40	47	23.98	65	20.25
4	11	8.80	21	10.71	32	9.97
5	5	4.00	12	6.12	17	5.30
6	5	4.00	1	0.51	6	1.86
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 26 จำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า มีความเหมือนกันทั้งเพศชายและเพศหญิง กล่าวคือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 43.20 และ 29.59 ตามลำดับ รองลงมา มีบัตรจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 25.60 และ 29.08 ตามลำดับ และ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 14.40 และ 23.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ประเภทของบัตรเครดิต	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรไดเนอร์ส คลับ	2	0.55	4	1.10
บัตรทองไดเนอร์ส คลับ	1	0.27	1	0.28
บัตรวีซ่า HSBC	10	2.75	16	4.41
บัตรมาสเตอร์ HSBC	2	0.55	0	0.00
บัตรทอง HSBC	4	1.10	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ อีออน	7	1.92	8	2.20
บัตรอีออน	58	15.93	23	6.34
บัตรทองอีออน	1	0.27	3	0.83
บัตรวีซ่า ซิตีแบงก์	29	7.97	27	7.44
บัตรมาสเตอร์ ซิตีแบงก์	15	4.12	11	3.03
บัตรทอง ซิตีแบงก์	2	0.55	1	0.28
บัตรวีซ่าสแตนดาร์ดชาร์เตอร์	10	2.75	15	4.13
บัตรมาสเตอร์ สแตนดาร์ดชาร์เตอร์	2	0.55	12	3.31
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	11	3.02	20	5.51
บัตรทองเที่ยวอเมริกันเอ็กซ์เพรส	1	0.27	1	0.28
บัตรทองอเมริกันเอ็กซ์เพรส	1	0.27	0	0.00
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ	13	3.57	20	5.51
บัตรมาสเตอร์ธนาคารกรุงเทพ	4	1.10	1	0.28
บัตรธนาคารกรุงเทพ	9	2.47	13	3.58
บัตรทอง ธนาคารกรุงเทพ	16	4.40	7	1.93
บัตรวีซ่า ธนาคารกสิกรไทย	15	4.12	13	3.58
บัตรมาสเตอร์ธนาคารกสิกรไทย	2	0.55	0	0.00
บัตรธนาคารกสิกรไทย	10	2.75	8	2.20
บัตรทอง ธนาคารกสิกรไทย	4	1.10	4	1.10
บัตรวีซ่า กรุงไทย	34	9.34	48	13.22
บัตรมาสเตอร์ กรุงไทย	7	1.92	8	2.20
บัตรธนาคารกรุงไทย	13	3.57	19	5.23

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ประเภทของบัตรเครดิต	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรทอง ธนาคารกรุงไทย	3	0.82	4	1.10
บัตรวีซ่า ธนาคารไทยพาณิชย์	20	5.49	15	4.13
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารไทยพาณิชย์	2	0.55	9	2.48
บัตรทอง ธนาคารไทยพาณิชย์	4	1.10	2	0.55
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	21	5.77	22	6.06
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	3	0.82	0	0.00
บัตรทอง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	1	0.27	2	0.55
บัตรวีซ่า ธนาคารเอเซีย	6	1.65	1	0.28
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารเอเซีย	2	0.55	4	1.10
บัตรทอง ธนาคารเอเซีย	3	0.82	2	0.55
บัตรวีซ่า ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	10	2.75	13	3.58
บัตรทอง ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	0	0.00	2	0.55
บัตรวีซ่า ธนาคารทหารไทย	3	0.82	2	0.55
บัตรทอง ธนาคารทหารไทย	3	0.82	1	0.28
อื่น ๆ	0	0.00	1	0.28
รวม	364	100.00	363	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 27 ประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีประเภทของบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน คือ เพศชาย ส่วนใหญ่ใช้บัตรของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมา เป็นบัตรของสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 35.14 โดยประเภทของบัตรที่นิยมใช้คือบัตรอโณน คิดเป็นร้อยละ 15.93 รองลงมา ใช้บัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทยและบัตรวีซ่าซิตีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 9.34 และ 7.97 ตามลำดับ

เพศหญิง ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ใช้บัตรของธนาคารคิดเป็นร้อยละ 72.71 รองลงมา เป็นบัตรของสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 27.29 โดยประเภทของบัตรที่นิยมใช้คือบัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 13.22 รองลงมา ใช้บัตรวีซ่าซิตีแบงก์และบัตรอออน คิดเป็นร้อยละ 7.44 และ 6.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต (บาท)	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	10	8.00	10	5.10	20	6.23
10,000-15,000	12	9.60	35	17.86	47	14.64
15,001-20,000	5	4.00	37	18.88	42	13.08
20,001-25,000	15	12.00	16	8.16	31	9.66
25,001-30,000	11	8.80	22	11.22	33	10.28
30,001-35,000	12	9.60	17	8.67	29	9.03
35,001-40,000	16	12.80	7	3.57	23	7.17
40,001-45,000	4	3.20	6	3.06	10	3.12
45,001-50,000	6	4.80	3	1.53	9	2.80
มากกว่า 50,000	14	11.20	26	13.27	40	12.46
ไม่ทราบ	20	16.00	17	8.67	37	11.53
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 28 วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายและเพศหญิงได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน คือ เพศชาย ส่วนใหญ่ไม่ทราบวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับและเพศหญิงส่วนใหญ่ได้รับวงเงิน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 18.88 ตามลำดับ

รองลงมาเพศชายได้รับวงเงินสินเชื่อ 35,001 - 40,000 บาทและเพศหญิงได้รับวงเงินสินเชื่อ 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ 17.86 ตามลำดับ

อันดับสาม เพศชายได้รับวงเงินสินเชื่อ 20,001-25,000 บาทและเพศหญิง ได้รับวงเงินสินเชื่อมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 13.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบัตร	15	12.00	42	21.43	57	17.76
มีรูปติดบนบัตร	2	1.60	1	0.51	3	0.93
ความสวยงามของลิ้นและ ลวดลายบนบัตร	1	0.80	1	0.51	2	0.62
จำนวนร้านค้าหรือ สถานบริการที่รับบัตร	17	13.60	40	20.41	57	17.76
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	15	12.00	29	14.80	44	13.71
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	25	20.00	42	21.43	67	20.87
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของธนาคารหรือสถาบันการเงิน ผู้ออกบัตร	28	22.40	24	12.24	52	16.20
ความปลอดภัยในการใช้	10	8.00	8	4.08	18	5.61
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อ ด้วยบัตร	2	1.60	3	1.53	5	1.56
มีบริการสะสมไมล์การ ท่องเที่ยวร่วมกับสายการบิน	3	2.40	0	0.00	3	0.93
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อ แลกรับของรางวัล	7	5.60	6	3.06	13	4.05
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 29 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นไม่ตรงกัน กล่าวคือ เพศชาย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกและเพศหญิงเห็นว่าคือประเภทของบัตรเครดิตและวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 22.40 และ 21.43 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าคือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับและเพศหญิงเห็นว่าคือ จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 20.41 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม เพศชายเห็นว่าคือจำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร และเพศหญิงเห็นว่าคือ ความสามารถในการเบิกถอนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ 14.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	51	40.80	60	30.61	111	34.56
อัตราดอกเบี้ย	41	32.80	60	30.61	101	31.46
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	3	2.40	4	2.04	7	2.18
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	15	12.00	14	7.14	29	9.03
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	5	4.00	13	6.63	18	5.61
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ	5	4.00	37	18.88	42	13.08
ค่าธรรมเนียมในการใช้เงิน	4	3.20	1	0.51	5	1.56
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	1	0.80	7	3.57	8	2.49
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 30 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 40.80 และ 30.61 ตามลำดับ และเพศหญิงเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดอีกหนึ่งปัจจัยเช่นกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าคือ อัตราดอกเบี้ยและเพศหญิงเห็นว่าคือ ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 32.80 และ 18.88 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นเหมือนกัน คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 7.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ใกล้บ้าน	7	5.60	26	13.27	33	10.28
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ใกล้ที่ทำงาน	18	14.40	58	29.59	76	23.68
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ในห้างสรรพสินค้า	11	8.80	21	10.71	32	9.97
มีการเปิดรับสมัครทางไปรษณีย์	4	3.20	9	4.59	13	4.05
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร มีจำนวนมาก	35	28.00	22	11.22	57	17.76
มีพนักงานมาเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงาน	50	40.00	60	30.61	110	34.26
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 31 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกมากที่สุด คือ การมีพนักงานมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ 30.61 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าคือ การที่ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครมีจำนวนมากและเพศหญิงเห็นว่าเป็นการที่ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ 29.59 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม เพศชายเห็นว่าเป็นการที่ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงานและเพศหญิงเห็นว่าเป็นการที่ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 14.40 และ 13.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการโฆษณา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใบปลิวหรือแผ่นพับ	67	53.60	53	27.04	120	37.38
ไปรษณียบัตร	1	0.80	5	2.55	6	1.87
ป้ายโฆษณา	1	0.80	28	14.29	29	9.03
วิทยุ	1	0.80	4	2.04	5	1.56
โทรทัศน์	40	32.00	38	19.39	78	24.30
หนังสือพิมพ์	9	7.20	32	16.33	41	12.77
สัญลักษณ์และโลโก้	6	4.80	36	18.37	42	13.09
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 32 ปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 53.60 และ 27.04 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันก็คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ 19.39 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม เพศชายเห็นว่าเป็น หนังสือพิมพ์ เพศหญิงเห็นว่าเป็น สัญลักษณ์และโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 7.20 และ 18.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการขายโดยใช้ พนักงานขาย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การเสนอขายของพนักงาน	48	38.40	56	28.57	104	32.40
พนักงานขายที่มีความรู้ความ ชำนาญ	77	61.60	140	71.43	217	67.60
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 33 ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็น
สมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความ
เห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตร
เครดิตมากที่สุด คือ พนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 61.60 และ 71.43
ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าเป็นการเสนอขายของพนักงาน
คิดเป็นร้อยละ 38.40 และ 28.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การขาย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า	7	5.60	15	7.65	22	6.85
การยกเว้นค่าธรรมเนียม แรกเข้า	31	24.80	50	25.51	81	25.23
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิก รายปี	13	10.40	12	6.12	25	7.79
การยกเว้นค่าธรรมเนียม สมาชิกรายปี	49	39.20	84	42.86	133	41.43
การให้คู่มือส่วนลด	3	2.40	7	3.57	10	3.12
การแจกหรือแถมของรางวัล	18	14.40	25	12.76	43	13.40
การแข่งขัน เกม หรือ ชิงโชค	4	3.20	3	1.53	7	2.18
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 34 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 39.20 และ 42.86 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าเป็น การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 24.80 และ 25.51 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่าเป็นการแจกหรือแถมของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 14.40 และ 12.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการให้ข่าวและ การประชาสัมพันธ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การบริจาคเพื่อการกุศล	41	32.80	59	30.10	100	31.15
การเป็นสปอนเซอร์	52	41.60	94	47.96	146	45.48
รายงานประจำปี	32	25.60	43	21.94	75	23.37
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 35 ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การเป็นสปอนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 41.60 และ 47.96 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าเป็น การบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 32.80 และ 30.10 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าเป็น รายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 25.60 และ 21.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
 บัณฑิตครุฑของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการตลาดทาง ตรง	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แคตตาล็อก	54	43.20	87	44.39	141	43.93
จดหมายตรง	52	41.60	85	43.37	137	42.67
อินเทอร์เน็ต	14	11.20	23	11.73	37	11.53
ไม่ตอบ	5	4.00	1	0.51	6	1.87
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 36 ปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
 บัณฑิตครุฑของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็น
 ตรงกันว่าปัจจัยด้านการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัณฑิตครุฑมากที่สุด
 คือแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 43.20 และ 44.39

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันก็คือ จดหมายตรง
 คิดเป็นร้อยละ 41.60 และ 43.37 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันก็คืออินเทอร์เน็ต
 คิดเป็นร้อยละ 11.20 และ 11.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงปัจจัยด้านบุคลาการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลาการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย	13	10.40	33	16.84	46	14.33
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย	73	58.40	55	28.06	128	39.88
ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	9	7.20	46	23.47	55	17.13
ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย	14	11.20	20	10.20	34	10.59
ความรู้ความชำนาญของพนักงานหลังการขาย	7	5.60	19	9.69	26	8.10
ความสุภาพของพนักงาน	9	7.20	23	11.73	32	9.97
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 37 ปัจจัยด้านบุคลาการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านบุคลาการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 58.40 และ 28.06

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าคือความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขายและเพศหญิงเห็นว่าคือความน่าเชื่อถือของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และ 23.47 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย คิดเป็นร้อยละ 10.40 และ 16.84 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงื่อนไขการอนุมัติ	44	35.20	48	24.49	92	28.66
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	45	36.00	35	17.86	80	24.92
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	7	5.60	31	15.82	38	11.84
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	12	9.60	58	29.59	70	21.81
การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	17	13.60	24	12.24	41	12.77
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 38 ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการอนุมัติและเพศหญิงเห็นว่าคือความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ 29.59 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันก็คือ เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 35.20 และ 24.49

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม เพศชายเห็นว่าคือ การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหาและเพศหญิงเห็นว่าคือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 13.60 และ 17.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	16	12.80	8	4.08	24	7.48
ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3	2.40	9	4.59	12	3.74
ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	106	84.80	178	90.82	284	88.47
ไม่ตอบ	0	0.00	1	0.51	1	0.31
รวม	125	100.00	196	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 39 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 84.80 และ 90.82 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าคือ ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและเพศหญิงเห็นว่าคือ ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ 4.59 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม เพศชายเห็นว่าคือความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและเพศหญิงเห็นว่าคือ ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 2.40 และ 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	148	13.48	173	15.06
ด้านราคา	163	14.85	158	13.75
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	209	19.03	112	9.75
ด้านการส่งเสริมการตลาด	107	9.74	214	18.62
ด้านบุคลากร	196	17.85	125	10.88
ด้านกระบวนการ	131	11.93	190	16.54
ด้านลักษณะทางกายภาพ	144	13.11	177	15.40
รวม	1,098	100.00	1,149	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 40 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นที่ไม่ตรงกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และเพศหญิงเห็นว่าเป็น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 19.03 และ 18.62 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าเป็น ปัจจัยด้านบุคลากร และเพศหญิงเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 17.85 และ 16.54 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม เพศชายเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านราคา และ เพศหญิงเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.85 และ 15.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	173	21.90	148	18.16
การขายโดยใช้พนักงานขาย	155	19.62	166	20.37
การส่งเสริมการขาย	161	20.38	160	19.63
การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	142	17.97	179	21.96
การตลาดทางตรง	159	20.13	162	19.88
รวม	790	100.00	815	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การโฆษณา และ เพศหญิงเห็นว่าคือการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 21.90 และ 21.96 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา เพศชายเห็นว่าเป็น การส่งเสริมการขาย และ เพศหญิงเห็นว่าเป็น การขายโดยใช้พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.38 และ 20.37 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความเห็นตรงกันว่าคือ การตลาดทางตรง คิดเป็นร้อยละ 20.13 และ 19.88 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจําแนกตามอายุ**

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามอายุ

จำนวน บัตร	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	20	45.45	42	45.16	45	36.00	5	8.47	112	34.89
2	12	27.27	29	31.18	27	21.60	21	35.59	89	27.73
3	8	18.18	14	15.05	32	25.60	11	18.64	65	20.25
4	2	4.55	5	5.38	17	13.60	8	13.56	32	9.97
5	2	4.55	3	3.23	3	2.40	9	15.25	17	5.30
6	0	0.00	0	0.00	1	0.80	5	8.47	6	1.86
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 42 จำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามอายุ พบว่า มีความเหมือนกันในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 26-30 ปี กล่าวคือ ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 45.45 และ 45.16 ตามลำดับ รองลงมา มีบัตร 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 31.18 และอันดับสามมีบัตร 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ 15.05 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา มีบัตรจำนวน 3 ใบ และ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 25.60 และ 21.60 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมา มีบัตรจำนวน 3 ใบ และ 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 18.64 และ 15.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ประเภทของบัตร	อายุ							
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรไดเนอร์ส คลับ	0	0.00	0	0.00	3	1.70	3	4.23
บัตรทองไดเนอร์ส คลับ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	2.82
บัตรวีซ่า HSBC	0	0.00	11	3.78	15	8.52	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ HSBC	0	0.00	0	0.00	2	1.14	0	0.00
บัตรทอง HSBC	0	0.00	0	0.00	1	0.57	3	4.23
บัตรมาสเตอร์ อีออน	3	1.59	8	2.75	4	2.27	0	0.00
บัตรอีออน	53	28.04	24	8.25	4	2.27	0	0.00
บัตรทองอีออน	1	0.53	3	1.03	0	0.00	0	0.00
บัตรวีซ่า ซิตีแบงก์	37	19.58	18	6.19	1	0.57	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ ซิตีแบงก์	3	1.59	17	5.84	4	2.27	2	2.82
บัตรทอง ซิตีแบงก์	0	0.00	1	0.34	1	0.57	1	1.41
บัตรวีซ่าสแตนดาร์ดชาร์เตอร์	5	2.65	18	6.19	1	0.57	1	1.41
บัตรมาสเตอร์ สแตนดาร์ดชาร์เตอร์	0	0.00	10	3.44	4	2.27	0	0.00
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	19	10.05	7	2.41	4	2.27	1	1.41
บัตรทองเที่ยว อเมริกันเอ็กซ์เพรส	0	0.00	1	0.34	1	0.57	0	0.00
บัตรทองอเมริกันเอ็กซ์เพรส	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	1.41
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ	1	0.53	19	6.53	11	6.25	2	2.82
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงเทพ	0	0.00	1	0.34	3	1.70	1	1.41
บัตรธนาคารกรุงเทพ	3	1.59	8	2.75	7	3.98	4	5.63
บัตรทอง ธนาคารกรุงเทพ	0	0.00	6	2.06	10	5.68	7	9.86
บัตรวีซ่า ธนาคารกสิกรไทย	7	3.70	9	3.09	5	2.84	7	9.86
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกสิกรไทย	0	0.00	1	0.34	1	0.57	0	0.00
บัตรธนาคารกสิกรไทย	2	1.06	6	2.06	9	5.11	1	1.41
บัตรทอง ธนาคารกสิกรไทย	0	0.00	1	0.34	7	3.98	0	0.00
บัตรวีซ่า กรุงไทย	31	16.40	45	15.46	3	1.70	3	4.23
บัตรมาสเตอร์ กรุงไทย	1	0.53	5	1.72	7	3.98	2	2.82
บัตรธนาคารกรุงไทย	6	3.17	11	3.78	8	4.55	7	9.86
บัตรทอง ธนาคารกรุงไทย	0	0.00	1	0.34	5	2.84	1	1.41
บัตรวีซ่า ธนาคารไทยพาณิชย์	2	1.06	17	5.84	13	7.39	3	4.23

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ประเภทของบัตร	อายุ							
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารไทยพาณิชย์	0	0.00	3	1.03	6	3.41	2	2.82
บัตรทอง ธนาคารไทยพาณิชย์	0	0.00	0	0.00	4	2.27	2	2.82
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	3	1.59	14	4.81	19	10.80	7	9.86
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	0	0.00	2	0.69	0	0.00	1	1.41
บัตรทอง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	0	0.00	2	0.69	1	0.57	0	0.00
บัตรวีซ่า ธนาคารเอเซีย	5	2.65	1	0.34	1	0.57	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารเอเซีย	0	0.00	3	1.03	3	1.70	0	0.00
บัตรทอง ธนาคารเอเซีย	0	0.00	1	0.34	2	1.14	2	2.82
บัตรวีซ่า ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	7	3.70	10	3.44	3	1.70	3	4.23
บัตรทอง ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	0	0.00	0	0.00	1	0.57	1	1.41
บัตรวีซ่า ธนาคารทหารไทย	0	0.00	5	1.72	0	0.00	0	0.00
บัตรทอง ธนาคารทหารไทย	0	0.00	1	0.34	2	1.14	1	1.41
อื่น ๆ	0	0.00	1	0.34	0	0.00	0	0.00
รวม	189	100.00	291	100.00	176	100.00	71	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 43 ประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มอายุมีประเภทของบัตรเครดิตแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรอิออน คิดเป็นร้อยละ 28.04 รองลงมา มีบัตรวีซ่าซีดีแบงก์และบัตรวีซ่ากรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 19.58 และ 16.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรวีซ่า ของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 15.46 รองลงมา มีบัตรอิออนและบัตรวีซ่าธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 8.25 และ 6.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรวีซ่าของธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 10.80 รองลงมา มีบัตรวีซ่า HSBC และบัตรวีซ่าของธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็น ร้อยละ 8.52 และ 7.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่มีบัตรทองของธนาคารกรุงเทพ บัตรวีซ่าของธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยและบัตรวีซ่าของธนาคาร กรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 9.86 เท่ากัน รองลงมา มีบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 5.63 และบัตรไคเนอร์สคลับ บัตรทอง HSBC บัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทย บัตรวีซ่าธนาคาร ไทยพาณิชย์และบัตรวีซ่าธนาคารยูโอบีรัตนสินทร์ คิดเป็นร้อยละ 4.23 เท่ากัน

ตารางที่ 44 แสดงวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

วงเงินสินเชื่อ บัตรเครดิต	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	10	22.73	8	8.60	1	0.80	1	1.69	20	6.23
10,000-15,000	10	22.73	16	17.20	14	11.20	7	11.86	47	14.64
15,001-20,000	7	15.91	21	22.58	13	10.40	1	1.69	42	13.08
20,001-25,000	7	15.91	8	8.60	11	8.80	5	8.47	31	9.66
25,001-30,000	4	9.09	8	8.60	19	15.20	2	3.39	33	10.28
30,001-35,000	1	2.27	7	7.53	9	7.20	12	20.34	29	9.03
35,001-40,000	2	4.55	3	3.23	10	8.00	8	13.56	23	7.17
40,001-45,000	0	0.00	2	2.15	5	4.00	3	5.08	10	3.12
45,001-50,000	0	0.00	2	2.15	4	3.20	3	5.08	9	2.80
มากกว่า 50,000	2	4.55	15	16.13	18	14.40	5	8.47	40	12.46
ไม่ทราบ	1	2.27	3	3.23	21	16.80	12	20.34	37	11.53
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 44 วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่แตกต่างกันตามกลุ่มอายุ กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตจำนวนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.73 เท่ากัน รองลงมา ได้รับวงเงิน 15,001-20,000 บาท และ

20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.91 เท่ากัน และ ได้รับวงเงิน 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตจำนวน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.58 รองลงมา ได้รับวงเงิน 10,000-15,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.20 และ 16.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ไม่ทราบวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 16.80 รองลงมา ได้รับวงเงิน 25,001-30,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.20 และ 14.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตจำนวน 30,001-35,000 บาท และ ไม่ทราบวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 20.34 เท่ากัน รองลงมา ได้รับวงเงิน 35,001-40,000 บาทและ 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.56 และ 11.86 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบัตร	10	22.73	21	22.58	17	13.60	9	15.25	57	17.76
มีรูปติดบนบัตร	0	0.00	1	1.08	2	1.60	0	0.00	3	0.93
ความสวยงามของสีสันและลวดลายบนบัตร	1	2.27	1	1.08	0	0.00	0	0.00	2	0.62
จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร	6	13.63	12	12.90	24	19.20	15	25.42	57	17.76
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	2	4.55	11	11.83	21	16.80	10	16.95	44	13.71
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	11	25.00	31	33.33	19	15.20	6	10.17	67	20.87
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	11	25.00	7	7.53	21	16.80	13	22.03	52	16.20
ความปลอดภัยในการใช้	0	0.00	6	6.45	9	7.20	3	5.08	18	5.61
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตร	0	0.00	0	0.00	4	3.20	1	1.69	5	1.56
มีบริการสะสมไมล์การท่องเที่ยวร่วมกับสายการบิน	1	2.27	2	2.15	0	0.00	0	0.00	3	0.93
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล	2	4.55	1	1.08	8	6.40	2	3.39	13	4.05
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 45 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและ 26-30 ปี มีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 33.33 ตามลำดับ โดยผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดอีกหนึ่งปัจจัยคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี และ มากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร คิดเป็นร้อยละ 19.20 และ 25.42 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและ 26-30 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็นประเภทของบัตรคิดเป็นร้อยละ 22.73 และ 22.58 ตามลำดับ และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปีเห็นว่าคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 16.80 และ 22.03 โดยผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสองอีกหนึ่งปัจจัยคือ ความสามารถในการเบิกถอนเงินสดได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและ 26-30 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็นจำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร คิดเป็นร้อยละ 13.63 และ 12.90 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าเป็นวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 15.20 ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าเป็นความสามารถในการเบิกถอนเงินสด คิดเป็นร้อยละ 16.95

ตารางที่ 46 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	2	4.55	26	27.96	55	44.00	28	47.46	111	34.56
อัตราดอกเบี้ย	22	50.00	41	44.09	29	23.20	9	15.25	101	31.46
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	0	0.00	1	1.08	4	3.20	2	3.39	7	2.18
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	1	2.27	11	11.83	15	12.00	2	3.39	29	9.03
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	3	6.82	4	4.30	5	4.00	6	10.17	18	5.61
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ	15	34.09	5	5.38	15	12.00	7	11.86	42	13.08
ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน	0	0.00	4	4.30	1	0.80	0	0.00	5	1.56
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	1	2.27	1	1.08	1	0.80	5	8.47	8	2.49
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 46 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ 44.09 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ 47.46 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่า คือ ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 34.09 ผู้มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าคือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 27.96 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปี เห็นว่าคือ อัตราดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 23.20 และ 15.25 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าคือ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 34.09 และ ผู้มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าคือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ คิดเป็นร้อยละ 11.83 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปี เห็นว่าคือยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 11.86 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสามอีกหนึ่งปัจจัยคือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ

ตารางที่ 47 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารหรือสถานที่ รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน	1	2.27	16	17.20	11	8.80	5	8.47	33	10.28
ธนาคารหรือสถานที่ รับสมัครอยู่ใกล้ ที่ทำงาน	17	38.64	25	26.88	27	21.60	7	11.86	76	23.68
ธนาคารหรือสถานที่ รับสมัครอยู่ใน ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	9	9.68	10	8.00	13	22.03	32	9.97
มีการเปิดรับสมัคร ทางไปรษณีย์	2	4.55	2	2.15	7	5.60	2	3.39	13	4.05
ธนาคารหรือสถานที่ รับสมัครมีจำนวน มาก	3	6.82	28	30.11	22	17.60	4	6.78	57	17.76
มีพนักงานมาเสนอ ขายที่บ้านหรือ ที่ทำงาน	21	47.73	13	13.98	48	38.40	28	47.46	110	34.26
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 47 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกับัตรเครดิตมากที่สุด คือ การมีพนักงานขายมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 47.73 38.40 และ 47.46 ตามลำดับ ส่วนผู้มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าคือ ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครมีจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 30.11

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปี และ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าคือ มีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 38.64 26.88 และ 21.60 ตามลำดับ ส่วนผู้มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าคือ มีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ในห้างสรรพสินค้าคิดเป็นร้อยละ 22.03

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าคือ การมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 6.82 และ 17.60 ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุ

26-30 ปีเห็นว่าเป็น การมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และผู้มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็น การมีธนาคารมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 11.86

ตารางที่ 48 แสดงปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการโฆษณา	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใบปลิวหรือแผ่นพับ	11	25.00	41	44.09	59	47.20	9	15.25	120	37.38
ไปรษณียบัตร	0	0.00	3	3.23	3	2.40	0	0.00	6	1.87
ป้ายโฆษณา	9	20.45	6	6.45	9	7.20	5	8.47	29	9.03
วิทยุ	1	2.27	2	2.15	1	0.80	1	1.69	5	1.56
โทรทัศน์	17	38.64	13	13.98	34	27.20	14	23.73	78	24.30
หนังสือพิมพ์	0	0.00	21	22.58	8	6.40	12	20.34	41	12.77
สัญลักษณ์และโลโก้	6	13.64	7	7.53	11	8.80	18	30.51	42	13.09
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 48 ปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุมีความเห็นที่ไม่ตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 38.64 ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เห็นว่า คือ ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 47.20 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็น สัญลักษณ์และโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 30.51

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าเป็น ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีเห็นว่าเป็น หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 22.58 และผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็น โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 27.20 และ 23.73 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าเป็นร้อยละ 13.98 ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าเป็นร้อยละ 8.80 และ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าเป็นร้อยละ 20.34

ตารางที่ 49 แสดงปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเสนอขายของพนักงาน	20	45.45	70	75.27	12	9.60	2	3.39	104	32.40
พนักงานขายที่มีความรู้ ความชำนาญ	24	54.55	23	24.73	113	90.40	57	96.61	217	67.60
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 49 ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 31-40 ปี และ มากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ พนักงานขายที่มีความรู้ ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 54.55 90.40 และ 96.61 ตามลำดับ ส่วนผู้มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าเป็นการเสนอขายของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 75.27

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาคือ การเสนอขายของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 45.45 9.60 และ 3.39 ตามลำดับ ส่วนผู้มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าเป็นพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ คิดเป็นร้อยละ 24.73

ตารางที่ 50 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า	5	11.36	8	8.60	8	6.40	1	1.69	22	6.85
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	1	2.27	24	25.81	49	39.20	7	11.86	81	25.23
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	1	2.27	11	11.83	9	7.20	4	6.78	25	7.79
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	26	59.09	26	27.96	42	33.60	39	66.10	133	41.43
การให้คู่มือส่วนลด	5	11.36	5	5.38	0	0.00	0	0.00	10	3.12
การแจกหรือแถมของรางวัล	2	4.55	16	17.20	17	13.60	8	16.56	43	13.40
การแข่งขัน เกม หรือชิงโชค	4	9.09	3	3.23	0	0.00	0	0.00	7	2.18
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 50 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปี และ มากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 59.09 27.96 และ 66.10 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าคือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 39.20

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและ 26-30 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็น การลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 11.36 และ 25.81 โดยผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีเห็นว่ามีอิทธิพลในอันดับสองอีกหนึ่งปัจจัยคือ การให้คู่มือส่วนลด ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีเห็นว่าเป็นการยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 33.60 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็นการแจกหรือแถมของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 16.56

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและ 31-40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าการแจกรหรือแถมของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 17.20 และ 13.60 ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีเห็นว่าการแข่งขัน เกมหรือชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 9.09 และ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 11.86

ตารางที่ 51 แสดงปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบริจาคเพื่อการกุศล	16	36.36	30	32.26	38	30.40	16	27.12	100	31.15
การเป็นสปอนเซอร์	3	6.82	52	55.91	67	53.60	24	40.68	146	45.48
รายงานประจำปี	25	56.82	11	11.83	20	16.00	19	32.20	75	23.37
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 51 ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปี 31-40 ปีและ มากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การเป็นสปอนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 55.91 53.60 และ 40.68 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีเห็นว่าการรายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 56.82

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปีและ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าเป็นการบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 36.36 32.26 และ 30.40 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าการรายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 32.20

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและ 31-40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็นการรายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 11.83 และ 16.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าการเป็นสปอนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 6.82 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าการบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 27.12

ตารางที่ 52 แสดงปัจจัยด้านการการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
 บัณฑิตกรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการ การตลาดทางตรง	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แคตตาล็อก	11	25.00	59	63.44	61	48.80	10	16.95	141	43.93
จดหมายตรง	27	61.36	22	23.66	44	35.20	44	74.58	137	42.67
อินเทอร์เน็ต	6	13.64	12	12.90	16	12.80	3	5.08	37	11.53
ไม่ตอบ	0	0.00	0	0.00	4	3.20	2	3.39	6	1.87
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 52 ปัจจัยด้านการการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
 บัณฑิตกรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 26-30 ปีและ
 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
 บัณฑิตกรมากที่สุดคือแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 63.44 และ 48.80 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า
 26 ปี และมากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็นจดหมายตรง คิดเป็นร้อยละ 61.36 และ 74.58
 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและมากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่า
 คือ แคตตาล็อกคิดเป็นร้อยละ 63.44 และ 16.95 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและ 31-40 ปี
 มีความเห็นตรงกันว่าเป็นจดหมายตรง คิดเป็นร้อยละ 23.66 และ 35.20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี
 มีความเห็นตรงกันว่าเป็นอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.64 12.90 12.80 และ 5.08 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย	5	11.36	27	29.03	11	8.80	3	5.08	46	14.33
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย	10	22.73	19	20.43	68	54.40	31	52.54	128	39.88
ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	7	15.91	25	26.88	16	12.80	7	11.86	55	17.13
ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย	8	18.18	10	10.75	7	5.60	9	15.25	34	10.59
ความรู้ความชำนาญของพนักงานหลังการขาย	5	11.36	10	10.75	6	4.80	5	8.47	26	8.10
ความสุภาพของพนักงาน	9	20.45	2	2.15	17	13.60	4	6.78	32	9.97
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 53 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 22.73 54.40 และ 52.54 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าคือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย คิดเป็นร้อยละ 29.03

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันก็คือ ความสุภาพของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 20.45 และ 13.60 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าคือความน่าเชื่อถือของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 26.88 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าคือ ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย คิดเป็นร้อยละ 15.25

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่า คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ 11.86 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีเห็นว่าคือ ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าเป็น การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 20.43

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงื่อนไขการอนุมัติ	23	52.27	6	6.45	47	37.60	16	27.12	92	28.66
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	5	11.36	45	48.39	6	4.80	24	40.68	80	24.92
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	8	18.18	8	8.60	20	16.00	2	3.39	38	11.84
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	0	0.00	27	29.03	30	24.00	13	22.03	70	21.81
การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	8	18.18	7	7.53	22	17.60	4	6.78	41	12.77
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 54 ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 52.27 และ 37.60 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าคือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 48.39 และ 40.68 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและ 31-40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าคือความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 29.03 และ 24.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าเป็น จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัครและการให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา คิดเป็นร้อยละ 18.18 เท่ากัน ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าคือ เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 27.12

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสามทุกกลุ่มอายุมีความเห็นที่แตกต่างกันคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี เห็นว่าเป็น ความรวดเร็วในการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 11.36 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี เห็นว่าเป็น จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร คิดเป็นร้อยละ 8.60 ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าเป็น การให้ความช่วยเหลือแก้ปัญหา คิดเป็นร้อยละ 17.60 และ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เห็นว่าเป็น ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 22.03

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ								รวม	
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	0	0.00	14	15.05	5	4.00	5	8.47	24	7.48
ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3	6.82	3	3.23	6	4.80	0	0.00	12	3.74
ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	41	93.18	76	81.72	113	90.40	54	91.53	284	88.47
ไม่ตอบ	0	0.00	0	0.00	1	0.80	0	0.00	1	0.31
รวม	44	100.00	93	100.00	125	100.00	59	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 55 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 93.18 81.72 90.40 และ 91.53 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 31-40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าเป็น ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 6.82 และ 4.80 ตามลำดับ

ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และ มากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันก็คือ ความหรรษาใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 15.05 และ 8.47 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีเห็นว่าเป็นคือ ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 3.23 และ ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าเป็นคือ ความหรรษาใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 56 แสดงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	89	12.36	92	15.16	43	10.57	97	18.91
ด้านราคา	90	12.50	95	15.65	86	21.13	50	9.75
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	85	11.81	96	15.82	77	18.92	63	12.28
ด้านการส่งเสริมการตลาด	99	13.75	98	16.14	66	16.22	58	11.31
ด้านบุคลากร	126	17.50	65	10.71	39	9.58	91	17.74
ด้านกระบวนการ	91	12.64	93	15.32	53	13.02	84	16.37
ด้านลักษณะทางกายภาพ	140	19.44	68	11.20	43	10.57	70	13.65
รวม	720	100.00	607	100.00	407	100.00	513	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแต่ละกลุ่มอายุมีความเห็นไม่ตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 19.44 ผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีเห็นว่าเป็นคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 16.14 ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีเห็นว่าเป็นคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 21.13 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็นคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 18.91

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าเป็นคือ ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ 17.74 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปี และ

31-40 มีความเห็นตรงกันว่าคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 15.82 และ 18.92 ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 31-40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ 16.22 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีเห็นว่าเป็นคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15.65 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็นคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 16.37

ตารางที่ 57 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ							
	ต่ำกว่า 26 ปี		26-30 ปี		31-40 ปี		มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	66	17.37	88	18.92	94	24.29	73	19.57
การขายโดยใช้ พนักงานขาย	101	26.58	96	20.65	38	9.82	86	23.06
การส่งเสริมการขาย	65	17.15	82	17.63	113	29.20	61	16.35
การให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์	33	8.68	91	19.57	87	22.48	110	29.49
การตลาดทางตรง	115	30.26	108	23.23	55	14.21	43	11.53
รวม	380	100.00	465	100.00	387	100.00	373	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 57 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี และ 26-30 ปีมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การตลาดทางตรง คิดเป็นร้อยละ 30.26 และ 23.23 ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีเห็นว่าเป็นคือการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 29.20 และ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีเห็นว่าเป็นการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 29.49

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี 26-30 ปีและมากกว่า 40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็น การขายโดยใช้พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.65 และ 23.06 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี เห็นว่าเป็น การโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 24.29

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปีและมากกว่า 40 ปี มีความเห็นตรงกันว่าเป็น การโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.37 และ 19.57 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอายุ 26-30 ปีและ 31-40 ปีมีความเห็นตรงกันว่าเป็น การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.57 และ 22.48 ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจําแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามรายได้ต่อเดือน

จำนวนบัตร	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1	49	61.25	43	29.66	20	20.83	112	34.89
2	21	26.25	39	26.90	29	30.21	89	27.73
3	8	10.00	31	21.38	26	27.08	65	20.25
4	2	2.50	18	12.41	12	12.50	32	9.97
5	0	0.00	11	7.59	6	6.25	17	5.30
6	0	0.00	3	2.07	3	3.13	6	1.86
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 58 จำนวนบัตรเครดิตที่มีของผู้ตอบแบบสอบถามจําแนกตามรายได้ต่อเดือนพบว่า มีความเหมือนกันของผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ตํ่ากว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท กล่าวคือ ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 61.25 และ 26.90 ตามลำดับ รองลงมา มีบัตรจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ 26.90 ตามลำดับ อันดับที่สามมีบัตรจำนวน 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 21.38 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 30.21 รองลงมา มีบัตรจำนวน 3 ใบ และ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 27.08 และ 20.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทของบัตรเครดิต	รายได้ต่อเดือน (บาท)					
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรไดเนอร์ส คลับ	0	0.00	2	0.53	4	3.31
บัตรทอง ไดเนอร์ส คลับ	0	0.00	0	0.00	2	1.65
บัตรวีซ่า HSBC	14	6.06	12	3.20	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ HSBC	1	0.43	1	0.27	0	0.00
บัตรทอง HSBC	0	0.00	1	0.27	3	2.48
บัตรมาสเตอร์ อีออน	7	3.03	8	2.13	0	0.00
บัตรอีออน	71	30.74	10	2.67	0	0.00
บัตรทองอีออน	1	0.43	3	0.80	0	0.00
บัตรวีซ่า ซิตีแบงก์	25	10.82	31	8.27	0	0.00
บัตรมาสเตอร์ ซิตีแบงก์	0	0.00	20	5.33	6	4.96
บัตรทอง ซิตีแบงก์	0	0.00	1	0.27	2	1.65
บัตรวีซ่าสแตนดาร์ดชาร์เตอร์	3	1.30	20	5.33	2	1.65
บัตรมาสเตอร์ สแตนดาร์ดชาร์เตอร์	0	0.00	11	2.93	3	2.48
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	12	5.19	16	4.27	3	2.48
บัตรทองเที่ยว อเมริกันเอ็กซ์เพรส	0	0.00	2	0.53	0	0.00
บัตรทองอเมริกันเอ็กซ์เพรส	0	0.00	0	0.00	1	0.83
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ	5	2.16	24	6.40	4	3.31
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงเทพ	0	0.00	2	0.53	3	2.48

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทของบัตรเครดิต	รายได้ต่อเดือน (บาท)					
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรธนาคารกรุงเทพ	1	0.43	18	4.80	3	2.48
บัตรทอง ธนาคารกรุงเทพ	0	0.00	10	2.67	13	10.74
บัตรวีซ่า ธนาคารกสิกรไทย	2	0.87	17	4.53	9	7.74
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกสิกรไทย	0	0.00	1	0.27	1	0.83
บัตรธนาคารกสิกรไทย	4	1.73	12	3.20	2	1.65
บัตรทอง ธนาคารกสิกรไทย	0	0.00	4	1.07	4	3.31
บัตรวีซ่า กรุงไทย	39	16.88	35	9.33	8	6.61
บัตรมาสเตอร์ กรุงไทย	0	0.00	7	1.87	8	6.61
บัตรธนาคารกรุงไทย	13	5.63	11	2.93	8	6.61
บัตรทอง ธนาคารกรุงไทย	0	0.00	1	0.27	6	4.96
บัตรวีซ่า ธนาคารไทยพาณิชย์	3	1.30	30	8.00	2	1.65
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารไทยพาณิชย์	0	0.00	8	2.13	3	2.48
บัตรทอง ธนาคารไทยพาณิชย์	0	0.00	3	0.80	3	2.48
บัตรวีซ่า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	16	6.93	23	6.13	4	3.31
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	0	0.00	3	0.80	0	0.00
บัตรทอง ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	0	0.00	0	0.00	3	2.48
บัตรวีซ่า ธนาคารเอเซีย	2	0.87	4	1.07	1	0.83
บัตรมาสเตอร์ ธนาคารเอเซีย	1	0.43	3	0.80	2	1.65
บัตรทอง ธนาคารเอเซีย	0	0.00	1	0.27	4	3.31

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทของบัตรเครดิต	รายได้ต่อเดือน (บาท)					
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บัตรวีซ่า ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	8	3.46	14	3.74	1	0.83
บัตรทอง ธนาคารยูโอบี รัตนสินทร์	0	0.00	0	0.00	2	1.65
บัตรวีซ่า ธนาคารทหารไทย	3	1.30	2	0.53	0	0.00
บัตรทอง ธนาคารทหารไทย	0	0.00	3	0.80	1	0.83
อื่นๆ	0	0.00	1	0.27	0	0.00
รวม	231	100.00	375	100.00	121	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 59 ประเภทของบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีประเภทของบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรอโณน คิดเป็นร้อยละ 30.74 รองลงมา มีบัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทยและบัตรวีซ่าซิตีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 16.88 และ 10.82 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรวีซ่า ของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 9.33 รองลงมา มีบัตรวีซ่าซิตีแบงก์และวีซ่าของธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 8.27 และ 8.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรทองของธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 10.74 รองลงมา มีบัตรวีซ่าของธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 7.74 และ บัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทย บัตรมาสเตอร์ของธนาคารกรุงไทยและบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 6.61 เท่ากัน

ตารางที่ 60 แสดงวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิต (บาท)	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000	14	17.50	6	4.14	0	0.00	20	6.23
10,000-15,000	20	25.00	17	11.72	10	10.42	47	14.64
15,001-20,000	16	20.00	17	11.72	9	9.38	42	13.08
20,001-25,000	10	12.50	19	13.10	2	2.08	31	9.66
25,001-30,000	12	15.00	15	10.34	6	6.25	33	10.28
30,001-35,000	4	5.00	15	10.34	10	10.42	29	9.03
35,001-40,000	0	0.00	8	5.52	15	15.63	23	7.17
40,001-45,000	0	0.00	10	6.90	0	0.00	10	3.12
45,001-50,000	0	0.00	7	4.83	2	2.08	9	2.80
มากกว่า 50,000	0	0.00	15	10.34	25	26.04	40	12.46
ไม่ทราบ	4	5.00	16	11.03	17	17.71	37	11.53
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 60 วงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตแตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตจำนวน 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา ได้รับวงเงิน 15,001-20,000 บาทและต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 17.50 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตจำนวน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.10 รองลงมา ได้รับวงเงิน 10,000-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.72 เท่ากัน และไม่ทราบวงเงินที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 11.03

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.04 รองลงมา ไม่ทราบวงเงินที่ได้รับ และ ได้รับวงเงิน 35,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.71 และ 15.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของบัตร	20	25.00	25	17.24	12	12.50	57	17.76
มีรูปคียบนบัตร	2	2.50	1	0.69	0	0.00	3	0.93
ความสวยงามของสีเงินและลวดลายบนบัตร	1	1.25	1	0.69	0	0.00	2	0.62
จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร	8	10.00	39	26.90	10	10.42	57	17.76
สามารถเบิกถอนเงินสดได้	22	27.50	18	12.41	4	4.17	44	13.71
วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ	7	8.75	27	18.62	33	34.38	67	20.87
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	8	10.00	14	9.66	30	31.25	52	16.20
ความปลอดภัยในการใช้	6	7.50	8	5.52	4	4.17	18	5.61
มีบริการรับประกันสินค้าที่ซื้อด้วยบัตร	1	1.25	4	2.76	0	0.00	5	1.56
มีบริการสะสมไมล์การท่องเที่ยวร่วมกับสายการบิน	0	0.00	2	1.38	1	1.04	3	0.93
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัล	5	6.25	6	4.14	2	2.08	13	4.05
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 61 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความเห็นไม่ตรงกันในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลสองอันดับแรก กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ สามารถเบิกถอนเงินสดได้ คิดเป็นร้อยละ 27.50 ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท เห็นว่าคือ จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร คิดเป็นร้อยละ 26.90 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็น วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 34.38

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าเป็น ประเภทของบัตร คิดเป็นร้อยละ 25.00 ผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทเห็นว่าเป็น วงเงินสินเชื่อที่ได้รับ

คิดเป็นร้อยละ 18.62 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 31.25

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าคือประเภทของบัตร คิดเป็นร้อยละ 17.24 และ 12.50 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าเป็น จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตร และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 10.00 เท่ากัน

ตารางที่ 62 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	30	37.50	49	33.79	32	33.33	111	34.56
อัตราดอกเบี้ย	20	25.00	43	29.66	38	39.58	101	31.46
ค่าปรับกรณีชำระเงินคืนล่าช้า	4	5.00	2	1.38	1	1.04	7	2.18
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	10	12.50	13	8.97	6	6.25	29	9.03
ค่าธรรมเนียมแรกเข้า	2	2.50	10	6.90	6	6.25	18	5.61
ขอเงินขึ้นค่าที่ค้ำชำระ	10	12.50	13	8.97	9	9.38	42	13.08
ค่าธรรมเนียมในการใช้วงเงิน	2	2.50	1	0.69	2	2.08	5	1.56
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	2	2.50	4	2.76	2	2.08	8	2.49
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 62 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทและ 10,000-20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเคดิตมากที่สุด คือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ 33.79 ตามลำดับ และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่า คือ อัตราดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 39.58

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท เห็นว่าเป็น อัตราดอกเบี้ย คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 29.66 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือ ค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 33.33

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 และ 10,000-20,000 บาท เห็นว่าคือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระและยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 8.97 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าคือยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ คิดเป็นร้อยละ 9.38

ตารางที่ 63 แสดงปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ใกล้บ้าน	10	12.50	21	14.48	2	2.08	33	10.28
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ใกล้ที่ทำงาน	18	22.50	37	25.52	21	21.88	76	23.68
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัคร อยู่ในห้างสรรพสินค้า	5	6.25	18	12.41	9	9.38	32	9.97
มีการเปิดรับสมัครทางไปรษณีย์	2	2.50	9	6.21	2	2.08	13	4.05
ธนาคารหรือสถานที่รับสมัครมี จำนวนมาก	16	20.00	21	14.48	20	20.83	57	17.76
มีพนักงานมาเสนอขายที่บ้าน หรือที่ทำงาน	29	36.25	39	26.90	42	43.75	110	34.26
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 63 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความเห็นตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การมีพนักงานมาเสนอขายที่บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 36.25 26.90 และ 43.75 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าคือ การมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 22.50 25.52 และ 21.88

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าเป็น การมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครจำนวนมากคิดเป็น ร้อยละ 20.00 14.48 และ 20.83 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอีกหนึ่งปัจจัยคือ การมีธนาคารหรือสถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน

ตารางที่ 64 แสดงปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการโฆษณา	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใบปลิวหรือแผ่นพับ	40	50.00	53	36.55	27	28.13	120	37.38
ไปรษณียบัตร	3	3.75	2	1.38	1	1.04	6	1.87
ป้ายโฆษณา	6	7.50	16	11.03	7	7.29	29	9.03
วิทยุ	1	1.25	2	1.38	2	2.08	5	1.56
โทรทัศน์	6	7.50	32	22.07	40	41.67	78	24.30
หนังสือพิมพ์	18	22.50	20	13.79	3	3.13	41	12.77
สัญลักษณ์และโลโก้	6	7.50	20	13.79	16	16.67	42	13.09
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 64 ปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ 36.55 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 41.67

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทเห็นว่าเป็น หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 22.50 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 เห็นว่าเป็น โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 22.07 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น ใบปลิวหรือแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 28.13

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 10,000-20,000 และมากกว่า 20,000 มีความเห็นตรงกันว่าเป็น สัญลักษณ์และโลโก้ คิดเป็นร้อยละ 7.50 13.79 และ 16.67 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 เห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสามอีก

สองปัจจัยคือป้ายโฆษณาและโทรทัศน์ และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสามอีกหนึ่งปัจจัยคือหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการขายโดยใช้ พนักงานขาย	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การเสนอขายของพนักงาน	34	42.50	55	37.93	15	15.63	104	32.40
พนักงานขายที่มีความรู้ความ ชำนาญ	46	57.50	90	62.07	81	84.37	217	67.60
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 65 ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความเห็นตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาทและ มากกว่า 20,000 บาท มีความเห็นว่าปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ พนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญ คิดเป็นร้อยละ 57.50 62.07 และ 84.37

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าเป็นการเสนอขายของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 42.50 37.93 และ 15.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า	1	1.25	16	11.03	5	5.21	22	6.85
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า	25	31.25	35	24.14	21	21.88	81	25.23
การลดค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	3	3.75	18	12.41	4	4.17	25	7.79
การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี	36	45.00	51	35.17	46	47.92	133	41.43
การให้อุปถัมภ์ส่วนลด	3	3.75	4	2.76	3	3.13	10	3.12
การแจกหรือแถมของรางวัล	9	11.25	18	12.41	16	16.67	43	13.40
การแข่งขัน เกม หรือชิงโชค	3	3.75	3	2.07	1	1.04	7	2.18
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 66 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความเห็นตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การยกเว้นค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี คิดเป็นร้อยละ 45.00 35.17 และ 47.92 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นร้อยละ 31.25 24.14 และ 21.88 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น การแจกหรือแถมของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 11.25 12.41 และ 16.67 ตามลำดับ โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสามอีกหนึ่งปัจจัยคือการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า

ตารางที่ 67 แสดงปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการให้ข่าวและ การประชาสัมพันธ์	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การบริจาคเพื่อการกุศล	16	20.00	47	32.41	37	38.54	100	31.15
การเป็นสปอนเซอร์	34	42.50	73	50.34	39	40.63	146	45.48
รายงานประจำปี	30	37.50	25	17.24	20	20.83	75	23.37
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 67 ปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การเป็นสปอนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 42.50 50.34 และ 40.63 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่าคือการบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 32.41 และ 38.54 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าคือ รายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 37.50

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าคือ รายงานประจำปี คิดเป็นร้อยละ 17.24 และ 20.83 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าคือ การบริจาคเพื่อการกุศล คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 68 แสดงปัจจัยด้านการการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการตลาดทาง ตรง	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แคตตาล็อก	31	38.75	71	48.97	39	40.63	141	43.93
จดหมายตรง	25	31.25	67	46.21	45	46.88	137	42.67
อินเทอร์เน็ต	20	25.00	6	4.14	11	11.46	37	11.53
ไม่ตอบ	4	5.00	1	0.69	1	1.04	6	1.87
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 68 ปัจจัยด้านการการตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิก
บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า
10,000 บาทและ 10,000-20,000 บาทมีความเห็นตรงกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านการ
ตลาดทางตรงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือแคตตาล็อก คิดเป็น
ร้อยละ 38.75 และ 48.97 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือ
จดหมายตรง คิดเป็นร้อยละ 46.88

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทและ 10,000-20,000 บาท
เห็นว่าคือ จดหมายตรง คิดเป็นร้อยละ 31.25 และ 46.21 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน
มากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 40.63

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท
และมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 25.00 4.14 และ 11.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลากร	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย	5	6.25	28	19.31	13	13.54	46	14.33
การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย	45	56.25	47	32.41	36	37.50	128	39.88
ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	11	13.75	27	18.62	17	17.71	55	17.13
ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย	3	3.75	16	20.00	15	15.63	34	10.59
ความรู้ความชำนาญของพนักงานหลังการขาย	3	3.75	11	13.75	12	12.50	26	8.10
ความสุภาพของพนักงาน	13	16.25	16	20.00	3	3.13	32	9.97
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 69 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 56.25 32.41 และ 37.50 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าเป็น ความสุภาพของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เห็นว่าเป็น การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าระหว่างการเสนอขาย คิดเป็นร้อยละ 19.31 และ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าเป็น ความน่าเชื่อถือของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 17.71

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท เห็นว่าเป็น ความน่าเชื่อถือของพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และ 18.62 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าเป็น ความรู้ความชำนาญของพนักงานระหว่างการขาย คิดเป็นร้อยละ 15.63

ตารางที่ 70 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เงื่อนไขการอนุมัติ	17	21.25	50	34.48	25	26.04	92	28.66
ความรวดเร็วในการอนุมัติ	18	22.50	36	24.83	26	27.08	80	24.92
จำนวนเอกสารที่ใช้ประกอบการสมัคร	5	6.25	21	14.48	12	12.50	38	11.84
ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม	30	37.50	22	15.17	18	18.75	70	21.81
การให้ความช่วยเหลือแก้ไขปัญหา	10	12.50	16	11.03	15	15.63	41	12.77
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 70 ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 37.50 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เห็นว่าคือ เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 34.48 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าคือ ความรวดเร็วในการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 27.08

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทและ 10,000-20,000 มีความเห็นตรงกันว่าเป็นเรื่อง ความรวดเร็วในการอนุมัติคิดเป็นร้อยละ 22.50 และ 24.83 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าเป็นเรื่องเงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 26.04

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าเป็นเรื่อง ความสะดวกในการติดต่อสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 15.17 และ 18.75 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าเป็นเรื่อง เงื่อนไขการอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 21.25

ตารางที่ 71 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	6	7.50	15	10.34	3	3.13	24	7.48
ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	2	2.50	9	6.21	1	1.04	12	3.74
ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร	72	90.00	120	82.76	92	95.83	284	88.47
ไม่ตอบ	0	0.00	1	0.69	0	0.00	1	0.31
รวม	80	100.00	145	100.00	96	100.00	321	100.00

จากตารางที่ 71 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้มีความเห็นตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 90.00 82.76 และ 95.83 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น ความหรูหราใหญ่โตของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 7.50 10.34 และ 3.13

ปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสามผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น ความสะอาดของธนาคารหรือสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คิดเป็นร้อยละ 2.50 6.21 และ 1.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด	รายได้ต่อเดือน (บาท)					
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	103	16.83	144	16.55	74	9.67
ด้านราคา	43	7.03	156	17.93	122	15.95
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	40	6.54	131	15.06	150	19.61
ด้านการส่งเสริมการตลาด	87	14.22	109	12.53	125	16.34
ด้านบุคลากร	116	18.95	122	14.02	83	10.85
ด้านกระบวนการ	108	17.65	96	11.03	117	15.29
ด้านลักษณะทางกายภาพ	115	18.79	112	12.87	94	12.29
รวม	612	100.00	870	100.00	765	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 72 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มรายได้มีความเห็นไม่ตรงกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 18.95 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่าคือปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 17.93 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 19.61

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมาผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คิดเป็นร้อยละ 18.79 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่าคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 16.55 และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 16.34

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับสาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าคือปัจจัยด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 17.65 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่าคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 15.06 และ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท เห็นว่าคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15.95

ตารางที่ 73 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน (บาท)					
	ต่ำกว่า 10,000		10,000 – 20,000		มากกว่า 20,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	127	21.38	111	20.26	83	17.93
การขายโดยใช้พนักงานขาย	109	18.35	151	27.55	61	13.17
การส่งเสริมการขาย	113	19.02	110	20.07	98	21.17
การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์	118	19.87	99	18.07	104	22.46
การตลาดทางตรง	127	21.38	77	14.05	117	25.27
รวม	594	100.00	548	100.00	463	100.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 73 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดคือ การโฆษณาและการตลาดทางตรง คิดเป็นร้อยละ 21.38 เท่ากัน ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาทเห็นว่าเป็น การขายโดยใช้พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 27.55 และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทเห็นว่าเป็น การตลาดทางตรง คิดเป็นร้อยละ 25.27

ปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาท มีความเห็นตรงกันว่าเป็น การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.87 และ 22.46 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทเห็นว่าเป็น การโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 20.26

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในอันดับที่สาม ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 20,000 บาทมีความเห็นตรงกันว่าเป็น การส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 19.02 20.07 และ 21.17 ตามลำดับ