

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต
ของผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร

The Study of Factors that Effect on Credit Cards Selection
of Customer in Bangkok

โดย

นายสุพล จันทร์นวล
รหัสประจำตัว 40066633

เสนอ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2542

วพ.
๘๘๒ ก
๒๕๔๒

34725

2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต
ของผู้ใช้บริการเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร

นักศึกษา : นายสุรพล จันทร์นวล

ระดับการศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.อุรสา บัวตะมะ

จากสถานการณ์การแข่งขันของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีผู้รู้จักและเห็นถึงประโยชน์ของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสถาบัน การชักจูงให้บุคคลทั่วไปสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของสถาบันหรือกลยุทธ์ในการดึงดูดค่าที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตของสถาบันผู้ออกบัตรรายอื่น ๆ ให้เปลี่ยนแปลงมาใช้บัตรเครดิตของสถาบัน จึงเป็นเหตุให้สนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของผู้ใช้บริการเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต โดยใช้วิธีการศึกษาคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และออกแบบสอบถาม เพื่อสอบถามผู้ใช้บัตรเครดิตที่ใช้บริการห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย

ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้ กลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต มีจุดประสงค์เพื่อรักษาสถานะลูกค้าเดิมและการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษ การลดหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และการมอบของสมนาคุณแก่ผู้ใช้บัตรเครดิต ผลการศึกษาจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 20,001 ถึง 30,000 บาท มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี บัตรเครดิตที่ถือส่วนใหญ่ออกให้โดยธนาคารซีทีแบงก์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตที่มีค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และจำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ในส่วนของการทดสอบปัจจัยสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บัตร เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยกเว้นค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกชื่อของก้านัลแตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ในแต่ละช่วงอายุ มีระดับทัศนคติต่อยกเว้นค่าธรรมเนียมเพื่อแลกหรือแลกชื่อของก้านัลแตกต่างกัน ระดับการศึกษา มีระดับทัศนคติต่อยกเว้นค่าธรรมเนียมและชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้จ่ายผ่านบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุดแตกต่างกัน แต่ละกลุ่มอาชีพมีระดับทัศนคติต่อยกเว้นค่าธรรมเนียมสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันผู้ออกบัตรแตกต่างกัน แต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับทัศนคติต่อยกเว้นค่าบริการและความเป็นมิตรของพนักงาน และอัตราดอกเบี้ยเมื่อมียอดค้างชำระแตกต่างกัน การทดสอบปัจจัยสำหรับการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตพบว่า ในแต่ละช่วงอายุมีระดับทัศนคติต่อยกเว้น อัตราดอกเบี้ยที่ต้องชำระเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงินแตกต่างกัน ระดับการศึกษามีระดับทัศนคติต่อยกเว้น รูปลักษณะบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และวงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทางแตกต่างกัน

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะคือ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ทางสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตควรให้ความสำคัญคือ เพิ่มจำนวนร้านค้าสมาชิกให้มากที่สุดเพื่อความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสมาชิก เพิ่มระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุดในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี เพิ่มวงเงินอนุมัติในการใช้จ่ายผ่านบัตร กำหนดรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลายเพื่อความสะดวกแก่สมาชิกในการชำระเงิน มีการร่วมมือกับร้านค้าสมาชิกในการให้ส่วนลด เมื่อลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสถาบันซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ชักจูงให้บุคคลทั่วไปมาสมัครเป็นสมาชิกผู้ถือบัตรของสถาบันมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันทางร้านค้าทั่วไปควรจะสมัครเป็นสมาชิกของสถาบันผู้ออกบัตร ในกรณีที่ต้องการจะรับชำระค่าสินค้าหรือบริการจากลูกค้าด้วยบัตรเครดิต เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากผลการศึกษาพบว่า จำนวนร้านค้าหรือสถานที่รับบัตรเครดิต มีผลต่อระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตสูงสุด นั้นแสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของผู้ใช้บัตรเครดิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Title : The Study of Factors that Effect on Credit Cards Selection of Customer in Bangkok

Student : Mr. Surapon Channual

Level of Study : Master of Business Administration

Major : Business Administration

Advisor : Dr.Urasa Buatama

In a highly competitive situation among the institutes that issue the credit cards in Thailand, it can be seen that all of them have invoked various kinds of marketing strategies so as to make their names be more familiar and also to get more people to realize all the beneficial they can get from spending through credit cards. Strategies used to make people to apply for their own credit cards and strategies used to make customers of other institutes to switch to their institutes are the motivations for this study. The three main purposes of the study are firstly to explore the marketing strategies of all the credit cards institutes in Thailand, secondly, to study the factors that effect on credit cards selection by customer in Bangkok, and thirdly, to study the factors that effect on credit cards changing decision made also by customer in Bangkok. All relevant data items were selected to form a questionnaire, which was used as a tool to collect data for the study. The four hundred cardholders in the shopping centers located in Bangkok were interviewed.

The results from the study show that the marketing strategies of the credit cards institutes aim at maintaining all current customers and at the same time expanding to new customer's groups. The strategies used consist of offering the discount privileges, the discount or waiving for all kinds of fees, and gifts to cardholders. Most of the cardholders are bachelor graduated; are working in the private sectors, have monthly earnings range from 20,001 to 30,000 Baht, and are 26-35 years of age. Citibank is the institute that has issued most of the cards. The first three factors that effect on the credit

cards selection are number of the stores and the service centers that accept the cards, the longest term of payment, and the applying fee and the annual fee, respectively. Among all of the factors that effect the cardholder attitude towards the credit cards changing decision criteria the first three factors are the applying fee and the annual fee, the applying fee and the annual fee waiving, and number of the stores and the service centers that accept the cards, respectively. Male and Female judge differently on the important of the penalty fee for the late payment, gifts and privileges offered, discount from card usage, and the bonus points accumulation to redeem for valuable rewards. Female gives more interest among these issues than male does. Different range of age has different attitude towards bonus points accumulation for redemption. Education factor has an effect on image and name of the credit cards institute, credit limit, and the longest term of payment. Each occupation group has different attitude towards number of branches and the location of the credit cards institute whereas each average monthly earnings group has different attitude towards personality and friendship of sales person, and the interest rate on the total debt outstanding. For the factors that effect on credit cards changing decision, it is found that different range of age has different attitude towards the penalty fee for the late payment. Different education has different attitude towards the design of credit cards, the applying fee and the annual fee, and the accidental insurance limit for travelling as well.

Suggestions that can be made from the study regarding the marketing strategies that the credit cards institutes should take into consideration consist of firstly the increment of the stores and the service centers, which accept the cards in order to facilitate cardholders. Secondly, the term of payment should be lengthened. The waive of the applying fee and the annual fee, the adaptive expansion of credit limit, the various methods of payment, and the more accessible points of payment are the next three strategies to consider. The last strategy is the cooperation between the credit card institute and the stores or the service centers to give discount privileges for cardholders.

It can be seen that all of these strategies help motivate more non-cardholder to become

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ห้ามเผยแพร่หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
a cardholder. According to the same reason store that is not a member of the credit
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

cards institute should apply for the member of the credit cards institute in order to gain more customers who will charge for their goods or services on credit cards. This is because number of the stores and the service centers has highest effect towards the cardholder attitude, which reflects his/her need of payment through credit cards.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีนั้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ ดร.อรุสา บัวตะมะ ที่ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำพร้อมทั้งชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนได้อนุเคราะห์เวลาในการตรวจทานและแก้ไข และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา คณะกรรมการการศึกษาอิสระ ที่กรุณาร่วมให้คำแนะนำและตรวจสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณอาจารย์สมกิจ กิจพูนวงศ์ สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ที่ให้คำแนะนำในการวิเคราะห์ผลข้อมูล และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม รวมทั้งครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่คอยช่วยเหลือ จนการศึกษาค้นคว้านี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุรพล จันทร์นวล

19 กันยายน 2542

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	3
วิธีการศึกษา	6
สมมติฐานของการศึกษา	8
บทที่ 2 ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต	9
ความเป็นมาของบัตรเครดิตในประเทศไทย	9
การจำแนกประเภทบัตรเครดิต	11
ผลการให้บริการบัตรเครดิตในประเทศไทย	13
จำนวนบัตรเครดิตและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	15
จำนวนบัตรเครดิตวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด	16
สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย	18
บทที่ 3 กลยุทธ์การตลาดบัตรเครดิต	26
กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์	27
กลยุทธ์ทางด้านราคา	29
กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย	30
กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด	32
บทที่ 4 การใช้กลยุทธ์การตลาดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต	34
การอนุมัติวงเงินในการใช้จ่าย	34

ระยะเวลาในการให้เครดิต	35
จำนวนร้านค้าที่รับบัตร	35
การประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง	36
การประกันการสูญหายของบัตรเครดิต	37
บริการถอนเงินสดล่วงหน้า	37
ส่วนลดพิเศษกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ	39
การให้บริการพิเศษอื่น ๆ	40
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	41
ค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าและอัตราดอกเบี้ยค้างชำระ	43
ค่าเบี้ยปรับกรณีชำระล่าช้า	43
การสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ	43
บทที่ 5 การวิเคราะห์ผลการศึกษา	47
ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร	47
ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	52
ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	58
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต	
ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	66
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต	
ต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	79
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	97
สรุป	97
ข้อเสนอแนะ	100
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	106
ภาคผนวก ก.	107
ภาคผนวก ข.	108

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลการให้บริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2540 - 2541	14
2	จำนวนบัตรเครดิตจำแนกตามประเภทของบัตรเครดิต ปี พ.ศ. 2530 - 2541	15
3	มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2530 - 2541	16
4	จำนวนบัตรเครดิตวีซ่าการ์ด จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	17
5	จำนวนบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	17
6	วงเงินในการใช้จ่าย จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	36
7	จำนวนสถานที่รับบัตร จำแนกตามชนิดของบัตรเครดิตสากล	37
8	วงเงินประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	38
9	วงเงินที่ผู้ถือบัตรเครดิตรับผิดชอบสูงสุดเมื่อบัตรหาย จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	39
10	จำนวนเงินสดที่สามารถเบิกล่วงหน้า จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	40
11	รายละเอียดค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	42
12	ค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าและอัตราดอกเบี้ยค้างชำระ	44
13	ค่าเบี้ยปรับกรณีชำระล่าช้า	45
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	47
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	48
16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	49
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	49
18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	50
19	จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัตรเครดิต	51
20	จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร	51
21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนบัตรที่ถือ	52
22	ระดับความสำคัญด้านทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	56
23	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	59

ตารางที่	หน้า
24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	60
25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัตรเครดิตที่ยกเลิก	60
26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่ยกเลิก	60
27 ระดับความสำคัญด้านทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต	64
28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลง	67
29 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามเพศ	69
30 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามอายุ	71
31 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามระดับการศึกษา	74
32 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามอาชีพ	77
33 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
34 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต จำแนกตามเพศ	83
35 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต จำแนกตามอายุ	85
36 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต จำแนกตามระดับการศึกษา	88
37 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต จำแนกตามอาชีพ	91
38 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัญชีการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	94

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

บัตรเครดิต เป็นบริการทางการเงินประเภทหนึ่ง ได้เข้ามาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน โดยใช้เป็นตัวแทนของเงิน ซึ่งอำนวยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย และทำให้บุคคลสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินสดในทันที บัตรเครดิตที่แต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตออกมานั้นมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อเพิ่มรายได้ทางด้านค่าธรรมเนียม ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนเพิ่มภาพลักษณ์ของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในการที่มีบริการครบทุกประเภทให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่ให้บริการทางด้านบัตรเครดิต ได้มีการแข่งขันกันอย่างสูงในการสร้างจุดเด่นตลอดจนเอกลักษณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับ เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทุกรูปแบบเพื่อจูงใจให้ผู้รู้จักและเห็นถึงประโยชน์ของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสถาบัน ตลอดจนสร้างความนิยมและความน่าเชื่อถือให้มากขึ้น ประกอบกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน ทำให้สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตมีความเข้มงวดในการเลือกสรรลูกค้ามากขึ้น เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดหนี้เสียอันจะกระทบต่อความมั่นคงของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ดังนั้นจึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงแต่ยังไม่มีบัตรเครดิต สมัครเป็นผู้ถือบัตรเครดิตของสถาบันหรือกลยุทธ์ในการดึงลูกค้าของสถาบันอื่น ๆ เปลี่ยนแปลงมาใช้บัตรเครดิตของสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันในธุรกิจนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มธนาคารพาณิชย์ภายในประเทศเท่านั้น หากยังมีคู่แข่งจากต่างประเทศที่มีพื้นฐานเงินทุนอันแข็งแกร่งและระบบเทคโนโลยีที่ใช้ในการติดตามผลการออกบัตรเครดิตไปจนกระทั่งการนำไปใช้ ที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าธนาคารไทยทุกด้าน (ศุภนิเวศน์ อธิการุณย์, 2541) ในภาวะเศรษฐกิจปกติประเทศที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจผู้ที่มีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์ส่วนใหญ่จะถือบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ ขณะที่ประชากรไทยที่มีคุณสมบัติสามารถถือบัตรเครดิตได้คือ อายุถึงเกณฑ์ มีรายได้ตามเกณฑ์ มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีจำนวนถึง 5-6 ล้านคน แต่จำนวนบัตรในปัจจุบันมีเพียง 2 ล้านใบ และการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในไทยมีมูลค่าไม่ถึงร้อยละ 5 ของการใช้จ่ายรวม เป็นตัวชี้ให้เห็นว่าตลาดบัตรเครดิตยังมีช่องทางในการขยายตัวได้อีกมากถ้าหากสภาวะเศรษฐกิจกลับเข้าสู่สภาพปกติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิตของผู้ใช้บัตรเครดิต จึงเป็นข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์สำหรับสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ในการนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการวางแผน ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด การพิจารณาใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด ที่ใช้ในการจูงใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการหรือการเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิตวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสถาบันการเงินที่ดำเนินธุรกิจด้านการออกบัตรเครดิต ใช้ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดและคุณภาพในการบริการให้สอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษาคั้งนี้จะศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด
2. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากร คือ กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และบุคคลทั่วไป ที่ถือบัตรเครดิตวีซ่าการ์ด (Visa Card) หรือมาสเตอร์การ์ด (Master Card) โดยมีจำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง การศึกษาคั้งนี้จะศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดและมาสเตอร์การ์ด สาเหตุที่เลือกศึกษาบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาสเตอร์การ์ด เพราะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนบัตรมากที่สุดในปัจจุบัน (กิตติศักดิ์, 2541) และเป็นบัตรที่มีสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตทั้งภายในประเทศ และสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต่างประเทศที่มีสาขาในประเทศไทยเป็นผู้ออกบัตร

3. การศึกษาทำในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์รวมของผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่
4. ช่วงเวลาในการศึกษาอยู่ระหว่างเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2542 - กันยายน พ.ศ. 2542

นิยามศัพท์

บัตรเครดิต (Credit Card) หมายถึง บัตรเครดิตวีซ่า หรือมาสเตอร์การ์ด ที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ในประเทศ หรือธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่มีสาขาอยู่ในประเทศไทย

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิต หมายถึง สถาบันที่ให้บริการบัตรเครดิต ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย (กรุงเทพ กรุงไทย กรุงศรีอยุธยา กสิกรไทย ดีบีเอสไทยท努 ทหารไทย ไทยพาณิชย์ นครหลวงไทย ศรีนคร เอเชีย) ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่มีสาขาอยู่ในประเทศไทย (ซีทีแบงก์ สเตนดาร์ดชาร์เตอร์ด เอชเอสบีซี) และบริษัทบัตรเครดิต (ไดเนอร์สคลับ อเมริกันเอ็กซ์เพรส)

ผู้ใช้บัตรเครดิต หมายถึง ผู้ที่ใช้บัตรเครดิตวีซ่า หรือมาสเตอร์การ์ด ตั้งแต่ 1 ใบขึ้นไป

การตัดสินใจเลือกบัตรเครดิต หมายถึง การที่ผู้บริโภคตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตวีซ่าหรือมาสเตอร์การ์ดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

การเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต หมายถึง ผู้ที่ใช้บัตรเครดิตทำการยกเลิกบัตรของสถาบันผู้ออกบัตรหนึ่ง แล้วสมัครเป็นสมาชิกกับสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตอีกแห่งหนึ่ง

การตรวจเอกสาร

กิตติพันธ์ (2538) ได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลในการถือครองบัตรเครดิตและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต จากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการถือครองบัตรและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตคือ รายได้ ปัจจัยรองลงมาคือ อาชีพและอายุ ซึ่งอาชีพและอายุจะสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติและความมั่นคงในการทำงาน ผู้ที่มีอาชีพที่มีความจำเป็นต้องเดินทางบ่อย ๆ ดำเนินธุรกิจติดต่อกับชาวต่างชาติ มีการเลี้ยงรับรองอยู่เสมอ จะมีปริมาณการใช้บัตรมากกว่าอาชีพอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิมิตร (2536) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บัตรเครดิต การศึกษากรณี ลูกค้าบัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาหัวหมาก โดยการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้า ผู้ใช้บัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาหัวหมากจำนวน 143 ราย ในช่วงเวลา 1 รอบบัญชีคือ ระหว่างเดือน มกราคม - มิถุนายน 2535 และใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในการ วิเคราะห์ข้อมูล จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บัตรเครดิตคือ รายได้ สุทธิ (รายได้ประจำและรายได้อื่น ๆ) และทรัพย์สิน ซึ่งเป็นการสนับสนุนสมมติฐานที่ว่ารายได้ของ ลูกค้าชั้นดี จะมีความแตกต่างจากลูกค้าชั้นเลวและลูกค้าชั้นปานกลาง ทรัพย์สินเฉลี่ยของกลุ่ม ลูกค้าชั้นดี จะมีความแตกต่างจากลูกค้าชั้นเลวและลูกค้าชั้นปานกลาง และพบว่าในช่วงเดือน มีนาคม จะเป็นช่วงที่มีจำนวนลูกค้าค้างจ่ายและยอดค้างจ่ายสูงที่สุด

รณัชชนก (2537) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยมีวิธีการศึกษาเป็น การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ใช้สถิติทดสอบไคแอสควร์ และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าลักษณะทางประชากรและสังคม เช่น เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับตำแหน่งหน้าที่และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต และความเชื่อมั่นในการ พกพา บัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต และความเชื่อมั่นในการพกพาบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและ บริการด้วยบัตรเครดิต

กฤติมา (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยสุ่มตัวอย่างชาย 50 คน และหญิง 50 คนที่ถือบัตรเครดิตอย่างน้อย 1 ใบ เพื่อที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตร เครดิตของทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าตัวแปรทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการ ชื้อสินค้าและบริการ จะมีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ส่วนตัวแปรทางด้านวงเงิน เพศ และสถานภาพทางครอบครัวไม่มีผล จากการศึกษาพบว่าสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมชำระผ่านบัตร เครดิต ได้แก่ สินค้าหมวดอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเครื่องหนังตามลำดับ ซึ่งจะเห็น ได้ว่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นการใช้จ่ายไปกับสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตใน ประจำวัน โดยมีข้อเสนอแนะคือ ผู้สมัครควรมีการวางแผนในการใช้จ่ายอย่างเหมาะสมกับรายได้ และไม่ควรถือบัตรเครดิตหลายใบควรเลือกถือบัตรที่ให้ประโยชน์สูงสุด ผู้ออกบัตรควรมีความรอบ คอบในการพิจารณาอนุมัติและควรเพิ่มจำนวนร้านค้าที่รับบัตรให้มากขึ้น

คุณิรต์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและการออมของผู้ถือบัตรเครดิตในเชิงเปรียบเทียบก่อนและหลังมีบัตรเครดิต ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิต และปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์โดยการทดสอบหาค่าไคแสดควรีวิเคราะห์แบบจำลอง ในรูปสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Linear Regression) และแบบจำลองในรูปสมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการบริโภคเพิ่มขึ้น และมีพฤติกรรมการออมลดลงเมื่อมีบัตรเครดิต โดยมีปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตคือ รายได้และปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงินที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิต ข้อเสนอแนะ องค์กรต่าง ๆ รวมทั้งภาครัฐควรตระหนักถึงผลของการศึกษานี้ และควรหาแนวทางในการกำกับดูแลการออกบัตรเครดิตและการใช้บัตรเครดิตอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันผลอันไม่พึงปรารถนาต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

อภิรดี (2539) ได้ศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 25 - 35 ปี ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน และใช้ค่าสถิติไคแสดควรีสัมพันธ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสถิติวิเคราะห์พหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยส่วนประสมการสื่อสารการตลาดบัตรเครดิตกับจำนวนการมีบัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่ ไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่การรับข่าวสารการตลาดเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สื่อจดหมาย สื่อป้ายโฆษณา กลางแจ้ง มีความสัมพันธ์กับจำนวนการมีบัตรเครดิตของคนรุ่นใหม่

สุลดา (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้และการยกเลิกบัตรเครดิต โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่าบัตรเครดิตที่มีผู้ถือมากที่สุดคือ บัตรเครดิตซีทีแบงก์วิซ่า โดยมีถึง 64 คน จาก 200 คน และพบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกในการใช้บัตรตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นสำคัญ สำหรับเรื่องของค่าธรรมเนียม หรืออัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยรองลงไป สำหรับการพิจารณาใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดคือ การที่ไม่ต้องชำระเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการ การทดสอบลักษณะทางประชากรและสังคมกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บัตรเครดิต พบว่าเพศ อาชีพและรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน แต่อายุจะมีผลที่แตกต่างกัน

กิตติศักดิ์ (2541) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย พบว่าผู้ถือบัตรส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีการศึกษาสูง รายได้ค่อนข้างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีจำนวนเงินใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,000 ถึง 3,000 บาท ห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่ผู้ถือบัตรใช้บริการมากเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนที่ผู้ถือบัตรไม่พอใจ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยและรูปแบบการให้บริการโดยรวมของธนาคาร การส่งเสริมการขายที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการสมัคร โดยให้ข้อเสนอแนะในการขยายฐานลูกค้า โดยการขยายฐานบัตรเครดิตร่วม โดยคัดเลือกหน่วยงานหรือองค์กรที่มีศักยภาพสูงควบคู่กับการนำเสนอบริการใหม่ ๆ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมทั้งการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับห้างสรรพสินค้าให้มากขึ้น

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้มีวิธีการศึกษาจาก

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการออกแบบสอบถามกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อสอบถามข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

โดยการกำหนดจำนวนตัวอย่าง ประชากรที่ใช้บัตรเครดิตวีซ่าและมาสเตอร์การ์ดมีจำนวน 1,277,000 บัตร จากจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้น 1,972,000 บัตร (กิตติศักดิ์, 2541) คำนวณโดยวิธีการเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane โดยคิดจากจำนวนประชากร 100,000 คนขึ้นไป มีระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากการเปิดตารางได้จำนวนตัวอย่าง 400 คน

เพื่อให้ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร จึงได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

ใช้การสุ่มตัวอย่างตามพื้นที่แบบ 2 ชั้น (Two-stage Area Sampling) กล่าวคือ กรุงเทพมหานครมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 50 เขต ได้แก่

เขตเมือง มี 14 เขต ได้แก่ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ห้วยขวาง บางรัก ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ พญาไท ดุสิต ธนบุรี คลองสาน บางซื่อ ราชเทวี ดินแดง สาทร

เขตต่อเมือง มี 26 เขต ได้แก่ ราชบุรีบูรณะ ภาษีเจริญ บางกอกน้อย บางกะปิ พระโขนง ยานนาวา บางกอกใหญ่ บางพลัด บึงกุ่ม จตุจักร บางคอแหลม ประเวศ คลองเตย สวนหลวง จอมทอง ลาดพร้าว วัฒนา หลักสี่ สายไหม คันนายาว สะพานสูง วังทองหลาง คลองสามวา

บางนา ทวีวัฒนา ทุ่งครุ
เอกสารนี้เป็นเอกสารสำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขตนอกเมือง มี 10 เขต ได้แก่ มีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง บางขุนเทียน หนองแขม ดลิ่งชัน บางเขน บางแค ดอนเมือง บางบอน

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร และสามารถใช้เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากร จึงทำการสุ่มเลือกเขตด้วยวิธีจับฉลาก 10 เขต โดยแบ่งตามสัดส่วน ดังนี้ เขตเมือง 3 เขต เขตต่อเมือง 5 เขต และเขตนอกเมือง 2 เขต เมื่อได้เขตจากการจับฉลากแล้ว ทำการสุ่มตัวอย่างในเขตด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มสอบถามผู้ที่ถือบัตรเครดิตวิชา หรือมาสเตอร์การ์ดที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า ในแต่ละเขต และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้ถือบัตรเครดิตของแต่ละเขต จึงกำหนดจำนวนตัวอย่างแต่ละเขตในจำนวนที่เท่ากัน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 40 ชุดสำหรับแต่ละเขต รวมเป็นแบบสอบถาม 400 ชุด โดยมีเขตที่สุ่มได้คือ

- 1.1 เขตบางรัก (ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน)
- 1.2 เขตปทุมวัน (ห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง)
- 1.3 เขตดินแดง (ห้างสรรพสินค้าเยอฮัน)
- 1.4 เขตบางกะปิ (ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์)
- 1.5 เขตบางนา (ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล)
- 1.6 เขตบางพลัด (ห้างสรรพสินค้าตั้งฮั่วเส็ง)
- 1.7 เขตลาดพร้าว (ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล)
- 1.8 เขตหลักสี่ (ห้างสรรพสินค้าจัสโก้)
- 1.9 เขตบางแค (ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์)
- 1.10 เขตดอนเมือง (ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์พาร์ค)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร นิตยสาร วารสาร หนังสือวิชาการต่าง ๆ ข้อมูลที่รวบรวมโดยองค์กรต่าง ๆ และบริการข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วได้เรียบเรียงตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 7.5 ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีทางสถิติดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการคำนวณหาค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลที่สนใจเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบัตรเครดิต สถิติที่ใช้ได้แก่

1.1 Frequency การหาความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาในเรื่องของลักษณะทั่วไป ทัศนคติในการเลือกใช้บัตรเครดิตและการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต ซึ่งจะทำให้ทราบถึงลักษณะทั่วไป ทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตโดยส่วนใหญ่

1.2 Mean (\bar{X}) การหาค่าเฉลี่ย เพื่อใช้วิเคราะห์ระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต ในการเลือกใช้และเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต โดยการใช้ Likert Scale แบ่งระดับทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และไม่มีความสำคัญเลย โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ

2. สถิติเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ และใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) สถิติที่ใช้ ได้แก่

2.1 Independent-Sample T Test เพื่อทดสอบสมมติฐาน บัณฑิตส่วนบุคคลคือ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้มีทัศนคติต่อบัณฑิตต่าง ๆ ในการพิจารณาเลือกใช้บัตรเครดิตแตกต่างกันหรือไม่แตกต่างกัน เพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา

2.2 One-Way Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน บัณฑิตส่วนบุคคลคือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีผลทำให้มีทัศนคติต่อบัณฑิตต่าง ๆ ในการพิจารณาเลือกใช้บัตรเครดิตแตกต่างกันหรือไม่แตกต่างกัน เพื่อแปลความหมายและสรุปผลการศึกษา

สมมติฐานของการศึกษา

1. บัณฑิตส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อบัณฑิตในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต แตกต่างกัน

2. บัณฑิตส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อบัณฑิตในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต แตกต่างกัน

บทที่ 2

ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่ง โดยใช้แทนเงินสดในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ ซึ่งหมายถึงลูกค้ายังไม่ต้องจ่ายเงินทันทีที่ซื้อสินค้าหรือบริการ แต่จะมีระยะเวลาในการชำระเงินคืน หรือหักจากบัญชี ดังนั้นบัตรเครดิตจึงเป็นสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคอย่างหนึ่งที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินให้แก่ลูกค้า เมื่อถึงระยะเวลาที่กำหนดโดยทั่วไปจะประมาณ 45 วัน ทางร้านค้าหรือผู้ขายสินค้าจะส่งใบรายการที่ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการ ไปให้แก่ธนาคารหรือบริษัทที่ออกบัตรเครดิตนั้น ธนาคารก็จะชำระเงินให้แก่ร้านค้าโดยการโอนเงินเข้าบัญชี ในขณะที่เดียวกันทางสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตก็จะส่งใบเรียกเก็บเงิน (Statement) มาเก็บเงินจากลูกค้าที่เป็นเจ้าของบัตรเครดิต แต่ถ้าลูกค้ามีการชำระเงินเกินระยะเวลาที่กำหนดเอาไว้ สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตก็จะคิดดอกเบี้ยจากการค้างชำระนั้น (กฤติมา, 2539)

สินเชื่อบัตรเครดิตนี้ ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าและบริการเพื่อการอุปโภคบริโภคที่ต้องการได้ล่วงหน้าก่อนที่จะได้รับรายได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคสามารถแสวงหาความสุข ความสะดวกสบายทางวัตถุได้ก่อนเวลาอันควร ปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จากที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของบัตรเครดิตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (มีการชะลอตัวในช่วงปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมาเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมตกต่ำ) จากการใช้ความนิยมมากขึ้นในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพราะมีความคล่องตัวในการใช้จ่าย ถ้ามีการใช้สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคในปริมาณที่มากเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณเงินออมของระบบเศรษฐกิจและกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจได้ ทางธนาคารแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดข้อบังคับในการให้สินเชื่อประเภทบัตรเครดิตเข้มงวดมากขึ้น (กิตติศักดิ์, 2541)

ความเป็นมาของบัตรเครดิตในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2503 ได้มีชาวต่างชาตินำบัตรเครดิตเข้ามาชำระตามร้านค้า โรงแรมต่าง ๆ ทางบริษัท ร้านค้าของไทยจึงได้จัดบริษัทตัวแทนขึ้นมาโดยทำหน้าที่หาสมาชิก ที่รับบริการชำระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตตามสถานบริการใหญ่ ๆ จึงถือได้ว่าในช่วงเวลานั้นได้เกิดความต้องการที่จะมีสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตเกิดขึ้นแล้ว

ปี พ.ศ. 2512 ไทเนอร์สคลับได้ริเริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาใช้ในประเทศไทยในลักษณะของ "Travel and Entertainment Card" ซึ่งมีวัตถุประสงค์มุ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสมาชิกที่นิยมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ หรือสมาชิกที่เป็นนักธุรกิจซึ่งมีความจำเป็นต้องเดินทางระหว่างประเทศอยู่เสมอ ในระยะแรกบริษัทไทเนอร์สคลับตั้งอยู่ในรูปแบบของตัวแทนรับบัตรในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2513 มีการจัดตั้งบริษัท ไทเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อออกบัตรเองในระยะแรกมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคระดับบนคือ กลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง จึงทำให้การขยายตัวของตลาดค่อนข้างช้า

ปี พ.ศ. 2516 ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารศรีนคร ได้ร่วมมือกันออกบัตรเครดิตสำหรับใช้เฉพาะในประเทศไทยขึ้น เรียกว่า บัตรเครดิตอเนกประสงค์ แต่เนื่องจากความพร้อมของธนาคารกสิกรไทยในด้านสาขามีมากกว่า ลูกค้ำที่ใช้บัตรส่วนใหญ่ก็เป็นลูกค้ำที่มีบัญชีกับธนาคารกสิกรไทย รายได้จึงตกอยู่กับธนาคารกสิกรไทยมากกว่าธนาคารศรีนคร สภาพความเหลื่อมล้ำจึงเกิดขึ้น ด้วยเหตุผลนี้เองจึงทำให้การดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตร่วมกันของทั้งสองธนาคารต้องยุติลง

ปี พ.ศ. 2517 ธนาคารกสิกรไทยได้เริ่มเป็นตัวแทนรับบัตรมาสเตอร์การ์ด โดยทำหน้าที่ทางการตลาดและรับบัตร จากนั้นก็ได้สมัครเป็นสมาชิกวีซ่าอินเตอร์เนชั่นแนลในช่วงกลางปี

ปี พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทยได้เริ่มออกบัตรเครดิตของตัวเองโดยใช้ชื่อว่า "บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย"

ปี พ.ศ. 2522 ธนาคารกสิกรไทยได้สมัครเป็นสมาชิก Interbank Card Association ทำการรับและออกบัตรมาสเตอร์การ์ด

ปี พ.ศ. 2524 ธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นสมาชิกดำเนินการออกบัตรเครดิตระหว่างประเทศ โดยเป็นตัวแทนด้านการรับบัตรและออกบัตรวีซ่า และในปลายปีเป็นตัวแทนด้านการรับบัตร และออกบัตรมาสเตอร์การ์ด

นอกจากนี้ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสหรือที่รู้จักกันในนามของเอเม็กซ์ ได้เข้าสู่ตลาดในเมืองไทย การเข้ามาของบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรสนี้เป็นความร่วมมือลงทุนกันระหว่างบริษัทอเมริกันเอ็กซ์เพรสในสหรัฐอเมริกา ธนาคารกรุงเทพ และบริษัททีทีวีจำกัด โดยบริษัทอเมริกันเอ็กซ์เพรสถือหุ้นร้อยละ 55 ธนาคารกรุงเทพร้อยละ 22.5 และบริษัททีทีวีร้อยละ 22.5

ปี พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารศรีนคร ธนาคารสหธนาคารและธนาคารนครธน ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของบัตรวีซ่า และธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ออกบัตรเครดิตในประเทศ

ปี พ.ศ. 2533 ธนาคารกรุงไทยและธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้เริ่มให้บริการบัตรในประเทศ

โดยสรุปแล้ว บัตรเครดิตชนิดแรกที่เข้ามาในประเทศไทยคือ บัตรไดเนอร์สคลับซึ่งก็เป็นบัตรเครดิตชนิดแรกของโลกเช่นกัน ซึ่งสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตภายในประเทศมีการเรียนรู้จากการออกบัตรเครดิตระหว่างประเทศ เช่น วีซ่า หรือมาสเตอร์การ์ด แล้วจึงเริ่มออกบัตรภายในประเทศของแต่ละสถาบัน

การจำแนกประเภทบัตรเครดิต

การจำแนกประเภทบัตรเครดิตมีวิธีการจำแนกตามลักษณะที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ของบัตรเครดิต คือ ลักษณะของผู้ออกบัตรเครดิต ลักษณะของการให้เครดิต และลักษณะของพื้นที่ในการใช้บัตรเครดิต โดยมีรายละเอียดของการจำแนกดังต่อไปนี้

จำแนกตามลักษณะของผู้ออกบัตรเครดิต

เป็นการจำแนกตามลักษณะของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารและสาขาของธนาคารต่างประเทศที่มีอยู่ในประเทศไทย
 - 1.1 วีซ่าการ์ด (Visa Card) มีอยู่ 2 แบบคือ บัตรเงินและบัตรทอง ในปัจจุบันมีธนาคาร 12 แห่งเป็นผู้ออกบัตร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย กรุงศรีอยุธยา กสิกรไทย ซิตีแบงก์ ทหารไทย ไทยพาณิชย์ นครหลวงไทย ศรีนคร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด เอเชีย และฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้
 - 1.2 มาสเตอร์การ์ด (Master Card) มี 2 แบบคือ บัตรเงินและบัตรทอง มีธนาคาร 9 แห่งที่เป็นผู้ออกบัตร คือ ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย กรุงศรีอยุธยา กสิกรไทย ซิตีแบงก์ไทย ทหารไทย ไทยพาณิชย์ และศรีนคร
 - 1.3 เจซีบีการ์ด (JCB Card) เป็นบัตรเครดิตของญี่ปุ่น มี 2 แบบคือ บัตรเงินและบัตรทอง ออกโดยธนาคารไทยพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 บัตรเครดิตภายในประเทศ ออกโดยธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นบัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้เฉพาะในประเทศเท่านั้น

2. บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทบัตรเครดิต ในปัจจุบันมี 2 บริษัทคือ

2.1 บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส มี 3 แบบคือ บัตรสีเขียว บัตรทอง และบัตรบริษัท

2.2 บัตรไดเนอร์สคลับ มี 2 แบบคือ บัตรไดเนอร์สคลับ และบัตรไดเนอร์สคลับ รอยัลลอร์ดคิงดอม

3. บัตรเครดิตที่ออกโดยธุรกิจอื่น ๆ เป็นบัตรเครดิตที่มีขอบเขตการใช้ที่จำกัด เช่น บัตรเครดิตเซ็นทรัลการ์ด (Central Card) สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างเซ็นทรัลทุกสาขาเท่านั้น เป็นต้น

4. บัตรเครดิตที่ออกโดยความร่วมมือระหว่างธนาคารกับห้างร้าน บริษัท องค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นบัตรเครดิตร่วม หรือที่เรียกกันว่า "Affinity Card" บัตรนี้จะมีสิทธิประโยชน์แตกต่างกันออกไปตามประเภทธุรกิจที่เข้าไปร่วม โดยส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการให้ส่วนลดพิเศษ

จำแนกตามลักษณะของการให้เครดิต

เป็นการจำแนกตามการให้เครดิตในการใช้จ่ายผ่านบัตร แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. บัตรเครดิต (Credit Card) เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารและสาขาของธนาคารต่างประเทศที่มีอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ

2. บัตรค่าธรรมเนียม (Charge Card) เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัท ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ โดยมีลักษณะที่แตกต่างออกไปจากบัตรเครดิตดังนี้

2.1 มีความเป็นอิสระและคล่องตัวในการใช้จ่าย เนื่องจากไม่มีการกำหนดวงเงินในการใช้จ่าย

2.2 เน้นการตอบสนองความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวและบันเทิงเป็นหลัก มักเรียกกันโดยทั่วไปว่า "Travel and Entertainment Card" (T & E Card)

2.3 สมาชิกบัตรชำระเพียงค่าธรรมเนียมรายปี แต่ไม่ต้องชำระค่าดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากการใช้ เพราะสมาชิกจะต้องชำระยอดค่าใช้จ่ายตรงตามเวลาและเต็มตามจำนวน ถ้าลูกค้าผิดเงื่อนไขก็อาจจะถูกยกเลิกบัตรได้

2.4 มีบริการพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติมเช่นการบริการทางด้านการท่องเที่ยว การบริการด้านการแพทย์ฉุกเฉินทั่วโลก การให้บริการทางด้านกฎหมาย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำแนกตามลักษณะของการใช้บัตรเครดิตและพื้นที่ในการใช้บัตร

- เป็นการจำแนกตามการขอบเขตหรือพื้นที่ในการใช้จ่ายผ่านบัตรแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ
1. บัตรเครดิตภายในประเทศ เป็นบัตรเครดิตที่มีขอบเขตการใช้เฉพาะในประเทศเท่านั้น
 2. บัตรเครดิตสากล หรือบัตรเครดิตต่างประเทศ เป็นบัตรเครดิตที่สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้ทั่วโลก จากร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ของบัตรเครดิตชนิดนั้นติดอยู่ ปัจจุบันมีบัตรหลัก 5 ยี่ห้อที่ให้บริการคือ วีซ่า มาสเตอร์ โคนอร์สคลับ อเมริกันเอ็กซ์เพรส และเจซีบี
 3. บัตรเครดิตเฉพาะกิจ เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า หรือโรงแรม เพื่อให้เครดิตแก่ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกเท่านั้น มีขอบเขตการใช้ที่จำกัด ใช้ได้เฉพาะสถานที่ของผู้ออกบัตรเท่านั้น

ผลการให้บริการบัตรเครดิตในประเทศไทย

ผลการให้บริการบัตรเครดิต สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย โดยมีภาพรวมของการให้บริการคือ จำนวนบัตร ณ สิ้นปี พ.ศ. 2541 มีจำนวนบัตรเครดิตทั้งหมด 1,677,431 บัตร โดยมียอดลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนบัตรเครดิต ณ สิ้นปี พ.ศ. 2540 เป็นจำนวน 332,784 บัตร หรือคิดเป็นลดลงร้อยละ 16.55 ซึ่งเป็นปีแรกที่จำนวนบัตรเครดิตได้ลดลงซึ่งในปี พ.ศ. 2540 มียอดเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2539 เป็นจำนวนร้อยละ 1.96 ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตของจำนวนบัตรเครดิตในปีที่ผ่านมา ข้อมูลมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยภาพรวมมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งระบบในปี พ.ศ. 2540 มีมูลค่าการใช้จ่ายลดลงร้อยละ 0.12 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2539 และในปี พ.ศ. 2541 มีมูลค่าการใช้จ่ายลดลงร้อยละ 3.73 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2540 จากการแยกพิจารณาการใช้จ่ายโดยแยกเป็นการใช้จ่ายของคนไทยและการใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย จะเห็นได้ว่าปริมาณการใช้จ่ายของคนไทยผ่านบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2540 ลดลงร้อยละ 5.53 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2539 และในปี พ.ศ. 2541 ลดลงร้อยละ 13.96 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2540 ในขณะที่การใช้จ่ายบัตรเครดิตของชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นคือ ปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.92 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2539 และปี พ.ศ. 2541 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.72 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการให้บริการบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2540 – 2541

การให้บริการบัตรเครดิต	ปี พ.ศ. 2540		ปี พ.ศ. 2541		เปลี่ยนแปลง จากปี 2540 (ร้อยละ)
	มกราคม ถึง มิถุนายน	กรกฎาคม ถึง ธันวาคม	มกราคม ถึง มิถุนายน	กรกฎาคม ถึง ธันวาคม	
	รวมทั้งปี 2540	รวมทั้งปี 2540	รวมทั้งปี 2541	รวมทั้งปี 2541	
จำนวน (บัตร)	2,066,382	2,010,215	1,789,027	1,677,431	1,677,431 -16.55
ธนาคารพาณิชย์ไทย	1,548,999	1,484,001	1,291,696	1,203,164	1,203,164 -18.92
ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ	517,383	526,214	497,331	474,267	474,267 -9.87
ปริมาณการใช้ (พันล้านบาท)	75,786	73,605	73,948	69,857	69,857 -3.73
1. ในประเทศ	68,684	69,766	71,178	66,771	66,771 -3.99
1.1 ของคนไทย	51,405	48,873	42,304	40,292	40,292 -15.07
1.2 ของชาวต่างชาติ	17,279	20,893	28,874	26,749	26,749 17.02
2. นอกประเทศ	7,102	3,839	2,770	3,086	3,086 2.01
รวมเป็นของคนไทยใช้ 1/	58,507	52,712	45,074	43,378	43,378 -13.96
สินเชื่อกค้าง (พันล้านบาท)	43,935	45,541	47,389	45,466	45,466 -0.16

หมายเหตุ 1/ รวมปริมาณการใช้ในประเทศของคนไทย (1.1) กับ ปริมาณการใช้นอกประเทศ (2)

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

จำนวนบัตรเครดิตและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

จำนวนบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศและบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตโดยจำแนกเป็นบัตรเครดิตภายในประเทศ และบัตรเครดิตต่างประเทศ มีจำนวนบัตรในแต่ละปีมีอัตราการเติบโตในแต่ละประเภทอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 – 2540 และมีจำนวนลดลงในปี พ.ศ. 2541 (ตารางที่ 2) และมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงปี พ.ศ. 2531 – พ.ศ. 2535 จากนั้นมีอัตราการเติบโตที่ลดลง (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 2 จำนวนบัตรเครดิตจำแนกตามประเภทของบัตรเครดิต ปี พ.ศ. 2530 - 2541

ปี พ.ศ.	บัตรเครดิตภายในประเทศ		บัตรเครดิตต่างประเทศ		รวม	
	จำนวน (บัตร)	การเติบโต (ร้อยละ)	จำนวน (บัตร)	การเติบโต (ร้อยละ)	จำนวน (บัตร)	การเติบโต (ร้อยละ)
2530	52,000	N.A.	121,000	N.A.	173,000	N.A.
2531	93,000	78.84	192,000	58.68	285,000	64.74
2532	246,000	164.51	241,000	25.52	487,000	70.88
2533	411,000	67.07	317,000	31.53	728,000	49.49
2534	555,000	35.04	384,000	21.13	939,000	28.98
2535	732,000	31.89	709,000	90.60	1,441,000	53.46
2536	722,000	-1.37	667,000	-5.92	1,389,000	-3.61
2537	874,000	21.05	873,000	20.91	1,747,000	25.77
2538	862,000	-1.37	1,033,000	2.18	1,895,000	-6.87
2539	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	1,972,000	4.06
2540	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	2,010,000	1.92
2541	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	1,677,000	-16.57

หมายเหตุ N.A. ไม่มีข้อมูล

ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2541)

ตารางที่ 3 มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2530 - 2541

(หน่วย : ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	บัตรเครดิตภายในประเทศ		บัตรเครดิตต่างประเทศ		รวม	
	มูลค่า การใช้จ่าย	การเติบโต (ร้อยละ)	มูลค่า การใช้จ่าย	การเติบโต (ร้อยละ)	มูลค่า การใช้จ่าย	การเติบโต (ร้อยละ)
2530	1,122	N.A.	1,590	N.A.	2,712	N.A.
2531	1,752	56.15	4,422	178.11	6,174	127.65
2532	6,216	254.79	12,480	182.22	18,696	202.82
2533	15,714	152.80	21,744	74.23	37,458	100.35
2534	25,314	61.90	29,292	34.71	54,606	72.48
2535	26,808	5.90	44,640	52.40	71,448	30.84
2536	29,868	11.41	54,606	22.32	84,474	18.23
2537	43,170	44.54	52,044	-4.69	95,214	12.71
2538	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	131,850	38.48
2539	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	149,565	13.44
2540	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	149,392	0.12
2541	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	143,801	-3.74

หมายเหตุ N.A. ไม่มีข้อมูล

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2541)

จำนวนบัตรเครดิตวีซ่าและบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด

บัตรเครดิตวีซ่าการ์ดและมาสเตอร์การ์ดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย โดยแสดงข้อมูลของจำนวนบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดของแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต (ตารางที่ 4) และข้อมูลจำนวนบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดของแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต (ตารางที่ 5) จากข้อมูลดังกล่าวจะทำให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาดบัตรเครดิตต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งจะมีสถาบันผู้ออกบัตรจำนวน 4 - 5 แห่งเท่านั้นที่มียอดจำนวนบัตรอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ธนาคารซีทีแบงก์ กสิกร กรุงเทพ กรุงไทย และไทยพาณิชย์ ส่วนสถาบันที่เหลือมีจำนวนบัตรไม่มากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 จำนวนบัตรเครดิตวีซ่าการ์ด จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

สถาบันผู้ออกบัตร	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	77,000	90,000	101,000	130,000
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	30,000	50,000	60,000	80,000
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	28,000	25,000	28,000	30,000
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	80,000	91,000	110,000	130,000
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	210,000	290,000	340,000	400,000
ธนาคารทหารไทย จำกัด	17,000	25,000	28,000	32,000
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	42,000	46,000	55,000	60,000
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	0	0	10,000	10,000
อื่น ๆ	10,000	25,000	30,000	40,000
รวม	494,000	642,000	762,000	912,000

ที่มา : (กิตติศักดิ์, 2541)

ตารางที่ 5 จำนวนบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

สถาบันผู้ออกบัตร	ปี พ.ศ.			
	2536	2537	2538	2539
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	0	0	25,000	45,000
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	10,000	25,000	30,000	35,000
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	8,000	20,000	30,000	40,000
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	43,000	109,000	130,000	150,000
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	28,000	35,000	45,000	50,000
อื่น ๆ	12,000	30,000	40,000	45,000
รวม	101,000	219,000	300,000	365,000

ที่มา : (กิตติศักดิ์, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทย

ในปัจจุบันมีสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตสากลในประเทศไทยอยู่ 15 แห่ง ซึ่งมีประวัติการดำเนินการและชนิดของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ ดังต่อไปนี้

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

เริ่มเปิดตลาดบัตรเครดิตต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2532 โดยร่วมมือกับบริษัทวีซ่าอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ออกบัตรเครดิต วีซ่า-ธนาคารกรุงเทพ และในเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2538 ธนาคารให้บริการบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด-ธนาคารกรุงเทพ

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. บัตรวีซ่าธนาคารกรุงเทพ (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
2. บัตรมาสเตอร์การ์ดธนาคารกรุงเทพ (บัตรสแตนดาร์ด บัตรทอง)
3. เดอะมอลล์การ์ด-ธนาคารกรุงเทพ (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
4. โรบินสันการ์ด-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
5. เดอะเซ็นทรัลกรุ๊ปออฟไฮเต็ล-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
6. เมอร์เซเดสการ์ด-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าทอง)
7. ซีคอนสแควร์-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
8. เมอร์รี่ดิงส์การ์ด-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
9. ไทโยต้า-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดสแตนดาร์ด มาสเตอร์การ์ดทอง)
10. ท่องเที่ยว-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดสแตนดาร์ด มาสเตอร์การ์ดทอง)
11. กรุงเทพประกันชีวิต-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดสแตนดาร์ด มาสเตอร์การ์ดทอง)
12. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
13. วีซ่า ดีเอ็มโพเรียม-ธนาคารกรุงเทพ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2534 เริ่มออกบัตรเครดิตสากลบัตรแรกร่วมกับบริษัทวีซ่าอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด โดยเน้นรูปลักษณะบัตรที่สวยงาม ปี พ.ศ. 2535 ได้ออกบัตรกรุงไทยมาสเตอร์การ์ดร่วมกับบริษัทมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. กรุงไทย-วีซ่า (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
2. กรุงไทย-มาสเตอร์การ์ด (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
3. โรบินสันการ์ด-กรุงไทย (วีซ่าคลาสสิก)
4. เดอะมอลล์การ์ด-กรุงไทย (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดคลาสสิก มาสเตอร์การ์ดทอง)
5. เมอร์เซเดสการ์ด-กรุงไทย (มาสเตอร์การ์ดทอง)
6. พีทีทีการ์ด-กรุงไทย (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดคลาสสิก)

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2530 เริ่มออกบัตรเครดิตสากลมาให้บริการในชื่อ “บัตรเครดิตกรุงศรี วีซ่า” ต่อมาในปี พ.ศ. 2533 ได้ร่วมกับบริษัทมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ออกบัตร มาสเตอร์การ์ด เลดีส์

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. กรุงศรี-วีซ่า (บัตรเงิน บัตรทอง)
2. กรุงศรี-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเงิน บัตรทอง เลดีส์)
3. กรุงศรี-เอสโซ่ (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)
4. กรุงศรี-ซีเอ็มจี (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ปี พ.ศ. 2517 ออกบัตรเครดิตสากล “มาสเตอร์การ์ดชาร์จ” และในปี พ.ศ. 2522 ได้นำบัตรเครดิตวีซ่าเข้ามาให้บริการ ปี พ.ศ. 2527 ได้มีการจัดทำวารสารบัตรเครดิตเพื่อแจ้งข้อมูลเคลื่อนไหวต่าง ๆ พัฒนาการของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีออกมาโดยตลอด ทั้งการเพิ่ม

เอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์ประการใด กรุณาแจ้งมาที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เฉพาะในเพื่อการศึกษาเท่านั้น

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบบัตร และในปี พ.ศ. 2536 ได้มีการเปิดตัวบัตรเครดิตกสิกรไทยอัจฉริยะ (TFB Smart Card)

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. กสิกรไทย-วีซ่า (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
2. กสิกรไทย-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเงิน บัตรทอง)
3. TFB-VISA (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)
4. กสิกรไทย-โรบินสัน (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)
5. กสิกรไทย-เอ็มเอ็มซีเอส (โดมอนด์มาสเตอร์การ์ดเงิน โดมอนส์มาสเตอร์การ์ดทอง)
6. กสิกรไทย-เมืองไทยประกันชีวิต (โดมอนด์มาสเตอร์การ์ดเงิน โดมอนส์มาสเตอร์การ์ดทอง)
7. กสิกรไทย-ไคมา (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)
8. กสิกรไทย-แพทยสภา (ทีเอฟบี-วีซ่าเงิน ทีเอฟบี-วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)
9. กสิกรไทย-เดอะมอลล์ (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง)
10. กสิกรไทย-สภาอุตสาหกรรม (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)
11. กสิกรไทย-นิติบุคคล (วีซ่าคลาสสิก วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)
12. กสิกรไทย-เอแบค (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)

ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด

เริ่มให้บริการบัตรเครดิตสากลเมื่อปี พ.ศ. 2533 โดยออกบัตร "บัตรเครดิตซีทีแบงก์-วีซ่า" ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ได้ร่วมมือกับบริษัทมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชันแนล จำกัด ออกบัตร "บัตรเครดิตซีทีแบงก์-มาสเตอร์การ์ด" มีเป้าหมายเป็นผู้นำในตลาดบัตรเครดิต ทั้งในแง่จำนวนสมาชิกมากที่สุดและการเป็นผู้นำในการให้บริการและสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. ซีทีแบงก์-วีซ่า (บัตรเงิน บัตรทอง)
2. ซีทีแบงก์-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเงิน บัตรทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารทีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน)

วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2539 ได้ร่วมมือกับบริษัทมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชันแนล จำกัด ออกบัตร "บัตรเครดิตไทยท努มาสเตอร์การ์ด" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอบริการทางการเงินที่ครบวงจรให้แก่ลูกค้าของธนาคาร

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ คือ ไทยท努-มาสเตอร์การ์ด (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารทหารไทยเริ่มให้บริการบัตรเครดิตเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2528 โดยร่วมกับบริษัท วิชาอินเตอร์เนชันแนล จำกัด ออกบัตรเครดิตสากล "บัตรเครดิตทหารไทย-วิชา" และ ในปี พ.ศ. 2531 ออกบัตรเครดิต "บัตรเครดิตทหารไทย-มาสเตอร์การ์ด" ในปี พ.ศ. 2536 ได้ร่วมกับองค์กร หรือสถาบันธุรกิจอื่น ๆ ออกบัตรเครดิตชนิดบัตรรวม และในปี พ.ศ. 2541 ธนาคารได้ออกบัตร เครดิตวิชาการ์ดรูปแบบใหม่ให้แก่ลูกค้าระดับผู้บริหารที่มีชื่อเสียงและผู้นำระดับประเทศ

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. ทหารไทย-วิชา (บัตรเงิน บัตรทอง)
2. ทหารไทย-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเงิน บัตรทอง)
3. TMB CARD-VISA (วิชาเงิน วิชาทอง)
4. PRO BUSINESS (วิชาเงิน)
5. ทหารไทย-ไทยประกัน (วิชาเงิน วิชาทอง)
6. ทหารไทย-โรงพยาบาลปิยะเวท (วิชาเงิน วิชาทอง)
7. ทหารไทย-วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย(วสท.) (วิชาเงิน วิชาทอง)
8. TMB CARD-VISA รอยัลการ์ดเดินรีสอร์ท (วิชาเงิน วิชาทอง)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์เริ่มให้บริการบัตรเครดิตเมื่อวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2524 โดยได้ก่อตั้ง เป็นหน่วยงานบัตรเครดิต สังกัดส่วนปริวรรต ฝ่ายต่างประเทศ เริ่มต้นด้วยการออกบัตรเครดิตวิชา ในปี พ.ศ. 2524 และออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ในปี พ.ศ. 2525 หลังจากนั้นได้ออกบัตรเครดิตเจซีบี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับใช้เฉพาะในองค์กรเท่านั้น เมื่อผู้ใช้เห็นใบเซอร์viceขอคืนค่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปี พ.ศ. 2532 ต่อมาได้ขยายตัวและแยกฝ่ายบริการบัตรเครดิตออกจากโครงสร้างของธนาคาร โดยดำเนินการในรูปแบบของบริษัทเป็นแห่งแรกเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2537 โดยมีชื่อว่า "บริษัท ไทยพาณิชย์ธนพาณิชย์ จำกัด"

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. ไทยพาณิชย์-วีซ่า (บัตรเครดิต บัตรทอง)
2. ไทยพาณิชย์-โพธิ์-วีซ่า (บัตรเครดิต บัตรทอง)
3. ไทยพาณิชย์-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเครดิต บัตรทอง)
4. ไทยพาณิชย์-โพธิ์-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเครดิต บัตรทอง)
5. ไทยพาณิชย์-เจซีบี (บัตรเครดิต บัตรทอง)
6. ไทยพาณิชย์-โพธิ์-เจซีบี (บัตรเครดิต บัตรทอง)
7. ไทยพาณิชย์-กอล์ฟการ์ด (มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)
8. ไทยพาณิชย์-ชินวัตร (มาสเตอร์การ์ดเงิน)
9. ไทยพาณิชย์-ฟีนิกซ์ (มาสเตอร์การ์ดเงิน)
10. ไทยพาณิชย์-สหวิริยา (มาสเตอร์การ์ดเงิน)
11. ไทยพาณิชย์-โรบินสัน (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง เจซีบีเงิน และเจซีบีทอง)
12. ไทยพาณิชย์-อิมพีเรียลเวิลด์ (วีซ่าเงิน มาสเตอร์การ์ดเงิน)
13. ไทยพาณิชย์-คาลเท็กซ์ (วีซ่าเงิน มาสเตอร์การ์ดเงิน)
14. ไทยพาณิชย์-เอสโซ่ (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง)
15. ไทยพาณิชย์-โตโยต้า (เจซีบีเงิน เจซีบีทอง)
16. ไทยพาณิชย์-จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (วีซ่าเงิน มาสเตอร์การ์ดเงิน เจซีบีเงิน)
17. ไทยพาณิชย์-มีเดียส์ (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง เจซีบีเงิน และเจซีบีทอง)
18. ไทยพาณิชย์-รักไทยเพื่อสิ่งแวดล้อมไทย (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง เจซีบีเงิน และเจซีบีทอง)
19. ไทยพาณิชย์-รักไทยเพื่อสตรีไทย (มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)
20. ไทยพาณิชย์-เครือโรงพยาบาลพญาไท (วีซ่าเงิน วีซ่าทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง เจซีบีเงิน และเจซีบีทอง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

21. ไทยพาณิชย์-111 ปี โรงพยาบาลศิริราช (วิชาเงิน วิชาทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง)

22. ไทยพาณิชย์-รัตนโกสินทร์ (วิชาเงิน วิชาทอง มาสเตอร์การ์ดเงิน มาสเตอร์การ์ดทอง เจซีบีเงิน และเจซีบีทอง)

ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารนครหลวงไทยเริ่มให้บริการบัตรเครดิตเมื่อปี พ.ศ. 2531 โดยร่วมกับบริษัทวิชาอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ออกบัตรเครดิตสากล ในชื่อ "บัตรเครดิตวิชาทอง"

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. วิชา-ทอง (บัตรเงิน บัตรทอง)
2. นครหลวงไทย-เวโลดีโฟน (วิชาเงิน วิชาทอง)
3. นครหลวงไทย-เมอร์เซเดส (วิชาทอง)

ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน)

ธนาคารศรีนครเริ่มให้บริการบัตรเครดิตเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยร่วมกับบริษัทวิชาอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ออกบัตร "บัตรเครดิตวิชา-ธนาคารศรีนคร" และร่วมมือกับบริษัทมาสเตอร์การ์ดอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ออกบัตร มาสเตอร์การ์ดธนาคารศรีนคร ในปี พ.ศ. 2532

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. ศรีนคร-วิชา (บัตรเงิน บัตรทอง)
2. ศรีนคร-มาสเตอร์การ์ด (บัตรเงิน บัตรทอง)
3. ศรีนคร-พาด้า (วิชาเงิน วิชาทอง)
4. ศรีนคร-สมาคมสถาปนิกสยาม (วิชาทอง)
5. ศรีนคร-สมาคมนักบินไทย (วิชาทอง)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-วิชา (บัตรคลาสสิก บัตรทอง)

2. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-AIA (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)
3. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-โซโก้ สมาร์ทการ์ด (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)
4. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-วอลโว่ (วิชาทอง)
5. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-พิกเจอร์การ์ด (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)
6. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-แอมเวย์ พิกเจอร์การ์ด (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)
7. สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด-เดอะมอลล์ พิกเจอร์การ์ด (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)

ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารเอเชียได้ลงนามออกบัตรเครดิตร่วมกับบริษัทวิซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ประเทศไทย) เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2540 และเปิดให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2541 เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและบริการทางการเงินที่ครบวงจร ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ คือ เอเชีย-วิซ่า (บัตรเงิน บัตรทอง)

ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด (ฮ่องกงและเชียงใหม่)

บัตรเครดิตวิซ่า ธนาคารฮ่องกงและเชียงใหม่ ได้เปิดตัวสู่วงการบัตรเครดิตในประเทศไทย เป็นครั้งแรก เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2538 และในปี พ.ศ. 2542 ธนาคารได้มีการเปลี่ยนแปลงชื่อทางการตลาดเป็น เอชเอสบีซี (HSBC) เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกประเทศทั่วโลก นอกจากนี้จะเปลี่ยนชื่อทางการตลาดแล้ว ยังได้เปลี่ยนรูปแบบของบัตรเครดิตด้วย ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ คือ เอชเอสบีซี (วิชาคลาสสิก วิชาทอง)

บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด

บัตรอเมริกัน เอ็กซ์เพรส เริ่มเข้ามาในเมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2520 โดยร่วมกับบริษัทซีทัวร์ จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2524 ได้ก่อตั้งบริษัท อเมริกัน เอ็กซ์เพรส(ไทย) จำกัด ร่วมกับ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด และบริษัทซีทัวร์ จำกัด ปี พ.ศ. 2527 ได้เปิดตัวบัตรทองอเมริกัน เอ็กซ์เพรส และบัตร บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. อเมริกันเอ็กซ์เพรส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อเมริกันเอ็กซ์เพรส (บัตรทอง บัตรบริษัท)
3. บัตรทราเวลวีรอร์ด
4. บัตรแพลทินัม

บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด

บัตรเครดิตไดเนอร์สคลับได้เข้ามาบุกเบิกในรูปของบริษัทเมื่อปี พ.ศ. 2512 ซึ่งบริษัท ไดเนอร์สคลับ จำกัด ในปัจจุบัน เป็นกิจการในเครือซีทีคอร์ป

ประเภทของบัตรเครดิตสากลที่ให้บริการ

1. ไดเนอร์สคลับ
2. ไดเนอร์สคลับ รอยัลออริกคัลด์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

กลยุทธ์การตลาดบัตรเครดิต

บัตรเครดิตเป็นบริการทางการเงินที่ธนาคารหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ ออกให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระเงิน ธุรกิจบัตรเครดิตจึงจัดได้ว่าเป็นธุรกิจบริการอย่างหนึ่ง โดยสรุปแล้วเมื่อสภาพแวดล้อมทางการตลาดเปลี่ยนไป ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจบัตรเครดิตก็จะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด จากข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2539 ที่ได้กำหนดระดับรายได้ขั้นต่ำสำหรับผู้ที่ต้องการมีบัตรเครดิตเป็น 240,000 บาทต่อปี ส่วนข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องมีรายได้ขั้นต่ำ 120,000 บาทต่อปี จึงทำให้สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต่าง ๆ ไม่สามารถที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าระดับล่างที่มีรายได้ต่ำกว่าที่กำหนดได้ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเพื่อจุดประสงค์ใน 2 แนวทางดังนี้

1. มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิม ที่มีอยู่ให้คงสถานภาพการเป็นสมาชิกบัตรต่อไป โดยการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายผ่านบัตรมากขึ้น เช่น มีการให้แต้มสะสมเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเพื่อเอาไปแลกของรางวัล มีการให้ส่วนลดพิเศษในกรณีของบัตรร่วม และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายพิเศษเพื่อกระตุ้นยอดการใช้จ่ายในแต่ละช่วง เช่น ในช่วงเทศกาลปีใหม่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตที่มีการใช้บัตรเครดิตชำระเงิน ณ ร้านค้าที่กำหนดไว้จะได้รับส่วนลดร้อยละ 10 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจูงใจลูกค้าที่ถือบัตรเครดิตอยู่แล้ว ให้ถือบัตรเพิ่มอีกโดยโน้มน้าวให้เห็นถึงสิทธิประโยชน์ที่ได้รับแตกต่างกันออกไปในแต่ละใบ

2. ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยมี 2 รูปแบบด้วยกันคือ

- 2.1 การขยายฐานไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยชักนำลูกค้าซึ่งใช้บริการด้านอื่น ๆ ของสถาบันแต่ยังไม่มีบัตรเครดิตให้ถือบัตรเครดิตของสถาบัน (ในกรณีนี้สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่มีเครือข่ายสาขาจะได้เปรียบมากกว่าสถาบันที่มีสาขาน้อยหรือมีเพียงแห่งเดียว) โดยการลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า การแจกของกำนัล เช่น กระเป๋า นาฬิกา ปากกา ฯลฯ เมื่อสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต การขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่นี้อาจใช้การเจาะตลาดระดับกลางทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

- 2.2 การใช้กลยุทธ์บัตรเครดิตร่วม (Affinity Card) กับองค์กรหรือกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ฯลฯ ซึ่งเป็นการเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) บัตรนี้จะมีสิทธิประโยชน์อื่น ๆ เพิ่มเติมจากบัตรเครดิตของธนาคาร และจะแตกต่างกันออกไปตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของธุรกิจที่เข้าไปรวม การออกบัตรร่วมนี้อาจตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มได้เป็นอย่างดี

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) เป็นขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของตลาด เพื่อที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ ในส่วนนี้จะระบุดังกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในตลาดบัตรเครดิต (Marketing Mix: 4Ps) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนี้เป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตสามารถใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ บัตรเครดิตเป็นบริการทางการเงินอย่างหนึ่งที่เชื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าในการชำระเงิน ธุรกิจบัตรเครดิตจึงเป็นธุรกิจบริการ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อจริง ๆ ไม่ใช่แค่การซื้อบัตรพลาสติกใบหนึ่งเท่านั้น แต่ต้องการซื้อบริการทางการเงิน จากสาเหตุของความไม่มีตัวตน (Intangibility) ของบริการนี้เอง จึงทำให้สถาบันผู้ออกบัตรเครดิต พยายามที่จะทำให้ความไม่มีตัวตนของบริการให้เป็นความมีตัวตนในการบริการขึ้นโดยการทำให้เป็นบัตรพลาสติก บัตรพลาสติกจึงเป็นเพียงวิธีการหนึ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยการเพิ่มความสามารถจับต้องได้ หรือสร้างความมีตัวตนของบริการ ในปัจจุบันสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต่าง ๆ พยายามที่จะใช้ตัวผลิตภัณฑ์เป็นจุดขาย โดยการเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้มากที่สุด ในบัตรเครดิตหนึ่งใบ เพื่อที่จะเน้นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือคุณค่าของตัวบัตรให้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อต้องการที่จะให้บัตรเครดิตของตนเองสามารถสร้างอรรถประโยชน์และมูลค่าในสายตาของลูกค้ามากที่สุด

การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ สามารถที่จะสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทางการแข่งขันได้ 4 วิธีด้วยกันคือ ความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ความแตกต่างด้านบริการ (Service Differentiation) ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation) ความแตกต่างทางด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

การพิจารณาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องนำมากำหนดลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยแยกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับคือ

1. ผลประโยชน์หลัก (Core Benefit) หมายถึงบริการหรือสิทธิประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้า หรือผู้บริโภคต้องการซื้อจริง ๆ หรือต้องการได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นโดยตรง ในกรณีของบัตรเครดิตผลประโยชน์หลักที่ลูกค้าต้องการจะได้รับ คือ

- 1.1 การใช้จ่ายชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสด
- 1.2 ปลอดภัยไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวจำนวนมาก
- 1.3 ไม่ต้องจ่ายเงินสดในทันที มีระยะเวลาในการชำระเงิน

2. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Generic Product) หมายถึงรูปแบบพื้นฐานของผลิตภัณฑ์หรือลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคหรือลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนเสริมผลิตภัณฑ์ให้ทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ขึ้น หรือเชิญชวนให้ใช้ยิ่งขึ้น รูปแบบพื้นฐานของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตประกอบด้วย

- 2.1 รูปแบบของบัตรเครดิต
- 2.2 วงเงินในการใช้จ่าย
- 2.3 ระยะเวลาในการให้เครดิต
- 2.4 สถานที่รับบัตรเครดิต

3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึงกลุ่มของคุณสมบัติ เงื่อนไข หรือสภาพที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไป ในการเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงการเสนอความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก (Customer's Satisfaction) เช่น เมื่อลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตสิ่งที่คุณคาดหวังว่าจะได้มีดังต่อไปนี้

- 3.1 ความคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวก รวดเร็วในการใช้
- 3.2 คาดหวังว่าร้านค้าจะยอมรับบัตรเครดิตที่ถืออยู่
- 3.3 คาดหวังว่าจะได้รับความปลอดภัยในการใช้ ไม่เกิดการทุจริตด้วยบัตรเครดิต
- 3.4 คาดหวังว่าร้านค้าจะไม่คิดค่าธรรมเนียมเพิ่มเมื่อใช้บัตรเครดิตในการชำระเงิน

4. ผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม (Augmented Product) หมายถึงบริการหรือผลประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้าหรือบริการ ในกรณีของบัตรเครดิตเมื่อลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกก็จะได้ผลประโยชน์เพิ่มเติมจากผลประโยชน์หลักดังนี้

4.1 มีการประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง

4.2 มีการประกันการสูญหายของบัตร

4.3 บริการถอนเงินสดล่วงหน้า โดยถอนที่เครื่องเอทีเอ็มหรือที่เคาน์เตอร์สาขาก็ได้

4.4 บริการบัตรเสริม

4.5 ส่วนลดพิเศษจากร้านค้าต่าง ๆ ที่เข้าร่วมโครงการกับธนาคาร

4.6 บริการพิเศษ อื่นๆ เช่น บริการรับปรึกษาการเดินทาง การประกันกรณีที่เครื่องบินหรือกระเป๋าเดินทางมาล่าช้าหรือสูญหาย บริการห้องผู้โดยสารวีไอพี แผนที่ทักษะการซื้อสินค้าด้วยบัตรเครดิต ฯลฯ

5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ในอนาคต (Potential Product) หมายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต เช่น ลูกค้าคาดหวังว่าในอนาคตควรมีการรวมบัตรเครดิตกับบัตรเงินสด (Electronic Purse) ไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ในอนาคตบัตรเครดิตควรมีการบรรจุไมโครชิปเพื่อที่จะสามารถบันทึก ข้อมูลทางด้านสุขภาพ ซึ่งระบุหมู่เลือด ประวัติการแพ้ยา ฯลฯ หรืออาจจะมีข้อมูลเหมือนกับในบัตรประชาชน บัตรเครดิตก็จะมีประโยชน์มากขึ้น

กลยุทธ์ทางด้านราคา (Price Strategy)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ราคาเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือการตลาดหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) ราคาของสินค้าเมื่อคูณกับปริมาณขายของสินค้า จะทำให้เกิดรายได้จากการขาย ราคาจึงเป็นตัวที่สร้างรายได้จากการขายและนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์มีอยู่ด้วยกันหลายปัจจัย มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ได้แก่ ต้นทุน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (ถ้าผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์แล้วจะสามารถตั้งราคาสูงได้) ลักษณะวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ ประเภทลูกค้า ผู้ขายปัจจัยการผลิต ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย และภาวะการแข่งขัน ล้วนแต่มีผลต่อการกำหนดราคาด้วยกันทั้งสิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปัจจุบันตลาดบัตรเครดิตมีการแข่งขันอย่างรุนแรง การแข่งขันทางด้านราคาจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตบางแห่งมีการลดค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือรายปี การลดค่าธรรมเนียมที่คิดจากร้านค้าผู้รับบัตร นอกจากนี้ระดับราคาของบัตรเครดิตจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ระดับราคายังเป็นตัวกำหนดรายรับของธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นการกำหนดระดับราคาที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญต่อการแข่งขันในตลาดบัตรเครดิตเป็นอย่างมาก จึงต้องมีการพิจารณากลยุทธ์ในการกำหนดราคาไม่ว่าจะเป็นการกำหนดค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือรายปี สำหรับบัตรหลักและบัตรเสริมของบัตรเครดิต

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดบัตรเครดิต มีส่วนประกอบที่สำคัญ 2 ส่วนด้วยกัน คือ ช่องทางการหาสมาชิกบัตรเครดิต และ ช่องทางการหาร้านค้าสมาชิก

ช่องทางการหาสมาชิก

ช่องทางการหาสมาชิก จะมีความแตกต่างกันระหว่างธนาคารพาณิชย์ไทยกับสถาบันการเงินจากต่างประเทศจึงแยกการพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ

1. ธนาคารพาณิชย์ไทย จะมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ จึงใช้เครือข่ายของสาขาในการเข้าถึงลูกค้าทั้งใน กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด จุดนี้เองทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทยได้เปรียบสถาบันการเงินจากต่างประเทศ ซึ่งประสบปัญหาในเรื่องของเครือข่ายสาขา โอกาสที่จะติดต่อกับลูกค้าโดยวิธีอื่นคงไม่มีนอกจากการส่งตรงไปยังลูกค้า โดยปกติธนาคารจะมีการติดต่อโดยตรงกับลูกค้าที่ใช้บริการด้านอื่น ๆ ของธนาคารอยู่แล้ว ทำให้ธนาคารมีข้อมูลทางด้านสถานภาพทางการเงินของลูกค้า เมื่อลูกค้ารายใดมีคุณสมบัติตามที่ธนาคารกำหนดก็จะให้พนักงานของธนาคารเสนอขายบริการบัตรเครดิตให้กับลูกค้า

2. สถาบันการเงินต่างประเทศ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญมีดังนี้

- 2.1 การใช้วิธี "Take One Box" ซึ่งจะเป็นกล่องบรรจุใบสมัครบัตรเครดิตซึ่งจะตั้งอยู่ตามสถานรับบัตรชั้นนำที่มีผู้ใช้บริการมาก เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เพื่อเป็นการกระจายใบสมัครไปยังผู้บริโภค

2.2 การขายตรง (Direct Marketing) ซึ่งสถาบันการเงินจากต่างประเทศนิยมใช้กันมาก เนื่องจากสถาบันการเงินจากต่างประเทศมีจุดอ่อนในเรื่องของการที่ไม่มีเครือข่ายสาขาที่จะใช้เป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย จึงต้องมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงโดยการใช่วิธีส่งจดหมายชี้ชวนการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต และมีการแนบแบบฟอร์มใบสมัครบัตรเครดิตส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังมีการใช้วิธีการโทรศัพท์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย (Telemarketing) เพื่อชี้ชวนให้มาสมัครสมาชิกบัตรเครดิต แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายสูงแต่ก็เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-way Communication) ที่มีประสิทธิภาพ เพราะจะสามารถทราบผลในทันทีว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตหรือปฏิเสธการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ในขณะที่วิธีการส่งจดหมายนั้นจะไม่รู้ผลในทันที แต่การที่จะทำได้ผลลัพธ์คุ้มค่างกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปนั้นจะต้องรู้จักลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้นเป็นอย่างดีและมีความเป็นไปได้สูงที่กลุ่มเป้าหมายจะสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

2.3 การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ในการติดต่อ แสวงหาลูกค้าและทำการเสนอขาย วิธีนี้จะใช้กันมากในการหาลูกค้าของสถาบันการเงินต่างประเทศ

2.4 สมาชิกหาสมาชิกใหม่ (Member Get Member) เป็นการให้ลูกค้าเดิมแนะนำและชักจูงบุคคลใกล้ชิดมาสมัครเป็นสมาชิกใหม่กับสถาบัน โดยมีของสมนาคุณเป็นการตอบแทนสมาชิกที่สามารถหาสมาชิกใหม่ได้

ช่องทางในการหาร้านค้าสมาชิก

ช่องทางในการหาร้านค้าสมาชิก การหาร้านค้าสมาชิกหรือสถานรับบัตรมีความสำคัญต่อธุรกิจบัตรเครดิตเป็นอันมากยิ่งมีร้านค้ารับบัตรเครดิตมากเท่าใด ลูกค้าก็ยิ่งมีความสะดวกในการใช้บัตรเครดิตมากขึ้น จึงมีการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการมากขึ้น ทั้งธนาคารพาณิชย์ไทย และสถาบันการเงินต่างประเทศจะใช้พนักงานขาย (Personal Sale) ในการติดต่อกับร้านค้าเป้าหมายเพื่อที่จะได้ยอมรับการรับบัตรเครดิตของผู้ออกบัตร

โดยสรุปแล้ว ช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยกับสถาบันการเงินต่างประเทศจะมีความแตกต่างกัน ธนาคารพาณิชย์ไทยจะนิยมใช้เครือข่ายสาขาที่มีอยู่ทั่วประเทศในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนสถาบันการเงินจากต่างประเทศจะนิยมใช้การตลาดทางตรงในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

เมื่อมีการผลิตสินค้าออกสู่ตลาด มีการตั้งราคา มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพื่อส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภค จำเป็นต้องมีการบอกและชักจูงผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าที่ผลิตขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การใช้พนักงานขายและการส่งเสริมการขาย ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อให้เกิดขึ้น จากการพิจารณาถึงการส่งเสริมการตลาดของทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่างประเทศ พบว่าสิ่งที่แตกต่างกันได้อย่างชัดเจนคือ ในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงินต่างประเทศ จะมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และจะมีการให้ของสมนาคุณที่มีมูลค่าสูงมอบให้แก่ผู้ที่สมัครสมาชิกใหม่ ในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต แบ่งเป็น 2 ประเด็นในการพิจารณา คือ

1. การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกบัตรเครดิต
2. การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายบัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกบัตรเครดิต

การส่งเสริมการตลาดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตเพื่อเพิ่มจำนวนสมาชิกบัตรเครดิต มีวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด ธนาคารพาณิชย์ไทยจะมีการใช้งบประมาณในการโฆษณาน้อยกว่าสถาบันการเงินจากต่างประเทศ โดยการโฆษณามีทั้งการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และตามนิตยสารต่าง ๆ แต่การโฆษณาทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาสถาบัน หรือองค์กรมากกว่าที่จะเป็นการโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ในบางครั้งอาจจะมีการโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตบ้างโดยเน้นที่รูปลักษณ์ของบัตร สถาบันผู้ออกบัตรเครดิต และปรัชญาในการทำงาน เพื่อเป็นการเตือนความทรงจำ เพื่อแจ้งข่าวสารใหม่ ๆ หรือเพื่อจูงใจ นอกจากการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ แล้ว อาจจะมีการโฆษณา ณ สาขาของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตโดยตั้งป้ายชี้ชวนการสมัคร ซึ่งจะมีใบสมัครบัตรเครดิตอยู่ด้วย

2. การขายโดยใช้พนักงานสาขา เป็นกิจกรรมแจ้งข่าวสาร และจุดตลาดเป้าหมายโดยใช้บุคคล ธนาคารพาณิชย์ไทยมีสาขาอยู่ทั่วประเทศจึงใช้พนักงานสาขาแนะนำ ชักจูงลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารอยู่แล้วให้มาใช้บริการบัตรเครดิตด้วย

3. มีการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) มีการแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เกี่ยวกับบัตรเครดิตโดยผ่านทางสารบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ซึ่งอาจออกเป็นรายเดือน รายไตรมาส หรือรายปี หรือโดยการให้สัมภาษณ์กับสื่อหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เช่น การให้ของสมนาคุณสำหรับผู้สมัครสมาชิก โครงการสมาชิกแนะนำสมาชิกโดยสมาชิกผู้แนะนำจะได้รับคะแนนสะสม เพื่อไว้แลกของสมนาคุณต่าง ๆ ตามที่สถาบันผู้ออกบัตรกำหนดไว้ นอกจากนี้อาจจะมีการลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี หรือให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตร

ธนาคารพาณิชย์ไทยและสถาบันการเงินต่างประเทศมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ทางด้านผู้ถือบัตรเครดิต

1.1 การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัลที่มีค่ามากมาย

1.2 การแจกจดหมายข่าวหรือสารบัตรเครดิตที่ส่งไปยังสมาชิก ว่ามีร้านค้าใดที่ให้ส่วนลดพิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

2. ทางด้านร้านค้ารับบัตร

2.1 มีการเพิ่มเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture: EDC) ให้มากขึ้นเพื่อทดแทนเครื่องรูดบัตรแบบเก่า จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ร้านค้าในการขออนุมัติวงเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง

2.2 มีการโฆษณาร้านค้าสมาชิกในจดหมายข่าวหรือสารบัตรเครดิตที่ส่งไปยังสมาชิก

บทที่ 4

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

ตามที่ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของตลาดบัตรเครดิตในบทที่ 3 สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในประเทศไทยแต่ละแห่งก็มีความแตกต่างในด้านการให้บริการ การคิดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่าย รวมถึงการให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดของธนาคารซีทีแบงก์ซึ่งเป็นผู้นำในตลาดบัตรเครดิต ได้มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างจากสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตรายอื่น ๆ อย่างชัดเจนได้แก่ การมีสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพียง 25 บาท ก็จะได้คะแนนสะสม 1 คะแนน โดยคะแนนที่สะสมสามารถใช้แลกซื้อหรือแลกของกำนัล ใช้เป็นการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี ซึ่งมีแนวทางให้สมาชิกได้เลือกใช้คะแนนที่สะสมได้หลากหลายรูปแบบและมีการจัดทำวารสารเพื่อเสนอของกำนัลที่สามารถแลกซื้อให้แก่สมาชิกใช้ประกอบในการตัดสินใจ อีกทั้งในลักษณะของการส่งเสริมการตลาดในการหาสมาชิกใหม่ ธนาคารซีทีแบงก์ใช้วิธีการขายตรงโดยมีพนักงานขายติดต่อไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการโทรศัพท์ และมีการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปีในแต่ละช่วงเทศกาลที่ธนาคารกำหนด อีกทั้งยังมอบของกำนัลสำหรับการสมัครเป็นสมาชิกอีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสมาชิกไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมเลยสำหรับการสมัครเป็นสมาชิกในปีแรก และถ้าภายในปีนั้นถ้าสมาชิกมีการใช้จ่ายในปริมาณที่มากพอเพียงพอต่อการสะสมคะแนนเพื่อใช้ในการยกเว้นค่าธรรมเนียมได้ ก็ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีในปีต่อไป แต่ในส่วนของกลยุทธ์ทางด้านค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของสมาชิกผู้ถือบัตร เช่น ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมในการชำระล่าช้า อัตราดอกเบี้ยกรณีค้างชำระ ธนาคารซีทีแบงก์เรียกเก็บจากสมาชิกในอัตราค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสถาบันอื่น ๆ ในแต่ละส่วนของกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ ที่สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตใช้ในปัจจุบัน ดังจะได้กล่าวต่อไป

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

การอนุมัติวงเงินในการใช้จ่าย

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจะพิจารณาให้วงเงินในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแก่สมาชิกตามสถานภาพทางการเงินของสมาชิก ซึ่งการอนุมัติวงเงินในการใช้จ่ายสำหรับผู้ถือบัตรสามารถแบ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็น 2 ประเภทคือ มีการจำกัดวงเงินในการในการใช้จ่าย โดยทางสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจะมีการพิจารณาวงเงินในการใช้จ่ายของสมาชิกแต่ละราย และไม่จำกัดวงเงินในการใช้จ่ายซึ่งสมาชิกสามารถใช้จ่ายได้โดยไม่มีกำหนดวงเงินไว้ล่วงหน้า การอนุมัติบัตรเครดิตบัตรเงินสมาชิกผู้สมัครจะต้องมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 240,000 บาท เหมือนกันทุกสถาบันในขณะที่การอนุมัติบัตรทองให้แก่สมาชิกแบ่งเป็น 3 กลุ่มสถาบันคือ

1. รายได้ 360,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ ธนาคารทหารไทย นครหลวงไทย ศรีนคร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด และเอเซีย
2. รายได้ 480,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย ซิตีแบงก์ และเอชเอสบีซี
3. รายได้ 600,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ กรุงศรีอยุธยา กสิกรไทย ไทยพาณิชย์ และอเมริกันเอ็กซ์เพรส

โดยมีรายละเอียดของวงเงินในการใช้จ่ายที่อนุมัติให้แก่สมาชิกของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตแต่ละสถาบันดังนี้ (ตารางที่ 6)

ระยะเวลาในการให้เครดิต

ระยะเวลาในการให้เครดิต ในปัจจุบันโดยส่วนใหญ่แล้วสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจะให้ระยะเวลาในการให้เครดิตหรือระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย 45 วัน ยกเว้นธนาคารเอชเอสบีซี ให้ระยะเวลาในการให้เครดิตหรือปลอดดอกเบี้ย 51 วัน และธนาคารซิตี้แบงก์ก็ได้เพิ่มระยะเวลาการให้เครดิตหรือระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยเป็น 55 วัน ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันที่ให้ระยะเวลาสูงสุดเพียงแห่งเดียว จากเหตุผลนี้ก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธนาคารเป็นผู้นำทางด้านตลาดบัตรเครดิตอยู่ในปัจจุบัน

จำนวนร้านค้าที่รับบัตร

จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่มีส่วนช่วยให้สถาบันผู้ออกบัตรประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจบัตรเครดิต ในกรณีศึกษาที่ศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตสากล ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันในแต่ละสถาบัน แต่จะแตกต่างกันสำหรับประเภทของบัตรเครดิต โดยมีสถานที่รับบัตรแยกตามประเภทบัตรต่าง ๆ ดังนี้ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 6 วงเงินในการใช้จ่าย จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

สถาบันผู้ออกบัตร	วงเงินในการใช้จ่าย (บาท)	
	บัตรเงิน	บัตรทอง
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	20,000 – 100,000	70,000 – 200,000
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	สูงสุด 125,000	สูงสุด 500,000
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	40,000 – 90,000	80,000 – 300,000
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	50,000 – 100,000	200,000 – 1,500,000
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	สูงสุด 120,000	สูงสุด 350,000
ธนาคารทีบีเอส ไทยท努 จำกัด	สูงสุด 1,000,000	สูงสุด 2,000,000
ธนาคารทหารไทย จำกัด	20,000 ขึ้นไป	80,000 ขึ้นไป
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	20,000 – 100,000	100,000 ขึ้นไป
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	20,000 – 70,000	80,000 ขึ้นไป
ธนาคารศรีนคร จำกัด	10,000 – 50,000	50,000 ขึ้นไป
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	สูงสุด 100,000	สูงสุด 200,000
ธนาคารเอเชีย จำกัด	สูงสุด 125,000	สูงสุด 350,000
ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด	สูงสุด 350,000	สูงสุด 350,000
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	ไม่จำกัดวงเงิน	ไม่จำกัดวงเงิน
บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด	ไม่จำกัดวงเงิน	ไม่จำกัดวงเงิน

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

การประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตมีการประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตร เมื่อผู้ถือบัตรใช้บัตรเครดิตชำระค่าโดยสารต่าง ๆ ในการเดินทางไม่ว่าจะเป็น โดยเครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์ หรือเรือโดยสารที่มีตารางการเดินทางที่แน่นอน ผู้ถือบัตรจะได้รับการประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางในวงเงินประกัน ซึ่งธนาคารซีทีแบงก์ และไดเนอร์สคลับ เป็นสถาบันที่ให้วงเงินประกันอุบัติเหตุสูงกว่าสถาบันอื่น ๆ ค่อนข้างมาก (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 จำนวนสถานที่รับบัตร จำแนกตามชนิดของบัตรเครดิตสากล

บัตรเครดิต	จำนวนสถานที่รับบัตร	
	ในประเทศ (แห่ง)	ทั่วโลก (ล้านแห่ง)
บัตรวีซ่า	100,000	14.5
บัตรมาสเตอร์การ์ด	80,000	15.0
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส	12,000	3.9
บัตรไดเนอร์สคลับ	12,000	3.0
บัตรเจ.ซี.บี	35,000	14.0

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

การประกันการสูญหายของบัตรเครดิต

การประกันการสูญหายของบัตรเครดิต เมื่อสมาชิกผู้ถือบัตรทำบัตรเครดิตหายแล้วได้แจ้งอายัดบัตรกับสถาบันผู้ออกบัตรแล้ว สมาชิกผู้ถือบัตรจะรับผิดชอบเพียงในวงเงินจำนวนหนึ่งเท่านั้น หรือบางแห่งผู้ถือบัตรอาจไม่ต้องรับผิดชอบใด ๆ เลย สาเหตุที่สถาบันแต่ละแห่งให้สมาชิกรับผิดชอบเมื่อบัตรสูญหายค่อนข้างต่ำ เพราะในปัจจุบันการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจะต้องมีการตรวจสอบยอดเงินที่สามารถใช้ได้จากส่วนกลางก่อน ดังนั้นเมื่อสมาชิกผู้ถือบัตรแจ้งอายัดบัตรกับสถาบันผู้ออกบัตรแล้วบัตรนั้นก็ไม่สามารถใช้ได้อีก ซึ่งการประกันการสูญหายของบัตรนี้มีความแตกต่างกันไม่มากนักสำหรับแต่ละสถาบันผู้ออกบัตร (ตารางที่ 9)

บริการถอนเงินสดล่วงหน้า

การให้บริการถอนเงินสดล่วงหน้า ลูกค้ายที่สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตจะได้รับบริการถอนเงินสดล่วงหน้าควบคู่ไปด้วยอีกบริการหนึ่ง โดยสามารถที่จะถอนเงินสดล่วงหน้า ผ่านเคาน์เตอร์สาขาของผู้ถือบัตร หรือถอนผ่านระบบเอทีเอ็ม ในการถอนเงินสดล่วงหน้าจะต้องเสียค่าธรรมเนียมในการถอนด้วย จำนวนเงินที่สามารถถอนได้ของแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 วงเงินประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

(หน่วย : ล้านบาท)

สถาบันผู้ออกบัตร	วงเงินประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง		คุ้มครองคู่สมรส และบุตรที่อายุต่ำกว่า 23 ปี
	บัตรเงิน	บัตรทอง	
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	2	4	—
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	1	4	คุ้มครอง
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	2.5	5	—
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	1	4	คุ้มครอง
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	6	10	—
ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด	1	3	—
ธนาคารทหารไทย จำกัด	—	3	คุ้มครอง (บุตรอายุ ไม่เกิน 17 ปี)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	3	3	คุ้มครอง
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	—	3	คุ้มครอง
ธนาคารศรีนคร จำกัด	2	3	—
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	—	—	—
ธนาคารเอเชีย จำกัด	1	2	—
ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด	1.5	3	คุ้มครอง
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	1.5	2	—
บริษัทไคเนอร์สคลับ จำกัด	9.6	—	—

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 วงเงินที่ผู้ถือบัตรเครดิตรับผิดชอบสูงสุดเมื่อบัตรหาย จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

(หน่วย : บาท)

สถาบันผู้ออกบัตร	วงเงินที่ผู้ถือบัตร รับผิดชอบสูงสุด	ค่าใช้จ่ายในการทำบัตรใหม่
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	1,000	200
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	1,000	—
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	0	—
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	0	100
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	800	—
ธนาคารดีบีเอส ไทยทูน จำกัด	800	—
ธนาคารทหารไทย จำกัด	0	200
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	0	250
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	800	200
ธนาคารศรีนคร จำกัด	1,000	200
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	800	200
ธนาคารเอเชีย จำกัด	0	—
ธนาคารเอสเอสบีซี จำกัด	0	200
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	0	—
บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด	0	—

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

ส่วนลดพิเศษกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ

ส่วนลดพิเศษกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ในแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่จะมีการ ชักจูงร้านค้าต่าง ๆ ให้เข้าร่วมโครงการในการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต โดย กำหนดให้มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และทางสถาบันการเงินก็จะมีส่วนลดค่าธรรมเนียม ให้แก่ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งการมีส่วนลดพิเศษนี้แต่ละสถาบันการเงินก็จะมีการจัดโปรแกรม เป็นระยะ ๆ หรือตามช่วงเทศกาลต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 จำนวนเงินสดที่สามารถเบิกล่วงหน้า จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

(หน่วย : บาท)

สถาบันผู้ออกบัตร	ปริมาณการถอนเงินสดสูงสุด (ต่อวัน) (เคาน์เตอร์ธนาคาร/ATM)	
	บัตรเงิน	บัตรทอง
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	200,000 /10,000	200,000/15,000
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	เต็มวงเงิน	เต็มวงเงิน
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	ร้อยละ 50 / 10,000	ร้อยละ 50 / 20,000
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	เต็มวงเงิน/10,000	เต็มวงเงิน/20,000
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	ร้อยละ 60 ของวงเงิน	ร้อยละ 60 ของวงเงิน
ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด	เต็มวงเงิน	เต็มวงเงิน
ธนาคารทหารไทย จำกัด	เต็มวงเงิน	เต็มวงเงิน
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	เต็มวงเงิน/20,000	เต็มวงเงิน/50,000
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	เต็มวงเงิน	เต็มวงเงิน
ธนาคารศรีนคร จำกัด	ร้อยละ 50 ของวงเงิน	ร้อยละ 50 ของวงเงิน
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	เต็มวงเงิน	เต็มวงเงิน
ธนาคารเอเชีย จำกัด	ร้อยละ 60 ของวงเงิน	ร้อยละ 60 ของวงเงิน
ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด	ร้อยละ 50 ของวงเงิน	ร้อยละ 50 ของวงเงิน
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	10,000 ต่อสัปดาห์	20,000 ต่อสัปดาห์
บริษัทนอร์สคลับ จำกัด	40,000	ไม่มี

ที่มา : (นิตยสาร, 2542)

การให้บริการพิเศษอื่น ๆ

บริการพิเศษอื่น ๆ เป็นบริการเสริมที่มีให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตร ซึ่งแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตมีการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป โดยมีรายละเอียดของการให้บริการดังนี้

1. ธนาคารกรุงเทพ ให้บริการสำรองตั๋วและที่พักจากศูนย์ "Thomas Cook"
2. ธนาคารกรุงไทย ให้บริการไทยทัศน์ สำรองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ให้บริการสรุปค่าใช้จ่ายประจำปี ให้บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านบัตรเครดิตฟรี

4. ธนาคารกสิกรไทย มี 6 บริการทองฉุกเฉินในต่างแดน คือ อายัดบัตรหาย รักษาพยาบาลฉุกเฉิน ช่วยเหลือยามคับขัน ช่วยเหลือด้านกฎหมาย บริการเงินสดฉุกเฉินเมื่อบัตรหาย และบริการออกบัตรฉุกเฉิน

5. ธนาคารซีทีแบงก์ บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล การเตรียมตัวในการเดินทาง รับประกันกรณีเครื่องบินล่าช้าหรือยกเลิก และกรณีกระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย

6. ธนาคารไทยท努 บริการโทรศัพท์ต่างประเทศผ่านบัตรเครดิต

7. ธนาคารทหารไทย ให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านบัญชีบัตรเครดิต

8. ธนาคารเอสเอสบีซี รับประกันกรณีเครื่องบินล่าช้าหรือยกเลิก และกรณีกระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย

9. อเมริกัน เอ็กซ์เพรส รับประกันกรณีเครื่องบินล่าช้าหรือยกเลิก และกรณีกระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย รับประกันความเสียหายของสินค้า ให้บริการด้านกฎหมาย การรักษาพยาบาล

10. ไคเนอริสคลับ บริการฉลองวันเกิดฟรี บริการห้องรับรองผู้โดยสารวีไอพี รับประกันกรณีเครื่องบินล่าช้าหรือยกเลิก และกรณีกระเป๋าเดินทางล่าช้าหรือสูญหาย

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี

การเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต นับเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บัตรเครดิต เนื่องจากเป็นภาระหรือค่าใช้จ่ายที่ผู้สมัครเป็นสมาชิกต้องชำระ และสถาบันผู้ออกบัตรบางแห่งได้ยกเว้นการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสำหรับปีแรกเพื่อเป็นการชักจูงให้มาสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของสถาบันซึ่งสถาบันจะยอมตัดรายได้จากส่วนนี้ไป โดยคาดหวังค่าธรรมเนียมจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสมาชิกจากร้านค้า ซึ่งแต่ละสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมของผู้ถือบัตรหลักและบัตรเสริมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้จะเห็นว่าบัตรเครดิตไคเนอริสคลับ เป็นบัตรเครดิตใบเดียวที่บัตรหลักไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ทุกสถาบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ออกบัตรเครดิตไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าของบัตรเสริม โดยมีรายละเอียดของการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมบัตรหลักและบัตรเสริมดังนี้ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 รายละเอียดค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี

สถาบันผู้ออกบัตร	ค่าธรรมเนียม (บัตรเงิน : บัตรทอง) (บาท)		
	แรกเข้า	รายปี	
		บัตรหลัก	บัตรหลัก
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	600 : 600	600 : 1,100	600 : 1,100
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	500 : 500	700 : 1,000	400 : 500
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	500 : 800	600 : 1,200	500 : 800
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	500 : 1,000	650 : 1,200	650 : 1,200
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	500 : 750	750 : 1,250	750 : 1,250
ธนาคารดีบีเอส ไทยทูน จำกัด	500 : 1,000	600 : 1,500	500 : 1,200
ธนาคารทหารไทย จำกัด	500 : 1,000	500 : 800	500 : 800
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	500 : 1,000	1,200 : 2,000	1,200 : 2,000
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	500 : 1,000	650 : 1,200	500 : 1,000
ธนาคารศรีนคร จำกัด	500 : 1,000	500 : 1,000	500 : 800
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	500 : 1,000	750 : 1,600	550 : 1,250
ธนาคารเอเชีย จำกัด	500 : 800	600 : 1,200	300 : 600
ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด	500 : 0	500 : 1,500	300 : 800
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	856 : 856	1,765 : 3,210	1,444 : 2,621
บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด	—	1,250 : —	1,000 : —

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าและอัตราดอกเบี้ยค้างชำระ

ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้าของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตโดยส่วนใหญ่มีการคิดค่าธรรมเนียมที่ไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ส่วนที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดคือ อัตราดอกเบี้ยที่ต้องชำระถ้ามียอดค้าง โดยธนาคารซีทีแบงก์และธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดมีอัตราดอกเบี้ยที่คิดจากสมาชิกผู้ถือบัตรสูงสุด คือ ร้อยละ MRR + 14 ในขณะที่สถาบันอื่น ๆ มีอัตราดอกเบี้ยเป็นร้อยละ MRR + 10 (MRR เป็นอัตราดอกเบี้ยของลูกค้าย่อยของแต่ละสถาบันผู้ออกบัตร ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันได้สำหรับแต่ละแห่ง) (ตารางที่ 12)

ค่าเบี้ยปรับกรณีชำระล่าช้า

การคิดค่าเบี้ยปรับหรือค่าธรรมเนียมในกรณีที่สมาชิกผู้ถือบัตร มีการชำระค่าใช้จ่ายหลังจากวันที่ครบกำหนดชำระในแต่ละเดือน แต่ละสถาบันจะมีวิธีการคิดค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันออกไป (ตารางที่ 13)

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

การสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ

การสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต เนื่องจากเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแล้วมีผลประโยชน์กลับคืนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรดังกล่าวโดยที่สมาชิกผู้ถือบัตรยังคงได้รับสินค้าหรือการบริการจากร้านค้าที่เข้าไปใช้จ่ายเหมือนกับการชำระด้วยเงินสดหรือวิธีอื่น ๆ โดยมีสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่มีการจัดรายการสะสมคะแนนดังนี้

1. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จัดรายการ "กรุงศรีโบนัส" โดยเลือกสรรของกำนันที่มีคุณค่ากว่า 175 รายการ มอบตอบแทนให้กับสมาชิกที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคารครบทุก 100 บาท ได้รับคะแนนสะสม 1 คะแนน โดยเริ่มรายการตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2540 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2542 และจะหมดเขตรับของกำนันในรายการวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าและอัตราดอกเบี้ยค้างชำระ

สถาบันผู้ออกบัตร	ค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้า	อัตราดอกเบี้ย ค้างชำระ (ร้อยละ)
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	150 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท ในกรณีเบิกต่างธนาคารคิดเพิ่ม 50 บาท	MRR + 10
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	120 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท คิดดอกเบี้ยทันทีตั้งแต่วันที่เบิกเงิน (MRR + 10)	MRR + 10
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	250 บาท ต่อทุก ๆ 5,000 บาท ในกรณีเบิกต่างธนาคารคิดเพิ่ม 50 บาท คิดดอกเบี้ยทันทีตั้งแต่วันที่เบิกเงิน (MRR + 10)	MRR + 10
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	150 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท	MRR + 10
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	300 บาท ต่อทุก ๆ 5,000 บาท	MRR + 14
ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด	—	MRR + 10
ธนาคารทหารไทย จำกัด	150 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท	MRR + 10
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	150 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท	MRR + 10
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	165 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท	MRR + 10
ธนาคารศรีนคร จำกัด	150 บาท ต่อทุก ๆ 3,000 บาท	MRR + 10
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	ร้อยละ 6 ของจำนวนที่เบิกโดยคิดขั้นต่ำ 600 บาท คิดดอกเบี้ยทันทีตั้งแต่วันที่เบิกเงิน (MRR + 14)	MRR + 14
ธนาคารเอเชีย จำกัด	200 บาท ต่อทุก ๆ 5,000 บาท	MRR + 6
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	—	—
บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด	—	—

หมายเหตุ MRR อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลูกค้ารายย่อยชั้นดี

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ค่าเบี้ยปรับกรณีชำระล่าช้า

สถาบันผู้ออกบัตร	ค่าเบี้ยปรับกรณีชำระล่าช้า
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด	100 บาท
ธนาคารกรุงไทย จำกัด	—
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด	200 บาทต่อทุก ๆ 1,000 บาท กรณีชำระด้วยเช็คแล้วเช็คคืนเสียค่าปรับ 300 บาท
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด	100 บาท กรณีชำระด้วยเช็คแล้วเช็คคืนเสียค่าปรับ 200 บาท
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด	300 บาทต่อทุก ๆ 1,000 บาท
ธนาคารทีบีเอส ไทยท努 จำกัด	—
ธนาคารทหารไทย จำกัด	100 บาท
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด	100 บาท
ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด	ร้อยละ 2 ของยอดที่ต้องชำระ ขั้นต่ำ 100 บาท
ธนาคารศรีนคร จำกัด	ร้อยละ 1 ของยอดที่ต้องชำระ ขั้นต่ำ 100 บาท
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด จำกัด	—
ธนาคารเอเชีย จำกัด	100 บาทต่อทุก ๆ 1,000 บาท
ธนาคารเอชเอสบีซี จำกัด	100 บาท กรณีชำระด้วยเช็คแล้วเช็คคืนเสียค่าปรับ 200 บาท
บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด	—
บริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด	—

ที่มา : (นิรนาม, 2542)

2. ธนาคารซีทีแบงก์ จัดรายการ "ซีทีแบงก์ รีวอร์ด" ซึ่งเป็นการสะสมคะแนนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของซีทีแบงก์ โดยทุก ๆ 25 บาท จะได้โบนัส 1 คะแนน ซึ่งลูกค้าสามารถนำคะแนนมาแลกของกำนัล คะแนนแลกกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี หรือร่วมรายการสะสมไมล์/กิโลเมตร เพื่อใช้สำหรับการเดินทางฟรีกับสายการบิน 5 แห่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ธนาคารทหารไทย จัดรายการ "TMB REWARDS" เพื่อสมนาคุณแก่ผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคาร ที่ใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการครบทุก ๆ 250 บาท ได้รับคะแนนสะสม 1 คะแนน ตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคม 2542 ถึง 20 พฤษภาคม 2543 โดยคะแนนสะสมที่ได้รับสามารถนำมาแลกกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีต่อไป หรือแลกกับทัวร์ท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศฟรี

4. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด มีการสะสมคะแนน โบนัสพอยต์ เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตแต่ละเดือนโดยขึ้นอยู่กับยอดค่าใช้จ่าย 2,500 – 7,499 บาท ได้รับคะแนนร้อยละ 0.25 และยอดค่าใช้จ่าย 7,500 บาทขึ้นไป ได้รับคะแนนร้อยละ 0.5 โดยที่คะแนน 1 คะแนนมีค่าเท่ากับ 1 บาท สามารถนำไปหักลบกับค่าใช้จ่ายได้ทันที

5. ธนาคารเอเชีย จัดโปรแกรม "ASIA Rewards" โดยเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทุก ๆ 100 บาท จะได้รับ 1 คะแนนโดยอัตโนมัติ เพื่อสะสมแลกเป็นเงินในการนำไปลดหย่อนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในแต่ละเดือน หรือสะสมเพื่อแลกฟรีของกำนัลต่าง ๆ

6. ไดเนอร์สคลับ จัดรายการ "คลับรีวอร์ด" มีรายการสมนาคุณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตซึ่งสามารถนำคะแนนสะสมไปสมทบเป็น รอยัลออริคิเดิลล์ ไมล์ หรือเลือกแลกสะสมไมล์หรือกิโลเมตรกับสายการบินชั้นนำของโลก

บทที่ 5 การวิเคราะห์ผลการศึกษา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้และเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถจำแนกออกได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ

จากการศึกษาพบว่า จำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 57.5 และเป็นเพศชายร้อยละ 42.5 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เพศหญิงมีความต้องการใช้บัตรเครดิตมากกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด เนื่องจากมีความสะดวกและปลอดภัยในการพกพาและใช้จ่าย หรืออาจเป็นเพราะว่าการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งเพศหญิงมีความนิยมในการเข้าไปใช้บริการมากกว่าเพศชาย (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	230	57.5
ชาย	170	42.5
รวม	400	100.0

อายุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.3 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 อายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.3 อายุ 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยทำงานระยะกลาง เนื่องจากต้องมีหลักฐานการทำงานที่มั่นคงและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากพอจึงจะสามารถมีบัตรเครดิตได้ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-25 ปี	41	10.3
26-30 ปี	137	34.3
31-35 ปี	119	29.8
36-40 ปี	59	14.8
41-45 ปี	25	6.3
46 ปีขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

ระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.7 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง เพราะระดับการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญต่อหน้าที่การงานและเงินเดือนที่ได้รับ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	53	13.3
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	284	71.0
สูงกว่าปริญญาตรี	63	15.7
รวม	400	100.0

อาชีพ

จากการศึกษาพบว่า อาชีพของผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.3 เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 5.5 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 4.7 แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และอาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต เป็นสินเชื่อที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันในการพิจารณาออกบัตรเครดิตให้แก่บุคคลทั่วไป ดังนั้นจึงต้องมีการพิจารณาในเรื่องของความมั่นคงของหน้าที่การงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายประจำเดือนของผู้สมัครเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา จึงมีผลทำให้ผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเนื่องจากมีความมั่นคงและมีฐานเงินเดือนที่สูง (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	324	81.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.3
เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว	22	5.5
ข้าราชการ	19	4.7
แม่บ้าน	3	0.8
อื่น ๆ	7	1.7
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 20,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7 รายได้ 60,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.5 และรายได้ 50,001 - 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,001 บาท	142	35.5
20,001 – 30,000 บาท	178	44.5
30,001 – 40,000 บาท	48	12.0
40,001 – 50,000 บาท	15	3.7
50,001 – 60,000 บาท	7	1.8
60,001 บาทขึ้นไป	10	2.5
รวม	400	100.0

จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทบัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า ประเภทบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นประเภทวีซ่าการ์ด คิดเป็นร้อยละ 77.8 และบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด คิดเป็นร้อยละ 22.2 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากการศึกษาจำนวนบัตรเครดิตสากล ที่มีบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัตรเครดิต

ประเภทบัตรเครดิต	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ
วีซ่าการ์ด	466	77.8
มาสเตอร์การ์ด	133	22.2
รวม	599	100.0

จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า จำนวนบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดและมาสเตอร์การ์ดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นบัตรที่ออกโดยธนาคารซีทีแบงก์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 13.1 ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 8.7 สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด คิดเป็นร้อยละ 3.8 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 3.2 ธนาคารเอชเอสบีซี คิดเป็นร้อยละ 3.2 และสถาบันอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต ที่เป็นผู้นำทางด้านจำนวนบัตรเครดิตคือธนาคารซีทีแบงก์ ส่วนธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย ในกลุ่มธนาคารที่มีขนาดใหญ่ก็จะมีสัดส่วนของส่วนแบ่งตลาดที่ใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 จำนวนบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตร

สถาบันผู้ออกบัตร	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ
ซีทีแบงก์	228	38.1
กสิกรไทย	85	14.2
กรุงเทพ	83	13.9
กรุงศรีอยุธยา	79	13.1
ไทยพาณิชย์	52	8.7
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด	23	3.8
กรุงไทย	19	3.2
เอชเอสบีซี	19	3.2
อื่น ๆ	11	1.8

รวม 599 100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบัตรที่ถือ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นถือบัตรเครดิตเพียงใบเดียว คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ ถือบัตร 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ถือบัตร .3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ถือบัตร 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.7 และถือบัตรเครดิต 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่นิยมถือบัตรเครดิต 1-2 ใบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าต้องการความมั่นใจในการใช้จ่ายจึงมีการถือบัตรเครดิตใบที่ 2 เพิ่มขึ้น แต่ไม่นิยมถือมากกว่า 2 ใบ เพราะจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายมากขึ้นเช่นต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปี เป็นต้น (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนบัตรที่ถือ

จำนวนบัตรที่ถือ(บัตร)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	258	64.5
2	100	25.0
3	31	7.8
4	7	1.7
5	4	1.0
รวม	400	100.0

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

ทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บัตรเครดิตมีทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ดังนี้

ทัศนคติต่อปัจจัยภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.0 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8 และไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติต่อปัจจัยจำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.8 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยจำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 6.2 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.5 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยบุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.5 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.7 สำคัญน้อยคิด เป็นร้อยละ 3.5 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.7 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.3 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยวงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.0 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.0 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 29.0 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.5 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.0 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยวิธีการชำระเงิน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 39.0 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.0 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 17.2 สำคัญ

ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.8 ไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 2.5 และสำคัญน้อยร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยยอดชั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 24.3 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.7 ไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 4.8 และสำคัญน้อยร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 26.8 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.0 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.0 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 29.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.3 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 34.2 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.5 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 31.5 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.3 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 33.0 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.8 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.8 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยวงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.5

สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.7 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.5 และไม่มีความสำคัญเลย ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยการรับประกันความเสียหายของสินค้า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.3 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.7 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่มีความสำคัญเลย ร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 13.3 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.7 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยรายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่มีความสำคัญเลย ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.7 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.3 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยการสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณค่าสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.7 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.5 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 1.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของภาพรวมในการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง นั่นคือให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่ศึกษาในระดับมีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 22 ระดับความสำคัญด้านทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้
บัตรเครดิต

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					รวม
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่ สำคัญ	
ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ของสถาบันที่ออกบัตร	147 (36.7)	164 (41.0)	84 (21.0)	3 (0.8)	2 (0.5)	400 (100.0)
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้ง ของสถาบันที่ออกบัตร	78 (19.5)	159 (39.7)	123 (30.8)	26 (6.5)	14 (3.5)	400 (100.0)
จำนวนร้านค้าและ สถานบริการที่รับบัตร	272 (68.0)	100 (25.0)	25 (6.2)	2 (0.5)	1 (0.3)	400 (100.0)
บุคลิกภาพและ ความเป็นมิตรของพนักงาน	110 (27.5)	169 (42.3)	103 (25.7)	14 (3.5)	4 (1.0)	400 (100.0)
ระยะเวลาในการอนุมัติ ออกบัตร	97 (24.3)	172 (43.0)	103 (25.7)	21 (5.3)	7 (1.7)	400 (100.0)
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการ ใช้บัตร	201 (50.2)	133 (33.3)	60 (15.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	400 (100.0)
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	36 (9.0)	116 (29.0)	175 (43.7)	54 (13.5)	19 (4.8)	400 (100.0)
วิธีการชำระเงิน	181 (45.2)	156 (39.0)	58 (14.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	400 (100.0)
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	281 (70.2)	69 (17.2)	31 (7.8)	9 (2.3)	10 (2.5)	400 (100.0)
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	199 (49.7)	97 (24.3)	67 (16.7)	18 (4.5)	19 (4.8)	400 (100.0)
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	235 (58.7)	107 (26.8)	52 (13.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	400 (100.0)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					รวม
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ สำคัญ	
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	183 (45.7)	119 (29.7)	57 (14.3)	25 (6.3)	16 (4.0)	400 (100.0)
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	158 (39.5)	137 (34.2)	70 (17.5)	22 (5.5)	13 (3.3)	400 (100.0)
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	155 (38.7)	126 (31.5)	85 (21.3)	19 (4.7)	15 (3.8)	400 (100.0)
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	153 (38.2)	132 (33.0)	87 (21.8)	15 (3.8)	13 (3.2)	400 (100.0)
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	103 (25.7)	144 (36.0)	118 (29.5)	22 (5.5)	13 (3.3)	400 (100.0)
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	95 (23.7)	151 (37.7)	117 (29.3)	26 (6.5)	11 (2.8)	400 (100.0)
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	214 (53.5)	120 (30.0)	53 (13.3)	11 (2.7)	2 (0.5)	400 (100.0)
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	162 (40.5)	144 (36.0)	78 (19.5)	12 (3.0)	4 (1.0)	400 (100.0)
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	192 (48.0)	143 (35.7)	51 (12.7)	9 (2.3)	5 (1.3)	400 (100.0)
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	123 (30.7)	141 (35.3)	99 (24.7)	30 (7.5)	7 (1.8)	400 (100.0)

ปัจจัยที่ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยเรียงตามลำดับ 11 อันดับคือ จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าธรรมเนียมรายปี วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร วิธีการชำระเงิน ส่วนลดพิเศษที่ได้รับจากการใช้บัตร ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด

ปัจจัยที่ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง การรับประกันความเสียหายของสินค้า จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร และรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต (ตารางที่ 23)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตร

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 79.8 และที่เคยเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 20.2 (ตารางที่ 24)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำแนกตามประเภทบัตรเครดิตที่ยกเลิก

จากการศึกษาพบว่า บัตรเครดิตที่ถูกยกเลิกโดยส่วนใหญ่เป็น วีซ่าการ์ด คิดเป็นร้อยละ 54.3 มาสเตอร์การ์ด คิดเป็นร้อยละ 21.2 และบัตรเครดิตประเภทอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.5 (ตารางที่ 25)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่ยกเลิก

จากการศึกษาพบว่า บัตรเครดิตที่ยกเลิกส่วนใหญ่เป็นของธนาคารซีทีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 11.1 ธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 9.9 ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 9.9 ธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ธนาคารกรุงศรีอยุธยาคิดเป็นร้อยละ 6.2 (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	4.13	0.80	สำคัญมาก
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	3.65	0.98	สำคัญมาก
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	4.60	0.65	สำคัญมากที่สุด
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	3.92	0.87	สำคัญมาก
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	3.83	0.92	สำคัญมาก
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	4.32	0.80	สำคัญมาก
รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต	3.24	0.96	สำคัญปานกลาง
วิธีการชำระเงิน	4.28	0.76	สำคัญมาก
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	4.50	0.92	สำคัญมาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด	4.10	1.12	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	4.42	0.79	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	4.07	1.10	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	4.01	1.04	สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	3.97	1.06	สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ	3.99	1.02	สำคัญมาก
วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง	3.75	1.00	สำคัญมาก
การรับประกันความเสียหายของสินค้า	3.73	0.98	สำคัญมาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	4.33	0.84	สำคัญมาก
รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ	4.12	0.89	สำคัญมาก
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	4.27	0.86	สำคัญมาก
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกชื่อของกำนัน	3.86	1.00	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	0.49	สำคัญมาก

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงประเภทบัตร
เครดิต

การเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	81	20.2
ไม่เคย	319	79.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบัตรเครดิตที่ยกเลิก

ประเภทบัตรเครดิต	จำนวน(คน)	ร้อยละ
วีซ่าการ์ด	44	54.3
มาสเตอร์การ์ด	22	21.2
อื่น ๆ 1/	15	18.5
รวม	81	100.0

หมายเหตุ 1/ ได้แก่ อเมริกัน เอ็กเพรส ไดเนอร์สคลับ และเจซีบีการ์ด

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่ยกเลิก

สถาบันผู้ออกบัตร	จำนวน (บัตร)	ร้อยละ
ธนาคารซีทีแบงก์	35	43.2
ธนาคารกสิกรไทย	8	9.9
ธนาคารกรุงเทพ	9	11.1
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	5	6.2
ธนาคารไทยพาณิชย์	8	9.9
ธนาคารกรุงไทย	7	8.6
อื่น ๆ 1/	9	11.1
รวม	81	100.0

หมายเหตุ 1/ ได้แก่ ธนาคารศรีนคร นครหลวงไทย เอชเอสบีซี และบริษัทไดเนอร์สคลับ จำกัด
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

จากการศึกษา พบว่าผู้ใช้บัตรเครดิตมีทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต ดังนี้

ทัศนคติต่อปัจจัยสภาพลักษณะและชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 35.8 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.0 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยจำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.2 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.8 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยจำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 24.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.1 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยบุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.9 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.6 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.8 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยวงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 34.6 และสำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.9 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยรูปลักษณะของบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 25.9 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.6 สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.9 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยวิธีการชำระเงิน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 32.1 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.0 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 19.8 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.3 และไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยยอดขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 25.9 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.8 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.2 และไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 29.6 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 7.4 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 38.3 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.7 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.2 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.0 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.0 ไม่มีความสำคัญเลย คิดเป็นร้อยละ 2.5 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อปัจจัยอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 30.9 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.2 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.8 และไม่มีความสำคัญเลย ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบการรับประกันความเสียหายของสินค้า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.2 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.1 และไม่มีความสำคัญเลย ร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 25.9 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.9 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบรายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 27.2 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 19.8 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 24.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.3 และสำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ทัศนคติต่อบัณฑิตจบการสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกชื่อของก้านัล ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมาคือ มีความสำคัญมาก คิดเป็นร้อยละ 24.7 สำคัญปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.5 สำคัญน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.9 และไม่มีความสำคัญเลยร้อยละ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

ระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีต่อบัณฑิตที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของภาพรวมในการพิจารณาบัณฑิตต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง นั่นคือให้ความสำคัญต่อบัณฑิตต่าง ๆ ที่ศึกษาในระดับมีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 27 ระดับความสำคัญด้านทัศนคติต่อการพิจารณาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					รวม
	สำคัญมาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่ สำคัญ	
ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ของสถาบันที่ออกบัตร	31 (38.3)	29 (35.8)	17 (21.0)	4 (4.9)	0 (0.0)	81 (100.0)
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้ง ของสถาบันที่ออกบัตร	22 (27.2)	30 (37.0)	19 (23.5)	8 (9.8)	2 (2.5)	81 (100.0)
จำนวนร้านค้าและ สถานบริการที่รับบัตร	51 (63.0)	20 (24.7)	9 (11.1)	1 (1.2)	0 (0.0)	81 (100.0)
บุคลิกภาพและ ความเป็นมิตรของพนักงาน	25 (30.9)	27 (33.3)	24 (29.6)	5 (6.2)	0 (0.0)	81 (100.0)
ระยะเวลาในการอนุมัติ ออกบัตร	19 (23.5)	32 (39.5)	25 (30.8)	3 (3.7)	2 (2.5)	81 (100.0)
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการ ใช้บัตร	32 (39.5)	28 (34.6)	21 (25.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	81 (100.0)
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	8 (9.9)	21 (25.9)	35 (43.2)	11 (13.6)	6 (7.4)	81 (100.0)
วิธีการชำระเงิน	40 (49.4)	26 (32.1)	13 (16.0)	2 (2.5)	0 (0.0)	81 (100.0)
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	50 (61.7)	16 (19.8)	14 (17.3)	0 (0.0)	1 (1.2)	81 (100.0)
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	36 (44.4)	21 (25.9)	16 (19.8)	5 (6.2)	3 (3.7)	81 (100.0)
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	50 (61.8)	24 (29.6)	6 (7.4)	1 (1.2)	0 (0.0)	81 (100.0)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					รวม
	สำคัญมาก ที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	ไม่ สำคัญ	
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	31 (38.3)	31 (38.3)	12 (14.7)	5 (6.2)	2 (2.5)	81 (100.0)
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	31 (38.3)	32 (39.5)	13 (16.0)	3 (3.7)	2 (2.5)	81 (100.0)
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	34 (42.0)	27 (33.3)	17 (21.0)	1 (1.2)	2 (2.5)	81 (100.0)
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	34 (42.0)	25 (30.9)	18 (22.2)	4 (4.9)	0 (0.0)	81 (100.0)
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	19 (23.5)	29 (35.8)	18 (22.2)	12 (14.8)	3 (3.7)	81 (100.0)
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	19 (23.5)	31 (38.3)	18 (22.2)	9 (11.1)	4 (4.9)	81 (100.0)
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	51 (63.0)	21 (25.9)	8 (9.9)	1 (1.2)	0 (0.0)	81 (100.0)
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	37 (45.6)	22 (27.2)	16 (19.8)	6 (7.4)	0 (0.0)	81 (100.0)
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	44 (54.3)	20 (24.7)	14 (17.3)	3 (3.7)	0 (0.0)	81 (100.0)
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	37 (45.7)	20 (24.7)	15 (18.5)	8 (9.9)	1 (1.2)	81 (100.0)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่ผู้ให้บริการเครดิตให้ความสำคัญในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยเรียงตามลำดับ 12 อันดับคือ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร วิธีการชำระเงิน วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร

ปัจจัยที่ผู้ให้บริการเครดิตให้ความสำคัญในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตรจำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร การรับประกันความเสียหายของสินค้า วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง และรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต (ตารางที่ 28)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้ให้บริการเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตแตกต่างกัน

เพศกับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของเพศชายและเพศหญิง (T-test for Equality of Means) ผลของการทดสอบ พบว่าทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	Mean	S.D.	ระดับทัศนคติ
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	4.07	0.89	สำคัญมาก
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	3.77	1.04	สำคัญมาก
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	4.49	0.74	สำคัญมาก
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	3.89	0.92	สำคัญมาก
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	3.78	0.93	สำคัญมาก
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	4.14	0.80	สำคัญมาก
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	3.17	1.03	สำคัญปานกลาง
วิธีการชำระเงิน	4.28	0.82	สำคัญมาก
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	4.41	0.86	สำคัญมาก
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด	4.01	1.11	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	4.52	0.69	สำคัญมากที่สุด
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	4.03	1.00	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	4.07	0.96	สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	4.11	0.95	สำคัญมาก
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ	4.10	0.92	สำคัญมาก
วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง	3.60	1.11	สำคัญมาก
การรับประกันความเสียหายของสินค้า	3.64	1.11	สำคัญมาก
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	4.51	0.73	สำคัญมากที่สุด
รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ	4.11	0.97	สำคัญมาก
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	4.30	0.89	สำคัญมาก
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกชื่อของกำนัล	4.04	1.08	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	0.48	สำคัญมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน สำหรับทัศนคติต่อปัจจัยเรื่องค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต การสะสมคะแนน เพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่าเพศหญิง จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้มากกว่าเพศชาย สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 29)

อายุกับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละช่วงอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละช่วงอายุแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติ คือการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบ พบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละช่วงอายุ มีความแตกต่างกันสำหรับทัศนคติต่อปัจจัยเรื่องการสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า ช่วงอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยการสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัลมากกว่าช่วงอายุที่ต่ำกว่า สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละช่วงอายุมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 30)

ระดับการศึกษากับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับการศึกษาแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัณฑิตต่อการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการเครดิต	ชาย		หญิง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ของสถาบันที่ออกบัตร	4.1412	0.8448	4.1174	0.7645	0.294	0.769
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้ง ของสถาบันที่ออกบัตร	3.6353	0.9402	3.6652	1.0092	0.302	0.763
จำนวนร้านค้าและสถานบริการ ที่รับบัตร	4.5882	0.6931	4.6087	0.6227	-0.310	0.757
บุคลิกภาพและความเป็นมิตร ของพนักงาน	3.8588	0.9056	3.9609	0.8428	-1.160	0.247
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	3.7824	0.9698	3.8609	0.8755	-0.841	0.398
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	4.3176	0.8595	4.3174	0.7530	0.003	0.997
รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต	3.2588	1.0106	3.2261	0.9210	0.337	0.736
วิธีการชำระเงิน	4.2412	0.8035	4.3087	0.7331	-0.874	0.383
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	4.4235	0.9956	4.5652	0.8527	-1.529	0.127
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	4.0882	1.1401	4.1043	1.1166	-0.141	0.888
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	4.3882	0.8154	4.4478	0.7731	-0.744	0.457
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	4.0588	1.0531	4.0783	1.1342	-0.175	0.861
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	3.8824	1.0649	4.1087	1.0158	-2.158	0.032*
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	3.8529	1.0695	4.0522	1.0519	-1.859	0.064
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	3.8941	1.0150	4.0652	1.0238	-1.658	0.098
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	3.7118	1.0172	3.7870	0.9947	-0.740	0.460

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	ชาย		หญิง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	3.6765	0.9947	3.7739	0.9762	-0.979	0.328
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี	4.2412	0.8535	4.4000	0.8338	-1.864	0.063
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	3.9941	0.8937	4.2130	0.8830	-2.439	0.015
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	4.1412	0.8858	4.3652	0.8289	-2.595	0.010
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือ แลกชื่อของกำนัล	3.6529	1.0104	4.0087	0.9621	-3.578	0.000

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบ พบว่า ทศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันสำหรับทศนคติต่อปัจจัยเรื่องภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร รูปลักษณ์ของบัตร เครดิต ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด และค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าพบว่า ระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวน้อยกว่าระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีลงไป สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละระดับการศึกษามีทศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 31)

อาชีพกับทศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละอาชีพไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	6.203	1.241	1.969	0.082
	ภายในกลุ่ม	394	248.294	0.630		
	รวม	399	254.498			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	9.374	1.875	1.979	0.081
	ภายในกลุ่ม	394	373.323	0.948		
	รวม	399	382.697			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	.2758	0.552	1.300	0.263
	ภายในกลุ่ม	394	167.242	0.424		
	รวม	399	170.000			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.161	0.632	0.833	0.527
	ภายในกลุ่ม	394	299.117	0.759		
	รวม	399	302.277			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	4.770	0.954	1.138	0.340
	ภายในกลุ่ม	394	330.327	0.838		
	รวม	399	335.098			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.057	0.411	0.642	0.668
	ภายในกลุ่ม	394	252.620	0.641		
	รวม	399	254.677			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	1.644	0.329	0.355	0.879
	ภายในกลุ่ม	394	365.316	0.927		
	รวม	399	366.960			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.108	0.622	1.067	0.378
	ภายในกลุ่ม	394	229.532	0.583		
	รวม	399	232.640			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	3.512	0.702	0.832	0.527
	ภายในกลุ่ม	394	332.478	0.844		
	รวม	399	335.990			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	0.860	0.172	0.134	0.984
	ภายในกลุ่ม	394	504.338	1.280		
	รวม	399	505.197			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	4.745	0.949	1.527	0.180
	ภายในกลุ่ม	394	244.852	0.621		
	รวม	399	249.597			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	4.060	0.812	0.669	0.647
	ภายในกลุ่ม	394	477.980	1.213		
	รวม	399	482.040			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	3.467	0.693	0.636	0.672
	ภายในกลุ่ม	394	429.470	1.090		
	รวม	399	432.937			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	0.7544	1.509	1.342	0.246
	ภายในกลุ่ม	394	443.033	1.124		
	รวม	399	450.577			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	5	6.717	1.343	1.290	0.267
	ภายในกลุ่ม	394	410.260	1.041		
	รวม	399	416.977			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	4.993	0.999	0.991	0.423
	ภายในกลุ่ม	394	396.997	1.008		
	รวม	399	401.990			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
การรับประกันความเสียหายของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	9.518	1.904	1.990	0.079
	ภายในกลุ่ม	394	376.860	0.956		
	รวม	399	386.378			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	3.498	0.700	0.980	0.430
	ภายในกลุ่ม	394	281.279	0.714		
	รวม	399	284.778			
รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.996	0.799	1.002	0.416
	ภายในกลุ่ม	394	314.244	0.798		
	รวม	399	318.240			
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.098	0.620	0.837	0.524
	ภายในกลุ่ม	394	291.742	0.740		
	รวม	399	294.840			
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	13.241	2.648	2.720	0.020 [*]
	ภายในกลุ่ม	394	383.637	0.974		
	รวม	399	396.878			

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละอาชีพแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบ พบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละอาชีพ มีความแตกต่างกันสำหรับทัศนคติต่อปัจจัยเรื่องจำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันผู้ออกบัตร ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยนี้น้อยกว่าผู้ที่รับราชการหรือผู้ที่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับ

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	6.437	3.218	5.151	0.006 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	248.061	0.625		
	รวม	399	254.497			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	10.809	5.404	5.769	0.003 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	371.889	0.937		
	รวม	399	382.697			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	.357	0.179	0.418	0.659
	ภายในกลุ่ม	397	169.643	0.427		
	รวม	399	170.000			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	7.892	3.946	5.321	0.005 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	294.386	0.742		
	รวม	399	302.278			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	3.346	1.673	2.002	0.136
	ภายในกลุ่ม	397	331.752	0.836		
	รวม	399	335.097			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	5.452	2.726	4.342	0.014 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	249.225	0.628		
	รวม	399	254.678			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	2	7.012	3.506	3.867	0.022 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	359.948	0.907		
	รวม	399	366.960			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.701	0.850	1.462	0.233
	ภายในกลุ่ม	397	230.939	0.582		
	รวม	399	232.640			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	2	6.243	3.122	3.758	0.024 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	329.747	0.831		
	รวม	399	335.990			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	2	21.605	10.803	8.868	0.000 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	483.592	1.218		
	รวม	399	505.197			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	2	5.394	2.697	4.385	0.013 [*]
	ภายในกลุ่ม	397	244.203	0.615		
	รวม	399	249.598			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	2	4.809	2.404	2.000	0.137
	ภายในกลุ่ม	397	477.231	1.202		
	รวม	399	482.040			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	2	5.094	2.547	2.363	0.095
	ภายในกลุ่ม	397	427.844	1.078		
	รวม	399	432.937			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	4.866	2.433	2.167	0.116
	ภายในกลุ่ม	397	445.712	1.123		
	รวม	399	450.578			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.940	1.470	1.410	0.245
	ภายในกลุ่ม	397	414.037	1.043		
	รวม	399	416.978			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	2	4.898	2.449	2.448	0.088
	ภายในกลุ่ม	397	397.092	1.000		
	รวม	399	401.990			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	.097	0.048	0.065	0.937
	ภายในกลุ่ม	397	294.743	0.742		
	รวม	399	294.840			
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	2	.366	0.183	0.183	0.833
	ภายในกลุ่ม	397	396.512	0.999		
	รวม	399	396.878			

สมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละอาชีพทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 32)

ระดับรายได้กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้แตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบพบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้ มีความแตกต่างกันสำหรับทัศนคติต่อปัจจัยเรื่อง บุคลิกภาพ และความเป็นมิตรของพนักงาน รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต และอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าพบว่า กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเหล่านี้ต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละระดับรายได้มีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 33)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการเครดิต จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	4.713	0.943	1.487	0.193
	ภายในกลุ่ม	394	249.784	0.634		
	รวม	399	254.497			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	20.149	4.030	4.379	0.001*
	ภายในกลุ่ม	394	362.549	0.920		
	รวม	399	382.697			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.986	0.197	0.460	0.806
	ภายในกลุ่ม	394	169.014	0.429		
	รวม	399	170.000			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.989	0.798	1.054	0.386
	ภายในกลุ่ม	394	298.288	0.757		
	รวม	399	302.278			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	6.668	1.334	1.600	0.159
	ภายในกลุ่ม	394	328.429	0.834		
	รวม	399	335.098			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	6.981	1.396	2.221	0.052
	ภายในกลุ่ม	394	247.696	0.629		
	รวม	399	254.678			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	3.993	0.799	0.867	0.503
	ภายในกลุ่ม	394	362.967	0.921		
	รวม	399	366.960			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	5.434	1.087	1.885	0.096
	ภายในกลุ่ม	394	227.206	0.577		
	รวม	399	232.604			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	6.741	1.348	1.613	0.155
	ภายในกลุ่ม	394	329.249	0.836		
	รวม	399	335.990			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	12.380	2.476	1.980	0.081
	ภายในกลุ่ม	394	492.817	1.251		
	รวม	399	505.197			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	1.122	0.224	0.356	0.878
	ภายในกลุ่ม	394	248.475	0.631		
	รวม	399	249.597			
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.348	0.470	0.386	0.859
	ภายในกลุ่ม	394	479.692	1.217		
	รวม	399	482.040			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	1.673	0.335	0.306	0.909
	ภายในกลุ่ม	394	431.264	1.095		
	รวม	399	432.937			
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.029	-0.606	0.533	0.751
	ภายในกลุ่ม	394	447.548	1.136		
	รวม	399	450.578			
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.071	0.414	0.393	0.853
	ภายในกลุ่ม	394	414.907	1.053		
	รวม	399	416.978			
วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	2.840	0.568	0.561	0.730
	ภายในกลุ่ม	394	399.150	1.013		
	รวม	399	401.990			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	3.987	0.797	0.822	0.535
	ภายในกลุ่ม	394	382.391	0.971		
	รวม	399	386.377			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	4.826	0.965	1.358	0.239
	ภายในกลุ่ม	394	279.952	0.711		
	รวม	399	284.778			
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.419	0.484	0.604	0.697
	ภายในกลุ่ม	394	315.821	0.802		
	รวม	399	318.240			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.150	0.230	0.309	0.908
	ภายในกลุ่ม	394	293.690	0.745		
	รวม	399	294.840			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	7.996	1.599	1.620	0.154
	ภายในกลุ่ม	394	388.882	0.987		
	รวม	399	396.877			

**การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติ
ของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต**

การทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิตแตกต่างกัน

เพศกับทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	0.664	0.133	0.206	0.960
	ภายในกลุ่ม	394	253.834	0.644		
	รวม	399	254.497			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.373	0.475	1.116	0.351
	ภายในกลุ่ม	394	167.627	0.425		
	รวม	399	170.000			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	9.499	1.900	2.557	0.027*
	ภายในกลุ่ม	394	292.778	0.743		
	รวม	399	302.278			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	4.117	0.823	0.980	0.430
	ภายในกลุ่ม	394	330.980	0.840		
	รวม	399	335.098			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.723	0.545	0.851	0.514
	ภายในกลุ่ม	394	251.955	0.639		
	รวม	399	254.677			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	18.012	3.602	4.067	0.001**
	ภายในกลุ่ม	394	348.948	0.886		
	รวม	399	366.960			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	4.530	0.906	1.565	0.169
	ภายในกลุ่ม	394	228.110	0.579		
	รวม	399	232.640			
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	1.308	0.262	0.308	0.908
	ภายในกลุ่ม	394	334.682	0.849		
	รวม	399	335.990			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	12.887	2.577	2.063	0.069
	ภายในกลุ่ม	394	492.310	1.250		
	รวม	399	505.198			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	4.551	0.910	1.464	0.201
	ภายในกลุ่ม	394	245.046	0.622		
	รวม	399	249.597			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	13.076	2.615	2.197	0.054
	ภายในกลุ่ม	394	468.964	1.190		
	รวม	399	482.040			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	7.950	1.590	1.474	0.197
	ภายในกลุ่ม	394	424.988	1.079		
	รวม	399	432.937			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	11.552	2.310	2.073	0.068
	ภายในกลุ่ม	394	439.026	1.114		
	รวม	399	450.578			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	5	12.573	2.515	2.450	0.033
	ภายในกลุ่ม	394	404.405	1.026		
	รวม	399	416.977			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	2.041	0.408	0.402	0.847
	ภายในกลุ่ม	394	399.949	1.015		
	รวม	399	401.990			
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	1.724	0.345	0.353	0.880
	ภายในกลุ่ม	394	384.654	0.976		
	รวม	399	386.377			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เลือกใช้บัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	1.699	0.340	0.473	0.796
	ภายในกลุ่ม	394	283.078	0.718		
	รวม	399	284.778			
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.573	0.715	0.895	0.485
	ภายในกลุ่ม	394	314.667	0.799		
	รวม	399	318.240			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.131	0.626	0.846	0.518
	ภายในกลุ่ม	394	291.709	0.740		
	รวม	399	294.840			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	2.918	0.584	0.584	0.713
	ภายในกลุ่ม	394	393.960	1.000		
	รวม	399	396.877			

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของเพศชายและเพศหญิง (T-test for Equality of Means) ผลของการทดสอบพบว่า ค่าสถิติทดสอบของทุกปัจจัยมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ เพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อบัญชีที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อบัณฑิตในการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตจำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	ชาย		หญิง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
ภาพลักษณ์และชื่อเสียง ของสถาบันที่ออกบัตร	4.1818	0.8823	4.0000	0.8992	0.901	0.370
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้ง ของสถาบันที่ออกบัตร	3.9091	1.0113	3.6667	1.0586	1.031	0.306
จำนวนร้านค้าและสถานบริการ ที่รับบัตร	4.4848	0.7550	4.5000	0.7438	-0.090	0.929
บุคลิกภาพและความเป็นมิตร ของพนักงาน	3.9394	0.9981	3.8542	0.8749	0.407	0.685
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	3.8182	1.0141	3.7500	0.8873	0.321	0.749
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	4.1515	0.7953	4.1250	0.8154	0.145	0.885
รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต	3.3939	1.1163	3.0208	0.9563	1.611	0.111
วิธีการชำระเงิน	4.2121	0.9604	4.3333	0.7244	-0.647	0.519
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	4.3636	0.8223	4.4375	0.8970	-0.377	0.708
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	4.1212	0.8929	3.9375	1.2447	0.728	0.469
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	4.3939	0.7044	4.6042	0.6760	-1.352	0.180
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	4.2121	0.7398	3.9167	1.1455	1.305	0.196
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	4.0606	0.8638	4.0833	1.0280	-0.104	0.917
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย	4.1212	0.9604	4.1042	0.9507	0.079	0.937
เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	4.1212	0.8929	4.0833	0.9416	0.182	0.856

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	ชาย		หญิง		T	นัยสำคัญ Sig.
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	3.5455	1.3250	3.6458	0.9563	-0.396	0.693
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	3.6364	1.2454	3.6458	1.0208	-0.037	0.970
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี	4.4848	0.7550	4.5208	0.7143	-0.218	0.828
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	4.1212	0.9273	4.1042	1.0156	0.077	0.939
ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร	4.2727	0.8394	4.3125	0.9261	-0.197	0.844
การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือ แลกชื่อของกำนัล	3.8788	1.1390	4.1458	1.0312	-1.097	0.276

อายุกับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของแต่ละช่วงอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของแต่ละช่วงอายุแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

เมื่อพิจารณาโดยใช้วิธีทางสถิติคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way Anova) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบพบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละช่วงอายุ มีความแตกต่างกันสำหรับทัศนคติต่อปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่ากลุ่มที่มีอายุ 20-25 ปี ให้ความสำคัญต่อเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขน้อยกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละช่วงอายุมีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตจำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.119	0.624	0.774	0.571
	ภายในกลุ่ม	75	60.437	0.806		
	รวม	80	63.556			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	5.161	1.032	0.951	0.453
	ภายในกลุ่ม	75	81.382	1.085		
	รวม	80	86.543			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.940	0.388	0.688	0.634
	ภายในกลุ่ม	75	42.307	0.564		
	รวม	80	44.247			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.520	0.704	0.819	0.540
	ภายในกลุ่ม	75	64.480	0.860		
	รวม	80	68.000			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	4.372	0.874	0.999	0.424
	ภายในกลุ่ม	75	65.628	0.875		
	รวม	80	70.000			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.655	0.531	0.815	0.543
	ภายในกลุ่ม	75	48.851	0.651		
	รวม	80	51.506			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	1.824	0.365	0.327	0.895
	ภายในกลุ่ม	75	83.756	1.117		
	รวม	80	85.580			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.642	0.528	0.765	0.578
	ภายในกลุ่ม	75	51.827	0.691		
	รวม	80	54.469			
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.380	0.476	0.624	0.682
	ภายในกลุ่ม	75	57.176	0.762		
	รวม	80	59.556			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	1.927	0.385	0.298	0.913
	ภายในกลุ่ม	75	97.060	1.294		
	รวม	80	98.988			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	2.519	0.504	1.058	0.390
	ภายในกลุ่ม	75	35.703	0.476		
	รวม	80	38.222			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	1.831	0.366	0.347	0.882
	ภายในกลุ่ม	75	79.057	1.054		
	รวม	80	80.889			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	4.762	0.952	1.038	0.402
	ภายในกลุ่ม	75	68.794	0.917		
	รวม	80	73.556			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	10.143	2.029	2.460	0.041
	ภายในกลุ่ม	75	61.857	0.825		
	รวม	80	72.000			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	5	8.040	1.608	2.038	0.083
	ภายในกลุ่ม	75	59.169	0.789		
	รวม	80	67.210			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	3.084	0.617	0.480	0.790
	ภายในกลุ่ม	75	96.274	1.284		
	รวม	80	99.358			
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	2.976	0.595	0.467	0.800
	ภายในกลุ่ม	75	95.641	1.275		
	รวม	80	98.617			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	1.877	0.375	0.697	0.627
	ภายในกลุ่ม	75	40.370	0.538		
	รวม	80	42.247			
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	7.123	1.425	1.551	0.184
	ภายในกลุ่ม	75	68.877	.918		
	รวม	80	76.000			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.214	0.643	0.808	0.548
	ภายในกลุ่ม	75	59.675	0.796		
	รวม	80	62.889			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	7.083	1.417	1.238	0.300
	ภายในกลุ่ม	75	85.806	1.144		
	รวม	80	92.889			

ระดับการศึกษากับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของแต่ละระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต
ของแต่ละระดับการศึกษาแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบพบว่า ทักษะติดต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันสำหรับทักษะติดต่อปัจจัยเรื่องรูปลักษณะของบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และวงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยจากข้อมูลค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อรูปลักษณะของบัตรเครดิตน้อยกว่าระดับอื่น ๆ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปีต่ำกว่าระดับอื่น ๆ แต่ให้ความสำคัญต่อวงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทางมากกว่าระดับอื่น ๆ สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือนั้นมีค่าสถิติทดสอบมากกว่าค่านัยสำคัญ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_0 กล่าวคือ ในแต่ละระดับการศึกษามีทักษะติดต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบระดับทักษะติดต่อปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.107	0.054	0.066	0.936
	ภายในกลุ่ม	78	63.448	0.813		
	รวม	80	63.556			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.982	0.491	0.448	0.641
	ภายในกลุ่ม	78	85.561	1.097		
	รวม	80	86.543			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.511	0.755	1.379	0.258
	ภายในกลุ่ม	78	42.736	0.548		
	รวม	80	44.247			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.291	0.145	0.168	0.846
	ภายในกลุ่ม	78	67.709	0.868		
	รวม	80	68.000			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ระยะเวลาในการอนุมัติ ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	2.281	1.141	1.314	0.275
	ภายในกลุ่ม	78	67.719	0.868		
	รวม	80	70.000			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	2	0.789	0.395	0.607	0.548
	ภายในกลุ่ม	78	50.717	0.650		
	รวม	80	51.506			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	2	6.599	3.300	3.259	0.044*
	ภายในกลุ่ม	78	78.981	1.013		
	รวม	80	85.580			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.298	0.149	0.214	0.808
	ภายในกลุ่ม	78	54.171	0.695		
	รวม	80	54.469			
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	2	0.084	0.042	0.055	0.947
	ภายในกลุ่ม	78	59.472	0.762		
	รวม	80	59.556			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	2	3.043	1.521	1.237	0.296
	ภายในกลุ่ม	78	95.945	1.230		
	รวม	80	98.988			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	2	2.849	1.425	3.141	0.049*
	ภายในกลุ่ม	78	35.373	0.454		
	รวม	80	38.222			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	2	1.813	0.907	0.894	0.413
	ภายในกลุ่ม	78	79.075	1.014		
	รวม	80	80.889			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	2	0.563	0.282	0.301	0.741

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
	ภายในกลุ่ม	78	72.992	0.936		
	รวม	80	73.556			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.533	0.767	0.848	0.432
เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ภายในกลุ่ม	78	70.467	0.903		
	รวม	80	72.000			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.243	0.624	0.735	0.483
เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ภายในกลุ่ม	78	65.967	0.846		
	รวม	80	67.210			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ	ระหว่างกลุ่ม	2	9.485	4.742	4.116	0.020
ในการเดินทาง	ภายในกลุ่ม	78	89.873	1.152		
	รวม	80	99.358			
การรับประกันความเสียหาย	ระหว่างกลุ่ม	2	6.881	3.441	2.925	0.060
ของสินค้า	ภายในกลุ่ม	78	91.736	1.176		
	รวม	80	98.617			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก	ระหว่างกลุ่ม	2	0.289	0.145	0.269	0.772
เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ภายในกลุ่ม	78	41.958	0.538		
	รวม	80	42.247			
รายการสมนาคุณหรือ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.503	0.252	0.260	0.772
สิทธิประโยชน์พิเศษ	ภายในกลุ่ม	78	75.497	0.968		
	รวม	80	76.000			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.473	0.237	0.296	0.745
ใช้บัตร	ภายในกลุ่ม	78	62.415	0.800		
	รวม	80	62.889			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก	ระหว่างกลุ่ม	2	1.941	0.970	0.832	0.439
หรือแลกซื้อของกำนัล	ภายในกลุ่ม	78	90.948	1.166		
	รวม	80	92.889			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับนักเรียนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพกับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละอาชีพไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละอาชีพแตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบพบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละอาชีพ มีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 37)

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.320	0.664	0.827	0.535
	ภายในกลุ่ม	75	60.236	0.803		
	รวม	80	63.556			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	4.927	0.985	0.906	0.482
	ภายในกลุ่ม	75	81.616	1.088		
	รวม	80	86.543			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.250	0.250	0.436	0.822
	ภายในกลุ่ม	75	42.996	0.573		
	รวม	80	44.247			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.408	0.482	0.551	0.737
	ภายในกลุ่ม	75	65.592	0.875		
	รวม	80	68.000			
ระยะเวลาในการอนุมัติ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.335	0.467	0.518	0.762

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ออกบัตร	ภายในกลุ่ม	75	67.665	0.902		
	รวม	80	70.000			
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.446	0.489	0.748	0.590
	ภายในกลุ่ม	75	49.060	0.654		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	5.732	1.146	1.597	0.171
	ภายในกลุ่ม	75	53.824	0.718		
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	5.732	1.146	1.597	0.171
	ภายในกลุ่ม	75	53.824	0.718		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	6.864	1.373	1.118	0.358
	ภายในกลุ่ม	75	92.123	1.228		
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	6.864	1.373	1.118	0.358
	ภายในกลุ่ม	75	92.123	1.228		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	1.754	0.351	0.721	0.609
	ภายในกลุ่ม	75	36.468	0.486		
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	1.754	0.351	0.721	0.609
	ภายในกลุ่ม	75	36.468	0.486		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	10.766	2.153	2.303	0.053
	ภายในกลุ่ม	75	70.123	.935		
ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	10.766	2.153	2.303	0.053
	ภายในกลุ่ม	75	70.123	.935		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	4.746	0.949	1.035	0.404
	ภายในกลุ่ม	75	68.810	0.917		
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	4.746	0.949	1.035	0.404
	ภายในกลุ่ม	75	68.810	0.917		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	7.658	1.532	1.785	0.126
	ภายในกลุ่ม	75	64.342	0.858		
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	7.658	1.532	1.785	0.126
	ภายในกลุ่ม	75	64.342	0.858		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	4.851	0.970	1.167	0.333
	ภายในกลุ่ม	75	62.359	0.831		
อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.851	0.970	1.167	0.333
	ภายในกลุ่ม	75	62.359	0.831		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
	รวม	80	67.210			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	4.643	0.929	0.735	0.599
	ภายในกลุ่ม	75	94.715	1.263		
	รวม	80	99.358			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	4.608	0.922	0.854	0.516
	ภายในกลุ่ม	75	80.972	1.080		
	รวม	80	85.580			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	5.103	1.021	1.551	0.185
	ภายในกลุ่ม	75	49.366	0.658		
	รวม	80	54.469			
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	9.790	1.958	1.653	0.156
	ภายในกลุ่ม	75	88.827	1.184		
	รวม	80	98.617			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	3.500	0.700	1.355	0.251
	ภายในกลุ่ม	75	38.746	0.157		
	รวม	80	42.247			
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.190	0.838	0.875	0.502
	ภายในกลุ่ม	75	71.810	0.957		
	รวม	80	76.000			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.023	0.205	0.248	0.940
	ภายในกลุ่ม	75	61.866	0.825		
	รวม	80	62.889			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	1.903	0.381	0.314	0.903
	ภายในกลุ่ม	75	90.986	1.213		
	รวม	80	92.889			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

H_0 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับของทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้แตกต่างกัน

กำหนดค่านัยสำคัญ = 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน ผลของการทดสอบ พบว่า ทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตของแต่ละระดับรายได้ มีทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 38)

ตารางที่ 38 เปรียบเทียบระดับทัศนคติต่อปัจจัยการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	1.454	0.291	0.351	0.880
	ภายในกลุ่ม	75	62.101	0.828		
	รวม	80	63.556			
จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันที่ออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.721	0.544	0.487	0.785
	ภายในกลุ่ม	75	83.822	1.118		
	รวม	80	86.543			
จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.320	0.464	0.830	0.532
	ภายในกลุ่ม	75	41.927	0.559		
	รวม	80	44.247			
บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	1.582	0.316	0.357	0.876
	ภายในกลุ่ม	75	66.418	0.886		
	รวม	80	68.000			
ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	3.931	0.786	0.893	0.491
	ภายในกลุ่ม	75	66.069	0.881		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
	รวม	80	70.000	0.881		
วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.913	0.583	0.899	0.486
	ภายในกลุ่ม	75	48.593	0.648		
	รวม	80	51.506			
รูปลักษณะของบัตรเครดิต	ระหว่างกลุ่ม	5	7.487	1.497	1.438	0.220
	ภายในกลุ่ม	75	78.093	1.041		
	รวม	80	85.580			
วิธีการชำระเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.598	0.520	0.751	0.588
	ภายในกลุ่ม	75	51.871	0.692		
	รวม	80	54.469			
ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย สูงสุด	ระหว่างกลุ่ม	5	.827	0.165	0.211	0.957
	ภายในกลุ่ม	75	58.729	0.783		
	รวม	80	59.556			
ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระ ในแต่ละงวด	ระหว่างกลุ่ม	5	2.838	0.568	0.443	0.817
	ภายในกลุ่ม	75	96.149	1.282		
	รวม	80	98.988			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	4.285	0.857	1.894	0.105
	ภายในกลุ่ม	75	33.937	0.452		
	รวม	80	38.222			
ค่าธรรมเนียมในการเบิก เงินสด	ระหว่างกลุ่ม	5	5.929	1.186	1.186	0.324
	ภายในกลุ่ม	75	74.960	0.999		
	รวม	80	80.889			
ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า	ระหว่างกลุ่ม	5	.442	0.089	0.091	0.993
	ภายในกลุ่ม	75	73.113	0.975		
	รวม	80	73.556			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	นัยสำคัญ Sig.
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย	ระหว่างกลุ่ม	5	2.691	0.538	0.582	0.713
เมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน	ภายในกลุ่ม	75	69.309	0.924		
	รวม	80	72.000			
อัตราดอกเบี้ยที่เสีย	ระหว่างกลุ่ม	5	3.263	0.653	0.766	0.578
เมื่อมียอดคงค้างชำระ	ภายในกลุ่ม	75	63.946	0.853		
	รวม	80	67.210			
วงเงินประกันอุบัติเหตุ ในการเดินทาง	ระหว่างกลุ่ม	5	8.915	1.783	1.479	0.207
	ภายในกลุ่ม	75	90.443	1.206		
	รวม	80	99.358			
การรับประกันความเสียหาย ของสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	5	5.674	1.135	0.916	0.476
	ภายในกลุ่ม	75	92.943	1.239		
	รวม	80	98.617			
การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรก เข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ระหว่างกลุ่ม	5	1.554	0.311	0.573	0.721
	ภายในกลุ่ม	75	40.693	0.543		
	รวม	80	42.247			
รายการสมนาคุณหรือ สิทธิประโยชน์พิเศษ	ระหว่างกลุ่ม	5	6.278	1.256	1.351	0.253
	ภายในกลุ่ม	75	69.722	0.930		
	รวม	80	76.000			
ส่วนลดที่ได้รับจากการ ใช้บัตร	ระหว่างกลุ่ม	5	2.266	0.453	0.561	0.730
	ภายในกลุ่ม	75	60.623	0.808		
	รวม	80	62.889			
การสะสมคะแนนเพื่อแลก หรือแลกซื้อของกำนัล	ระหว่างกลุ่ม	5	4.217	.843	0.713	0.615
	ภายในกลุ่ม	75	88.672	1.182		
	รวม	80	92.889			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในปัจจุบันมีบัตรเครดิตต่างประเทศที่ให้บริการในประเทศไทย 5 ประเภทด้วยกันคือ วีซ่า การ์ด มาสเตอร์การ์ด โดเนอर्सคลับ อเมริกันเอ็กซ์เพรส โดยบัตรเครดิตทั้ง 5 ประเภทมีการให้บริการโดยสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตทั้งหมด 15 สถาบัน จากข้อมูลที่ศึกษาพบว่า ในปี 2539 จำนวนบัตรเครดิตรวมทั้งระบบมีจำนวน 1,972,000 บัตร เป็นบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดสูงสุดจำนวน 912,000 บัตร รองลงมาเป็นบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดจำนวน 365,000 บัตร มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมทั้งระบบในปี 2541 มีมูลค่าเท่ากับ 143.8 พันล้านบาทเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี 2540 มูลค่าเท่ากับ 149.4 พันล้านบาท โดยลดลงร้อยละ 3.74 ซึ่งมีผลมาจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และเมื่อแยกพิจารณาเฉพาะยอดค่าใช้จ่ายที่เป็นของคนไทยทั้งหมดในปี 2541 มีมูลค่าเท่ากับ 88.4 พันล้านบาทเมื่อเทียบกับปี 2540 มีมูลค่าเท่ากับ 111.2 พันล้านบาท คิดเป็นลดลงร้อยละ 13.96

ในส่วนของจำนวนร้านค้าในประเทศไทยที่รับชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการด้วยบัตรเครดิตสากล พบว่าจำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดมีจำนวนร้านมากที่สุดเป็นจำนวน 100,000 แห่งทั่วประเทศ รองลงมาเป็นจำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดจำนวน 80,000 แห่ง บัตรเครดิตเจซีบี จำนวน 35,000 แห่ง บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรสและบัตรเครดิตโดเนอर्सคลับ จำนวน 12,000 แห่ง

ลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิต

ลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับ 20,001 ถึง 30,000 บาท มีอายุอยู่ระหว่าง 26 – 35 ปี บัตรเครดิตที่ถือออกให้โดยธนาคารชาติที่แบงก์มากที่สุด และโดยส่วนใหญ่แล้วจะถือบัตรเครดิตเพียงใบเดียว

ทัศนคติของผู้ถือบัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

ผลการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญต่อบัญชีต่อไปนี้ เป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร เรียงตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรเครดิตที่ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ทัศนคติของผู้ถือบัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

ผู้ใช้บัตรเครดิตส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต บัตรเครดิตที่ถูกยกเลิกโดยผู้ใช้บัตรเครดิตเป็นบัตรเครดิตวีซ่าการ์ดสูงสุด ผลการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่เคยเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญต่อบัญชีต่อไปนี้ เป็น 5 อันดับแรก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร เรียงตามลำดับ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรเครดิตที่ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

ผลการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับทัศนคติต่อปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อบัญชี ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล แตกต่างกัน โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ส่วนทัศนคติต่อบัญชีอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามอายุของแต่ละกลุ่มอายุมีทัศนคติต่อบัญชี การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัลแตกต่างกัน ส่วนทัศนคติต่อบัญชีอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามระดับการศึกษาของแต่ละกลุ่มพบว่า มีทัศนคติต่อบัญชี ภาพพจน์และชื่อเสียงของสถาบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ในทางอื่น

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ออกบัตร วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระแต่ละงวด และค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี มีความแตกต่างกัน โดยระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญต่อบัณฑิตน้อยกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาอื่น ๆ ในการพิจารณาจำแนกตามอาชีพของแต่ละกลุ่มพบว่าทัศนคติต่อบัณฑิต จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติต่อบัณฑิตอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามระดับรายได้ของแต่ละกลุ่มพบว่าทัศนคติต่อบัณฑิต บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต และอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดค้างชำระ แตกต่างกัน

บัณฑิตร่วมบุคคลกับทัศนคติต่อบัณฑิตที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต

ผลการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตร่วมบุคคลคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับทัศนคติต่อบัณฑิตที่ใช้ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต พบว่าทัศนคติต่อบัณฑิตต่าง ๆ ของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามอายุของแต่ละกลุ่ม อายุมีทัศนคติต่อบัณฑิตเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงินแตกต่างกัน ส่วนทัศนคติต่อบัณฑิตอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามระดับการศึกษาของแต่ละกลุ่มพบว่าทัศนคติต่อบัณฑิต รูปลักษณ์บัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และวงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง มีความแตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามอาชีพของแต่ละกลุ่มพบว่าทัศนคติต่อบัณฑิตต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ในการพิจารณาจำแนกตามระดับรายได้ของแต่ละกลุ่มพบว่าทัศนคติต่อบัณฑิตต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต

จากผลของการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรเครดิตให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้าน จำนวนร้านค้า และสถานบริการที่รับบัตร ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี วงเงินอนุมัติในการใช้จ่ายผ่านบัตร และส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตรเครดิต ดังนั้นสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจึงควรมีการใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. เพิ่มจำนวนร้านค้าสมาชิกที่รับบัตรและให้ส่วนลดในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของสมาชิกผู้ถือบัตร โดยการชักจูงให้ร้านค้า หรือสถานบริการที่มีชื่อเสียงเข้าเป็นร้านค้าสมาชิกในการรับชำระผ่านบัตรของสถาบันผู้ออกบัตร พร้อมทั้งร่วมมือกับร้านค้าหรือสถานบริการในการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการผ่านบัตรเครดิต ซึ่งอาจจะมีการจัดให้ส่วนลดในแต่ละช่วงเทศกาลที่สำคัญต่าง ๆ

2. การให้ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด ควรมีการพิจารณาให้ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยแก่สมาชิกผู้ถือบัตรอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับสถาบันอื่น ๆ ได้หรืออาจจะให้ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยที่สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการพิจารณาของสถาบัน

3. การอนุมัติวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตร ควรมีการพิจารณาในการอนุมัติวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรให้แก่สมาชิกในจำนวนที่สูงกว่าสถาบันอื่น ๆ แต่ต้องมีการพิจารณาด้วยความรอบคอบในการอนุมัติวงเงินที่สูง เพราะอาจเป็นสาเหตุให้เกิดความเสียหายต่อสถาบันผู้ออกบัตรได้ถ้าหากสมาชิกไม่สามารถชำระหนี้สินได้ หรือสถาบันผู้ออกบัตรอาจจะใช้กลยุทธ์ในการเพิ่มวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรให้แก่สมาชิกที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรมาแล้วช่วงระยะเวลาหนึ่งตามที่กำหนด และมีการพิจารณาพฤติกรรมในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ประกอบการตัดสินใจในการอนุมัติเพิ่มวงเงินให้แก่สมาชิกเฉพาะรายที่มีประวัติดีเท่านั้น ซึ่งวิธีการนี้ถือว่าได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่ายคือ สมาชิกผู้ถือบัตรได้รับวงเงินในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ส่วนสถาบันผู้ออกบัตรก็จะมีปัญหาหนี้เสียเพราะสมาชิกผู้ถือบัตรพยายามรักษาประวัติของการใช้จ่ายและการชำระเงิน

4. การคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี เพื่อเป็นการจูงใจให้บุคคลทั่วไปมาสมัครเป็นสมาชิกผู้ถือบัตรของสถาบันผู้ออกบัตร ควรมีการใช้กลยุทธ์ทางด้านค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี เช่น การลดค่าธรรมเนียม หรือการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการสมัครเป็นสมาชิกในปีแรก นอกจากการลดค่าธรรมเนียมหรือยกเว้นค่าธรรมเนียมแล้ว เมื่อมีการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อนุมัติวงเงินให้แก่สมาชิกรายใหม่ควรมีของสมาคมนักหรือของก้านัดแก่สมาชิกใหม่ด้วย เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจให้เข้ามาสมัครเป็นสมาชิกมากขึ้น

5. สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตควรมุ่งเน้นให้บริการและดูแลลูกค้าชั้นดีที่ใช้บริการบัตรเครดิตของสถาบันเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปใช้บัตรเครดิตของสถาบันอื่น โดยการมอบของสมาคมนักพิเศษ การสะสมคะแนนเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตร การให้คะแนนพิเศษหรือมอบของก้านัดเมื่อครบรอบวันเกิดของสมาชิกผู้ถือบัตร เป็นต้น เพราะการรักษาลูกค้าชั้นดีให้ยังคงใช้บริการของสถาบันมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการหาสมาชิกรายใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าทั่วไป

ร้านค้าหรือสถานบริการ ควรเปิดบริการให้ลูกค้าสามารถชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านบัตรเครดิตได้ เพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าหรือบริการ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า สมาชิกผู้ถือบัตรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อจำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตร มากที่สุด โดยที่ร้านค้าต้องพิจารณาถึงเครือข่ายเดิมของแต่ละสถาบันและโอกาสในการขยายตัวในอนาคตของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต พร้อมทั้งพิจารณาถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ทางสถาบันผู้ออกบัตรเรียกเก็บจากร้านค้าสมาชิกประกอบการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. การศึกษารั้งต่อไป อาจจะศึกษาถึง การเปรียบเทียบหรือการเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้หรือเปลี่ยนแปลงบัตรเครดิต เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในแต่ละปัจจัยแยกจากกันไม่ได้จัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย
2. การศึกษารั้งต่อไป อาจจะศึกษาถึง ทศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีต่อสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตในสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตที่สนใจ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของผู้ใช้บัตรเครดิต
3. การศึกษารั้งต่อไป อาจจะศึกษาถึง ทศนคติของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บัตรเครดิตหรือผู้ที่ยังมีคุณสมบัติไม่ครบตามหลักเกณฑ์เช่นอายุไม่ถึงเกณฑ์หรือรายได้ต่อเดือนน้อยกว่ารายได้ขั้นต่ำที่กำหนด แต่ในอนาคตอันใกล้บุคคลเหล่านี้ก็จะมีคุณสมบัติในการถือบัตรเครดิต เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การศึกษาครั้งต่อไป อาจจะศึกษาถึง ทักษะของผู้ใช้บัตรเครดิตต่อการตัดสินใจเลือก
ใช้บัตรเครดิตภายในประเทศ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีของบัตรต่างประเทศ
เท่านั้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กฤติมา ฝไทพฤกษ์. 2539. คนไทยกับบัตรเครดิต ความสะดวกสบายหรือความฟุ่มเฟือย.
- กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิตติพันธ์ เตชะภาสกรนันท์. 2538. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายผ่านบัตร
เครดิต. กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิตติศักดิ์ ตีระพิมลจันทร์. 2541. การศึกษาพฤติกรรมการใช้ผ่านบัตรเครดิตของผู้ถือบัตร
เครดิตธนาคารกสิกรไทย. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2542ก. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร.
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2542ข. การวิเคราะห์สถิติ:สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณิรัตน์ แวมณีวรรณ. 2539. พฤติกรรมในการบริโภคและการออมของผู้ถือบัตรเครดิต
กรณีศึกษา พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. 2540 สถิติเพื่อนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2541. จำนวนบัตรเครดิตและมูลค่าการใช้จ่าย. กรุงเทพฯ:
<http://www.bot.or.th>

นายแบงค์(บาท). 2539. เทคนิคการใช้บัตรเครดิตและATM อย่างชาญฉลาด(พิมพ์ครั้งที่2).
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.

นิรนาม. 2541. "บัตรเครดิตหยุดโตล้างบ้านเป็นงานหลัก". การเงินการธนาคาร.(เมษายน 2541):
น.40-42.

_____. 2542. ทำเนียบบัตรเครดิต 1999. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์การเงินการธนาคาร

นิมิตร ตั้งทวี. 2536. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้เงินกู้ของลูกค้าบัตรเครดิต
ศึกษากรณีลูกค้าบัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ จำกัด สาขาหัวหมาก.
กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มกร พุทธิโฆสิต. 2538. วิสัยทัศน์การตลาด Marketing Vision.กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มติชน.

รณัยชนก กนิษฐสุด. 2537. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วย
บัตรเครดิตของ พนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด. กรุงเทพมหานคร.
ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2539. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N. การพิมพ์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2541. ธุรกิจบัตรเครดิต ปรับตัวรับภัยเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ:
<http://www.tfrc.co.th>

สุลดา ชีพอรน้อย. 2540. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้และการยกเลิกบัตรเครดิต.
กรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำนาจ ลียาทิพย์กุล. 2531. การธนาคารพาณิชย์ การดำเนินงานและเทคโนโลยี.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิรดี นิตฺธร. 2539. อิทธิพลของการสื่อสารการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ
เครดิตของคนรุ่นใหม่ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวความคิดของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ขนาดประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน (ร้อยละ)					
	±1	±2	±3	±4	±5	±10
500	b	b	b	b	222	83
1,000	b	b	b	385	268	91
1,500	b	b	638	441	316	94
2,000	b	b	714	476	333	95
2,500	b	1,250	709	500	345	96
3,000	b	1,364	811	517	353	97
3,500	b	1,458	843	530	359	97
4,000	b	1,538	870	541	364	98
4,500	b	1,607	891	549	367	98
5,000	b	1,667	909	556	370	98
6,000	b	1,765	938	566	375	98
7,000	b	1,842	959	574	378	99
8,000	b	1,905	976	580	381	99
9,000	b	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,034	600	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
>100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	100

หมายเหตุ b คือ กรณีนี้ใช้ไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข.

สถานที่ ลำดับที่

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกใช้หรือเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปประมวลผลเพื่อหาข้อสรุปในการเลือกใช้บัตรเครดิตว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญในการพิจารณาของผู้บริโภค

โปรดกรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามข้างล่างนี้ตามความเป็นจริง ผู้จัดทำขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

		ผู้วิจัย
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว		สำหรับเจ้าหน้าที่
1. เพศ		()
	<input type="radio"/> ชาย	
	<input type="radio"/> หญิง	
2. อายุ		()
	<input type="radio"/> 20 – 25 ปี	<input type="radio"/> 26 – 30 ปี
	<input type="radio"/> 31 – 35 ปี	<input type="radio"/> 36 – 40 ปี
	<input type="radio"/> 41 – 45 ปี	<input type="radio"/> 46 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		()
	<input type="radio"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	
	<input type="radio"/> ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	
	<input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
4. อาชีพ		()
	<input type="radio"/> ข้าราชการ	<input type="radio"/> พนักงานบริษัทเอกชน
	<input type="radio"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="radio"/> เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว
	<input type="radio"/> แม่บ้าน	<input type="radio"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		()
	<input type="radio"/> ต่ำกว่า 20,001 บาท	<input type="radio"/> 20,001 – 30,000 บาท
	<input type="radio"/> 30,001 – 40,000 บาท	<input type="radio"/> 40,001 – 50,000 บาท
	<input type="radio"/> 50,001 – 60,000 บาท	<input type="radio"/> 60,001 บาทขึ้นไป

6. ประเภทบัตรที่ท่านเป็นสมาชิกในปัจจุบันได้แก่ (เรียงตามความถี่ในการใช้บัตรจากมากไปหาน้อย)

1. สถาบัน(ธนาคาร)

ประเภทบัตร VISA CARD MASTER CARD ()

2. สถาบัน(ธนาคาร)

ประเภทบัตร VISA CARD MASTER CARD ()

3. สถาบัน(ธนาคาร)

ประเภทบัตร VISA CARD MASTER CARD ()

4. สถาบัน(ธนาคาร)

ประเภทบัตร VISA CARD MASTER CARD ()

5. สถาบัน(ธนาคาร)

ประเภทบัตร VISA CARD MASTER CARD ()

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิต

โปรดพิจารณาว่าเหตุผลและปัจจัยต่างๆตามข้อย่อยข้างล่างนี้มีความสำคัญต่อท่านมากน้อยเพียงใดในการเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต โดยมีระดับความสำคัญดังนี้

- 5 สำคัญมากที่สุด 4 สำคัญมาก 3 สำคัญปานกลาง
2 สำคัญน้อย 1 ไม่มีความสำคัญเลย

(โปรดทำเครื่องหมายกากบาทในช่องที่ท่านเลือก)

ทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					
	5	4	3	2	1	
2.1.ภาพพจน์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร						()
2.2.จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของธนาคารหรือสถาบันที่ออกบัตร						()
2.3. จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตรเครดิต						()
2.4.บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน						()
2.5.ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร						()
2.6.วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร						()
2.7.รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต						()
2.8.วิธีการชำระเงินสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น(รถ)						()
2.9.ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด เนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเนื้อหาของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้)						()

ทัศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					
	5	4	3	2	1	
2.10. ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด						()
2.11. ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี						()
2.12. ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด						()
2.13. ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า						()
2.14. อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน						()
2.15. อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ						()
2.16. วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง						()
2.17. การรับประกันความเสียหายของสินค้า						()
2.18. การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือรายปี						()
2.19. รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ						()
2.20. ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร						()
2.21. การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล						()
2.22. อื่นๆ (โปรดระบุ)						()
1						()
2						()
3						()

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ในการเปลี่ยนแปลงบัตร
เครดิต**

ท่านเคยเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิตหรือไม่ (ยกเลิกบัตรเครดิตที่ใช้อยู่ แล้วสมัคร
สมาชิกบัตรเครดิตของสถาบันอื่นในภายหลัง)

- เคย ท่านยกเลิกบัตรเครดิตของธนาคาร
 ประเภทบัตรที่ยกเลิก VISA CARD MASTER CARD อื่น ๆ ()
 ไม่เคย ()

โปรดพิจารณาว่าเหตุผลและปัจจัยต่างๆตามข้อย่อข้างล่างนี้มีความสำคัญต่อท่านมาก
น้อยเพียงใดในการเปลี่ยนแปลงประเภทบัตรเครดิต โดยมีระดับความสำคัญดังนี้

- 5 สำคัญมากที่สุด 4 สำคัญมาก 3 สำคัญปานกลาง
 2 สำคัญน้อย 1 ไม่มีความสำคัญเลย

ทศนคติของผู้ใช้บัตรเครดิต	ระดับความสำคัญ					
	5	4	3	2	1	
3.1.ภาพพจน์และชื่อเสียงของสถาบันที่ออกบัตร						()
3.2.จำนวนสาขาและทำเลที่ตั้งของธนาคารหรือ สถาบันที่ออกบัตร						()
3.3. จำนวนร้านค้าและสถานบริการที่รับบัตรเครดิต						()
3.4.บุคลิกภาพและความเป็นมิตรของพนักงาน						()
3.5.ระยะเวลาในการอนุมัติออกบัตร						()
3.6.วงเงินที่ได้รับอนุมัติในการใช้บัตร						()
3.7.รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต						()
3.8.วิธีการชำระเงิน						()
3.9.ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยสูงสุด						()
3.10.ยอดเงินขั้นต่ำที่ต้องชำระในแต่ละงวด						()
3.11.ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี						()
3.12.ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด						()
3.13.ค่าธรรมเนียมการชำระล่าช้า						()
3.14.อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อผิดเงื่อนไขการชำระเงิน						()
3.15.อัตราดอกเบี้ยที่เสียเมื่อมียอดคงค้างชำระ						()

	ระดับความสำคัญ					
	5	4	3	2	1	
3.16.วงเงินประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง						()
3.17.การรับประกันความเสียหายของสินค้า						()
3.18.การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าหรือรายปี						()
3.19.รายการสมนาคุณหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ						()
3.20.ส่วนลดที่ได้รับจากการใช้บัตร						()
3.21.การสะสมคะแนนเพื่อแลกหรือแลกซื้อของกำนัล						()
3.22. อื่นๆ (โปรดระบุ)						()
1						()
2						()
3						()

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นายสุรพล จันทร์นวล
วันเดือนปีเกิด	15 ตุลาคม 2507
สถานที่เกิด	แพร่
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สถิติ) ปีการศึกษา 2530 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	วิทยากรระดับ 6 (ผู้ช่วยหัวหน้าหมวดฐานข้อมูล โครงการซอฟต์แวร์รวม) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ปี พ.ศ. 2530 – 2537) ผู้จัดการโครงการ บริษัท สยามซีดี ไอ.ที. จำกัด (ปี พ.ศ. 2538 ถึงปัจจุบัน)

