

การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)
ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)
ในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)
ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2558



.....
นายต่อศักดิ์ รัตนาคินทร์
ผู้วิจัย

.....
ดร. ราชามหากันธา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

.....
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์อรุณพ ต้นละมัย, Ph.D.

คณบดี วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร.ราชา มหากันธา อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของ อาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามรวมถึง เพื่อนและผู้ตอบแบบสอบถามบางท่าน ที่ให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของ แบบสอบถามด้วย

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบความกตัญญูกตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่อง ต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียวและยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

ต่อศักดิ์ รัตนนาคินทร์

การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

STUDYING ATTITUDE OF THE FIRST CREDIT CARD HOLDER USAGE BEHAVIOR AMONG GENERATION Y IN BANGKOK

ต่อศักดิ์ รัตนนาคินทร์ 5750296

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ดร.ราชา มหากันธา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., บุริม โอทกานนท์, M.B.A.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ จำนวน 205 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมานสถิติ Chi-Square ANOVA และสถิติ T-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน มีพฤติกรรมถือบัตรเครดิต 2 บัตรมากที่สุด และถือบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) เป็นบัตรใบแรกมากที่สุด ซึ่งถือไว้เพื่อชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจุบันยังมีการใช้บัตรเครดิตใบแรกถึงร้อยละ 69.8 ปัจจัยสำคัญในการถือบัตรเครดิตใบแรก คือ การมีส่วนร่วมในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศกับความคิดเห็นด้านพนักงาน ระดับการศึกษา กับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรก เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรก และด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : บัตรเครดิต (Credit Card)/การถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)/เจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา	1
คำถามของการวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานในการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
ความหมายและคำสำคัญ	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	24
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	31
บทที่ 4 ผลการวิจัย	32
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก	34
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	40
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก	45
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	47
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการวิจัย	68
อภิปรายผล	72
ข้อเสนอแนะทั่วไป	74
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งถัดไป	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต	81
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	82
ประวัติผู้วิจัย	90

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers)	1
2	อัตราการเติบโตของจำนวนบัตรเครดิต	3
3	แสดงเกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน	30
4	แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	32
5	แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก	35
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญของทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	41
7	แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก	45
8	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	47
9	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	49
10	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	51
11	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ให้บริการบัตรเครดิต จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
12	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติของลูกค้า ในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	54
13	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับทัศนคติของลูกค้า ในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	55
14	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน	58
15	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง	59
16	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง	60
17	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน	61
18	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน	62
19	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน	63

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาของเรื่อง ความสำคัญ และปัญหา

บัตรเครดิต (Credit Card) ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทย และมีบทบาทสำคัญมากกับคนไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะสามารถตอบสนองวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบาย อีกทั้งจับจ่ายใช้สอยแต่ละครั้ง ไม่ต้องพกเงินสดครั้งละมากๆ ช่วยสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับผู้ถือบัตรเครดิต (Card Holder) ได้ ทำให้การใช้บริการบัตรเครดิตเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จากผู้บริหารในบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ ผู้ปกครอง ก็เริ่มขยายวงกว้างเข้าสู่พนักงานออฟฟิศ วัยทำงานเริ่มต้น (First Jobber) หรือแม้แต่นักเรียน นักศึกษา ที่ใช้ในการจ่ายค่าเทอม ค่าเรียนพิเศษ ซึ่งผู้ถือบัตรหน้าใหม่ล้วนแต่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ทั้งนี้

การมีบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ผู้ถือบัตรเครดิต (Card Holder) ต้องมีคุณสมบัติตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย คือ มีรายได้จากแหล่งต่างๆ รวมกันไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือไม่ต่ำกว่า 180,000 บาทต่อปี หรือมีเงินฝากประจำที่สถาบันการเงินรับรอง ไม่น้อยกว่า 500,000 บาท เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือมีการลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ หรือกองทุนรวมไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท เป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยวงเงินที่ได้รับอนุมัติ ต้องไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552) ซึ่งสมัครได้กับผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers)

ธนาคารพาณิชย์ (Bank)	ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)
1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	1. บริษัท แคปปิตอล โอเค จำกัด
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	2. บริษัท เจเนอรัล คาร์ด เซอร์วิสเชส จำกัด

ตารางที่ 1 ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) (ต่อ)

ธนาคารพาณิชย์ (Bank)	ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)
3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	3. บริษัท ชีดี คอนซูเมอร์ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด
4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	4. บริษัท เทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซส จำกัด
5. ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	5. บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
6. ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)	6. บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด
7. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	7. บริษัท อเมริกัน เอ็กซ์เพรส (ไทย) จำกัด
8. ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)	8. บริษัท อยูชยา แคปปิตอล เซอร์วิสเซส จำกัด
9. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	9. บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)
10. ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)	10. บริษัท อีซี บาย จำกัด (มหาชน)
11. ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	
12. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	
13. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)	
14. ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)	
15. ธนาคารซีทีแบงก์	
16. ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น จำกัด (เอชเอสบีซี)	

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558

สิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต (Credit Card) ที่ผู้ถือบัตร (Card Holder) ได้รับนอกจากความสะดวกสบาย ความยืดหยุ่นในการชำระเงินคืนหลังจากที่ใช้บริการบัตรเครดิต ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) แต่ละเจ้ามอบให้ 45-55 วันแล้ว ผู้ถือบัตร (Card Holder) ยังได้สิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ส่วนลดจากร้านค้า การผ่อนชำระสินค้า ดอกเบี้ย 0% เงินคืนจากการใช้จ่าย (Cash Back) ที่จอตกรุด ห้องรับรองตามสถานที่ต่าง ๆ ความคุ้มครองเมื่อเดินทางไปต่างประเทศอีกด้วย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

จำนวนบัตรเครดิต (Credit Card) ในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2557 เผชิญปัญหาด้านการเติบโตจากภาวะอิ่มตัวของฐานลูกค้า (Marketeer, 2558: ออนไลน์) ดังตารางที่ 2 เพราะผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ยังคงแข่งขันกันที่กลุ่มลูกค้าเดิม และเป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน ด้วยสิทธิประโยชน์ที่เหมือนกัน ทำให้ผู้ถือบัตร (Card Holder) จากที่เคยถือคนละ 1 ใบ เพิ่มเป็นคนละ 2 - 3 ใบ หรือบางคนถือมากกว่านั้น มีทั้งบัตรหลัก (Main Card) ของตนเองหรือ บัตรเสริม (Supplementary Card) ของครอบครัวไว้ใช้ยามฉุกเฉิน ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่สามารถเพิ่มจำนวนบัตรได้อีกในระยะยาว จึงเกิดภาวะเติบโตแบบอิ่มตัว

ตารางที่ 2 อัตราการเติบโตของจำนวนบัตรเครดิต

ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Credit Card)	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557
ธนาคารพาณิชย์ (Bank)			
- จำนวนบัตรเครดิต (ใบ)	8,274,146	9,028,047	9,744,241
ผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)			
- จำนวนบัตรเครดิต (ใบ)	8,595,879	9,520,707	10,559,510
รวม			
- จำนวนบัตรเครดิต (ใบ)	16,870,025	18,548,754	20,303,751
- อัตราเติบโต	10.06%	9.95%	9.46%

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558

จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ทั้งนักเรียน นักศึกษา และวัยทำงานเริ่มต้น (First Jobber) เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) และยังมีผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ไม่กี่รายที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนั้น การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จะสามารถนำข้อมูลไปใช้ต่อยอดในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการให้บริการบัตรเครดิตกับกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ในที่สุด

คำถามของการวิจัย

1. กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตอย่างไร
2. กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) อย่างไร
3. กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

ขอบเขตการวิจัย

ประเด็นที่ศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยดำเนินการเลือกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2540 (วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 54 ฉบับที่ 2/2557) ซึ่งเป็นประชากรที่มีอายุ ตั้งแต่ 18 ปี ถึง 35 ปี มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,448,078 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2557) โดยเจาะจงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 205 ตัวอย่าง

พื้นที่

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนกันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ โดยเป็นแนวทางแก่นักวิจัย นักการตลาดที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการเงินที่ให้บริการบัตรเครดิต นำไปประยุกต์และปรับใช้ เช่น

1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษาไปต่อยอด เพื่อทำการศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่นๆ ได้
2. นักการตลาดที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการเงินที่ให้บริการบัตรเครดิต สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ปริมาณการใช้บัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคต

3. นักการตลาดที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการเงินที่ให้บริการบัตรเครดิต สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการบัตรเครดิตเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บัตรเครดิต (Credit Card) หมายถึง บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ซึ่งได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ (Bank) และผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ออกให้แก่ลูกค้า (ผู้ถือบัตร หรือ Card Holder) ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับมีหลายประการ เช่น

1.1 ใช้แทนเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการโดยยังไม่ต้องจ่ายเงินในทันที ณ ร้านค้าที่รับบัตร รวมถึงร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะสังเกตได้จาก โลโก้ของเครือข่ายผู้ให้บริการบนบัตรและที่ร้านค้า ตัวอย่างเครือข่ายบัตรเครดิต เช่น VISA, Master Card, American Express, China Union Pay (CUP), Japan Credit Bureau (JCB)

1.2 เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM มาใช้ล่วงหน้าได้

1.3 รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ส่วนลดจากร้านค้า การผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ย 0% เงินคืนจากการใช้จ่าย (Cash Back) ที่จอดรถ ห้องรับรองตามสถานที่ต่างๆ ความคุ้มครองเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

2. กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หมายถึง ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2540 (วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์ ปีที่ 54 ฉบับที่ 2/2557) ซึ่งเป็นประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ถึง 35 ปี มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร

3. บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครได้รับจากผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) เป็นใบแรก

4. การถือบัตรเครดิตใบแรก หมายถึง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ แทนเงินสด หรือใช้เพื่อเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM หรือใช้เพื่อรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย

5. บัตรหลัก (Main Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ออกให้แก่ผู้ถือบัตร (Card Holder) ที่มีรายได้ หรือฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552)

6. บัตรเสริม (Supplementary Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ออกให้แก่ผู้ถือบัตร (Card Holder) โดยที่ผู้ถือบัตรหลัก (Main Card) ยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลัก และผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2552)



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความหมายของคำสำคัญ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความหมายและคำสำคัญ

1.1 บัตรเครดิต (Credit Card)

1.2 การถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

1.3 เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps (Service Marketing

Mix)

2.3 ทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction Theory)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและคำสำคัญ

1. บัตรเครดิต (Credit Card)

บัตรเครดิต (Credit Card) หมายถึง บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ออกบัตร ซึ่งได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ (Bank) และผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ออกให้แก่ลูกค้า ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับมีหลายประการ เช่น

1.1 ใช้แทนเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ โดยยังไม่ต้องจ่ายเงินในทันที ณ ร้านค้าที่รับบัตร รวมถึงร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะสังเกตได้จากโลโก้ของเครือข่ายผู้

ให้บริการบนบัตรและที่ร้านค้า ตัวอย่างเครือข่ายบัตรเครดิต เช่น VISA, Master Card, American Express, China Union Pay (CUP), Japan Credit Bureau (JCB)

1.2 เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM มาใช้ล่วงหน้าได้

1.3 รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ส่วนลดจากร้านค้า การผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ย 0% เงินคืนจากการใช้จ่าย (Cash Back) ที่จอดรถ ห้องรับรองตามสถานที่ต่างๆ ความคุ้มครองเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

บัตรเครดิต หรือ บัตรสินเชื่อ เป็นบริการที่สถาบันทางการเงินต่างๆ ออกให้แก่ลูกค้า เพื่อใช้จ่ายแทนเงินสด บัตรเครดิตที่รู้จักกันเช่น วีซ่า มาสเตอร์การ์ด เจซีบี อเมริกันเอ็กซ์เพรส ดิสคัฟเวอร์ และ โคนอร์สคลับ สามารถใช้ได้ตามจำนวนวงเงินบัตรที่อนุมัติหักออกด้วยค่าสินค้าและบริการที่ใช้จ่ายผ่านบัตร ค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ย และหนี้สินค้างที่ยังไม่ได้ชำระ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558: ออนไลน์)

สำนักราชบัณฑิตยสภาได้ให้ความหมาย ส่วนคำว่า บัตรเครดิต มาจากภาษาอังกฤษว่า Credit Card หมายถึง บัตรพลาสติกที่มีแถบแม่เหล็ก ระบุชื่อ เลขบัญชีของผู้ถือบัตร และกำหนดวันหมดอายุของบัตร บัตรเครดิตจะกำหนดวงเงินสินเชื่อแก่ผู้ถือบัตร ผู้ออกบัตรเครดิตโดยทั่วไป เช่น ธนาคาร ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ หรือองค์กรอื่นๆ ที่ได้รับความเชื่อถือทางการเงิน

วิระเดช ภูพิสิฐ (2553) กล่าวว่าไว้ว่า บัตรเครดิต หมายถึง บัตร เอกสาร หรือวัตถุอื่นใดซึ่งผู้ออกบัตรออกให้แก่ผู้ถือบัตร โดยบันทึกข้อมูลบัตรเครดิตหรือรหัสบัตรเครดิตไว้ด้วยกรรมวิธีใดๆ เพื่อให้ปรากฏความหมายด้วยตัวอักษร ตัวเลข รหัส หรือสัญลักษณ์อื่นใด ทั้งที่สามารถมองเห็นหรือมองไม่เห็นด้วยตาเปล่าเพื่อให้ผู้ถือบัตรใช้ประโยชน์ในการชำระราคาสินค้าหรือค่าบริการหรือใช้เบิกถอนเงินสด ทั้งนี้ ไม่รวมถึงบัตรที่ผู้ถือบัตรได้ชำระราคาสินค้าหรือค่าบริการหรือใช้เบิกถอนเงินสด ทั้งนี้ ไม่รวมถึงบัตรที่ผู้ถือบัตรได้ชำระเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ออกบัตรแล้ว (Prepaid Card) ประเภทต่างๆ อาทิเช่น บัตรทางด่วน บัตรรถไฟฟ้า บัตรโทรศัพท์

บุษราพรรณ จันทน์เกษร (2553) กล่าวว่า บัตรเครดิต (Credit Card) คือ บัตรที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริ โภคตามหลักเกณฑ์ที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิตกำหนด เพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิกเงินสด โดยมีการกำหนดวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย เมื่อถึงเวลาชำระหนี้ตามระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ ผู้ถือบัตรสามารถชำระเต็มจำนวน หรือเป็นจำนวนขั้นต่ำตามที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละรอบบัญชี และจะคิดดอกเบี้ยสำหรับยอดเงินที่ยังมิได้ชำระตามเงื่อนไขการใช้บัตร ทั้งนี้ ไม่รวมบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้าค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้า

คดี สุวรรณกุล (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บัตรเครดิตเป็นบัตรที่ธนาคารพาณิชย์ ไทยและต่างชาติ สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารออกให้แก่ลูกค้า เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด โดยลูกค้าต้องชำระค่าธรรมเนียม ค่าบริการ ดอกเบี้ย หรือค่าอื่นใด แต่ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใด ไว้ล่วงหน้าแล้ว

พจนัย อุณาตา (2554) บัตรเครดิต (Credit Card) คือ บัตรซึ่งสถาบันการเงินหรือธุรกิจ ออกให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก เพื่อให้ชำระค่าสินค้าหรือบริการจากสถานการค้าหรือธุรกิจที่รับ บัตรนั้นแทนการชำระด้วยเงินสด

พินทุณาตา กิตติวานิชย์ (2556) ให้คำจำกัดความไว้ว่า บัตรเครดิต หมายถึง เครื่องมือ ในการชำระสินค้าและบริการที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ผู้ถือบัตรสามารถได้รับสินค้าหรือ บริการจากร้านค้าหรือสถานประกอบการอันเนื่องมาจากการเตรียมการของผู้ออกบัตร ซึ่งตกลง ชำระค่าสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า โดยผู้ถือบัตรมีหน้าที่ในการชำระเงินให้แก่ผู้ออกบัตรตาม เงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ และบางกรณีบัตรสามารถนำไปเบิกเงินสดได้ด้วย

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า บัตรเครดิต (Credit Card) หมายถึง บัตร อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ซึ่งได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ (Bank) และผู้ประกอบการ ธุรกิจบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ออกให้แก่ผู้ถือบัตรเครดิต (Card Holder) ถือไว้ ใช้แทนเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ณ ร้านค้าที่รับบัตร และร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต รวมถึง ถือไว้เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM โดยใช้รหัสส่วนตัว ทั้งนี้ การใช้บัตรเครดิตยัง ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ จากร้านค้าของเครือข่ายบัตรเครดิต เช่น VISA, Master Card ที่ทางผู้ ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) เป็นผู้จัดรายการส่งเสริมการขายไว้ให้ ได้แก่ เงินคืน (Cash Back) ส่วนลดร้านค้า (Discount) คะแนนสะสม (Rewards Point) การแบ่งจ่าย 0% เป็นงวด (Installment Plan) เป็นต้น

แนวโน้มธุรกิจบัตรเครดิต ปี 2558 ยังเผชิญปัญหาด้านการเติบโตจากภาวะอึดตัวของ ฐานลูกค้า (Marketeer, 2558: ออนไลน์) โดยกลุ่มลูกค้าศักยภาพส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตแล้วอย่าง น้อยคนละ 2 – 3 ใบ หรือบางคนถือมากกว่านั้น มีทั้งบัตรหลัก (Main Card) ของตนเองหรือ บัตร เสริม (Supplementary Card) ของครอบครัวไว้ใช้ยามฉุกเฉิน ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่สามารถเพิ่ม จำนวนบัตรได้อีกในระยะยาว จึงเกิดภาวะเติบโตแบบอึดตัว ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย เชื่อว่า การ เติบโตของฐานบัตรเครดิตส่วนหนึ่งนั้นเป็นการชิงส่วนแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้าเดิม จากสถานการณ์ ตลาดดังกล่าว ทำให้ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหม่ มาก ซึ่งเป็นกลุ่มที่เริ่มจะมีรายได้ประจำตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป หรือกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น (First Jobber)

ซึ่งในแต่ละปีกลุ่มเป้าหมายใหม่มีจำนวนไม่มากนัก ดังนั้น การจะทำให้กลุ่มเป้าหมายใหม่ มาสมัครใช้บริการบัตรเครดิตเป็นใบแรก (1st Credit Card) ผู้ให้บริการบัตรเครดิตต้องทำความเข้าใจถึงทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตของกลุ่มเป้าหมายนี้ก่อน เพื่อนำมากำหนดแผนการตลาด อาทิเช่น การให้บริการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การจัดแคมเปญส่วนลดต่างๆ การจัดโปรโมชั่นการผ่อนชำระ 0% นาน 3 - 10 เดือน เป็นต้น

2. การถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

บุษราพรรณ จันทน์เกษร (2553) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การถือบัตรเครดิต คือ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการในด้านต่างๆ โดยผู้ถือบัตรเครดิตจะได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัยอันเกิดจากการที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก การได้รับสิทธิพิเศษบางประการที่ร้านค้าหรือผู้ออกบัตรเครดิตจัดให้

กฤษฎา พงษ์สุวรรณ และอุดมศิริ หกสุวรรณ (2555) ได้กล่าวถึงประโยชน์จากการถือบัตรเครดิตไว้ว่า ได้รับสินค้าก่อน และชำระเงินภายหลัง แต่ต้องชำระเต็มจำนวน และตรงกับวันที่กำหนดไว้ในใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิตไม่เช่นนั้น จะมีภาระในการจ่ายดอกเบี้ยและค่าบริการต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการบัตรเครดิต ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ เช่น ส่วนลดจากร้านค้า หรือ การสะสมคะแนนเพื่อแลกรางวัล เป็นต้น

ชวลีพันธ์ มณีวรรณ (2556) ได้ให้ความหมายการถือบัตรเครดิตไว้ว่า การเลือกที่จะใช้บัตรเครดิต หมายถึง การที่ถูกค่าของธนาคารพาณิชย์มีบัตรเครดิตอย่างน้อย 1 บัตร ต้องการเลือกที่จะใช้บัตรเครดิตบัตรใดบัตรหนึ่ง โดยมาจากส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจและตรงกับความต้องการมากที่สุด

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) หมายถึง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต (Credit Card Holder Usage Behavior) ที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ออกให้ผู้ถือบัตร (Card Holder) เป็นใบแรก เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ แทนเงินสด หรือใช้เพื่อเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM หรือใช้เพื่อรับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย ถึงแม้ว่าผู้ถือบัตรเครดิตอาจจะถือบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ แต่ยังคงถือบัตรเครดิตใบแรกติดตัวไว้ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการในชีวิตประจำวันด้วยความคุ้นเคย หรือถือไว้ใช้ยามฉุกเฉิน หรือถือไว้ใช้ตามความจำเป็นบางอย่าง ซึ่งบัตรเครดิตใบแรกอาจเป็นบัตรหลัก (Main Card) ที่ผู้ถือบัตรได้รับจากผู้ให้บริการบัตรเครดิต หรืออาจเป็นบัตรเสริม (Supplementary Card) ซึ่งได้รับจากพ่อแม่ พี่น้องหรือครอบครัวเดียวกัน

3. เจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หมายถึง ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2540 (วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 54 ฉบับที่ 2/2557)

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y = Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2533 อายุ 25 – 35 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน Gen-Y เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็วเนื่องจากเชื่อในศักยภาพของตนเอง กลุ่มคน Gen-Y เชื่อว่าการประสบความสำเร็จในชีวิตจะเกิดขึ้นต้องทำงานหนัก ทำให้มีการแต่งงานช้าลง ไม่ถึง 30 ไม่แต่ง ถ้ามีแฟนแล้วแฟนมีอุปสรรคกับงาน ก็จะเลิกกับแฟนเลิกงาน คนกลุ่มนี้มักเปลี่ยนงานบ่อย มีเครดิตการ์ดมากกว่า 1 ใบ ใช้บริการประเภท และมักใช้บริการ Personal Credit มากขึ้น (สาระดีดี.คอม, 2556 : ออนไลน์)

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2543 อายุ 15 – 35 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี เป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนไข คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไร อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และยังสามารถทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน (Oknation.net, 2551: ออนไลน์)

เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ Gen-Y หรือ Why Generation เป็นผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 – 2537 (ค.ศ.1980 – 1994) เด็กวัยรุ่นยุคใหม่ กล้าแสดงออก มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่แคร์ต่อคำวิจารณ์ มีความมั่นใจในตัวเองสูง กล้าแสดงออก ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์ ชอบทางลัด สะดวก รวดเร็ว และไฮเทคโนโลยีเป็นที่สุด ทุกคำถามมีคำตอบในโลกอินเทอร์เน็ต สมัครงานผ่านอินเทอร์เน็ต คุยกันทางอินเทอร์เน็ต เป็นสาวก ไอพอด (Ipod) ไอโฟน (IPhone) มีเสียงเพลงเป็นเพื่อน หางานที่ถูใจทำโดยต้องใช้ชีวิตสบายไปพร้อมๆ กับค่าตอบแทนสูง ไม่ต้องเข้าออฟฟิศให้ปวดหัว ชุคทำงานขอใส่ตามใจฉัน ขอให้วัดกันที่ผลงานเป็นพอ ไม่ต้องการเวลาทำงานที่แน่นอน งานหนักต้องมาพร้อมผลตอบแทนที่ตนพอใจ (เว็บไซต์มีบอร์ดคอตคอม, 2552 :ออนไลน์)

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มคนที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งอยู่ในช่วงวัยนักเรียน นักศึกษา วัยทำงานเริ่มต้น (First Jobber) มีพฤติกรรมชอบการเข้าสังคมกับเพื่อน มีความมั่นใจในตัวเอง สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้

ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย และเริ่มมีบัตรเครดิตใบแรกหรือกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณา ดังนั้น กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) จึงมีความสำคัญกับการทำกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตเป็นอย่างมาก

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) โดยวันรัถย์ มณีนาคิน (2538) อุปสงค์คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าและบริการนั้น ภายในระยะเวลาที่กำหนด ความต้องการซื้อหรืออุปสงค์นี้แตกต่างจากความต้องการซื้อในความหมายทั่วไป เพราะว่าผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการได้นั้น จะต้องมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Willingness) และความสามารถที่จะจ่ายเงิน (Ability to Pay) เพื่อให้ได้เป็นเจ้าของสิ่งที่คุณต้องการ ดังนั้น ความต้องการซื้อเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีรายได้ หรือรายได้ไม่เพียงพอไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) โดยทั่วไปกฎของอุปสงค์จะสมมติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์คงที่ แล้วผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้นๆ เป็นหลัก ทั้งนี้ อุปสงค์จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับกฎของอุปสงค์ที่ว่า “ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะลดลง ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้น” ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือมีปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ดังนี้

1.1 ปริมาณการซื้อและระดับราคาจะมีความสัมพันธ์แปรผกผันกัน คือ สินค้ามีราคาแพง ปริมาณการซื้อจะน้อย และถ้าสินค้ามีราคาถูกปริมาณการซื้อจะมีมาก

1.2 ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อ นอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

1.2.1 สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution Goods) เช่น ชา กับกาแฟ ปากกาถูกลิ้นกับปากกาหมึกซึม เป็นต้น การบริโภคสินค้าแต่ละชนิดจะมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าอีกชนิด เช่น หากชาที่มีราคาที่สูงขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคหันไปบริโภคกาแฟแทน ทำให้ปริมาณการซื้อกาแฟสำหรับผู้บริโภคสูงขึ้น แต่ในทางกลับกัน หากราคากาแฟสูงขึ้น ผู้บริโภคจะหันไปบริโภคชาแทน ทำให้ปริมาณการบริโภคกาแฟสูงขึ้นทันที

1.2.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกัน หรือใช้ร่วมกัน (Complementary Goods) เช่น กาแฟกับครีมเทียม รถยนต์กับยางรถยนต์ ตัวอย่างเช่น หากราคาคีรีม

เทียมสูงขึ้น จะส่งผลให้การบริโภคกาแฟลดลงตามไป เพราะการบริโภคกาแฟจำเป็นต้องใช้ครีมเทียมร่วมด้วย และในทางกลับกันหากราคากาแฟสูงขึ้น การบริโภคของครีมเทียมก็ลดลงตามไปด้วย เนื่องจากสินค้าทั้ง 2 ชนิด จำเป็นต้องมีการบริโภคร่วมกัน

1.3 รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เพราะจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงกำลังซื้อนั้นๆ สำหรับสินค้าในการบริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับอุปสงค์สามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

1.3.1 สินค้าปกติ (Normal Goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้อधिक ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าหากผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงตามไปด้วย

1.3.2 สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้ลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสารคุณภาพต่ำ เสื้อผ้าโหล บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

1.4 รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่ายๆ เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ดังนั้น ถ้าสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าใดล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

1.5 จำนวนประชากร โดยทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือประเทศมีจำนวนมากขึ้นความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย จึงจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้านั้น

1.6 การคาดคะเนราคาและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาข้าวสารในอนาคตจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรีบซื้อข้าวสารในขณะนี้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของข้าวสารในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาข้าวสารในอนาคตจะลดลง ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อข้าวสารไว้ก่อน อุปสงค์ของข้าวสารในปัจจุบันจึงลดลง

1.7 ฤดูกาล ความต้องการซื้อสินค้าต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อน อุปสงค์ของพัดลมจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการร่มจะมากขึ้นและในฤดูหนาวอุปสงค์ของเสื้อกันหนาวจะมีมากขึ้น

1.8 สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของแต่ละประเทศจะเท่ากัน แต่ถ้าโครงสร้างการกระจายรายได้ของแต่ละประเทศแตกต่างกัน ปริมาณความต้องการในสินค้าก็จะแตกต่างกันด้วย ตัวอย่างเช่น ประเทศซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงและใกล้เคียงกันแต่สภาพการกระจายรายได้แตกต่างกันมาก กล่าวคือ ประชากรของซาอุดีอาระเบียส่วนใหญ่ยากจน มีคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่ร่ำรวยจากการเป็นเจ้าของบ่อน้ำมัน ขณะที่ประชากรของสหรัฐอเมริกามีคนชนชั้นกลาง รายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทั้ง 2 ประเทศ ย่อมแตกต่างกัน

2. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps (Service Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย โดย Kotler (1997) ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญทางการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้อง กับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เรียกส่วนประสมทางการตลาดว่า 7Ps ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ ปริญญา ฤกษ์นิทานนท์ และสุภร เจริญรัตน์ (2541) ได้สรุป เกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Market Mix) ไว้ในหนังสือ การบริหารการตลาดยุคใหม่ว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Product คือ เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งซึ่งผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็น สิ่งซึ่งจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในด้านการบริการด้านสินเชื่อนั้นถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service Product) การที่จะสร้างความมั่นใจ และทำให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจ

ในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้

Price คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่า ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับ วิธีการกำหนดราคานโยบาย และ กลยุทธ์ต่างๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่า การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ว่า สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

Place ด้านสถานที่ให้บริการในสวนแรก คือ การเลือกทำเล ที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่ม ผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ธุรกิจบริการนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพราะหากสามารถหาช่องทางกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากขึ้นนั้น

Promotion การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการ ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือ ชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม กับลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาด อาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ และผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

2. การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทาง การตลาดที่กระทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4. การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนอ อย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กรตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

Physical Evidence คือ สิ่งที่ปรากฏต่อสายตาลูกค้า เช่น สี รูปร่าง แพ้คเกจ บรรยากาศภายในร้าน เป็นต้น

Process กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความภักดีในตัวสินค้า

People ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของบุคลากร

3. ทฤษฎีความพึงพอใจ (Satisfaction Theory)

Kotler and Armstrong (2002) ระบุว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตั้งเครียด

โดยทฤษฎีความพึงพอใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวีธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self – Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม่แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของ فروยด์

ซิกมันด์ فروยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ขณะที่ ชริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นทรศณะของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ทรศณะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

พจนัย อุ้นตาคำ (2554) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการถือบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตตำบลบ้านคู่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบัตรเครดิต พฤติกรรมและความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยลูกค้าธนาคารกรุงเทพ 82 ราย ธนาคารไทยพาณิชย์ 103 ราย และธนาคารกรุงไทย 65 ราย รวมเป็น 250 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการลำดับความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจโดยใช้ลิเคิทสเกล พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารกรุงเทพ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส อายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัวมีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการถือบัตรเครดิต คือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งได้แก่ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุเฉลี่ย 39 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต คือ ปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ การถือบัตรเครดิตมีความสะดวกและง่ายต่อการซื้อสินค้า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างของธนาคารกรุงไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส อายุเท่ากับ 39 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน รายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต คือ ปัจจัยด้านอื่นๆ ซึ่งได้แก่ การถือบัตรเครดิตมีความสะดวกและง่ายต่อการซื้อสินค้า

ชุลีพันธ์ มณีวรรณ (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีบัตรเครดิตจำนวน 280 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ถือครองบัตรเครดิตจำนวน 2 บัตร ถือ

ครองบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) มากที่สุด มีการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) มากที่สุดและส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า ส่วนประการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในการเลือกที่จะใช้บัตรเครดิต โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพตามลำดับ โดยมีจุดประสงค์หลักในการซื้อสินค้า และปัญหาที่พบในการใช้บัตรเครดิตมากที่สุดคือ เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการขัดข้อง ทั้งนี้ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรกได้แก่ 1.ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีเป็น ปัจจัยด้านราคา 2.สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆ ในอัตราดอกเบี้ย 0% ภายในระยะเวลาที่กำหนด เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3.การใช้บัตรเครดิตแต่ละครั้งไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการชำระเงินเพิ่มเติมจากร้านค้าเป็นปัจจัยด้านราคา 4.มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ 5.มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ได้รับประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการใช้บัตร เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 6.มีสิทธิพิเศษและคู่มือเพื่อรับส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าได้ เป็นต้น เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 7.มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระโดยต้องมีการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ 8.ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ เป็นปัจจัยด้านราคา 9.พนักงานรับชำระเงินให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เป็นปัจจัยด้านบุคคล 10.มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัลและไมล์สะสมของสายการบิน เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

สุพัตรา ปัญญาภาส (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตอำเภอเมืองลำพูน ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 รายใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-Test และ ANOVA พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากันส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 29 ปี มีสถานภาพสมรสมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาทประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทมากที่สุด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และมีการถือครองบัตรเครดิตร้อยละ 52 ของผู้บริโภคทั้งหมด โดยผู้บริโภคที่มีการถือครองบัตรเครดิตส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 2-5 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ

ส่วนใหญ่ใช้กับสินค้าและบริการประเภทสถานบริการน้ำมันมากที่สุด ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต ในภาพรวมพบว่า ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลาง ปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านการใช้บุคลากรในการขาย ส่วนปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านการทำกิจกรรมทางการตลาด ด้านการโฆษณาด้านการสื่อสารการตลาดทางตรง และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ ระดับการศึกษา การถือครองบัตรเครดิตแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการสื่อสารการตลาดในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศและสถานภาพสมรสแตกต่างกัน พบว่าให้ความสำคัญกับส่วนประสมการสื่อสารการตลาดในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน

พาทินี สุวรรณเกสร (2553) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตต่อการตัดสินใจถือครองบัตรเครดิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตทางโทรทัศน์ (2) ศึกษาความพึงพอใจในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตทางโทรทัศน์ (3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจถือครองบัตรเครดิต (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการถือครองบัตรเครดิตกับการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ถือครองและไม่ถือครองบัตรเครดิตซึ่งรับชมภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตในเขตเทศบาลเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS วิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา สถิติทดสอบไคว์สแควร์ สถิติการทดสอบค่า F-test (Anova) และสถิติการทดสอบค่า T-test พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิต 1 – 2 ครั้ง/วัน ในช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. และได้รับชมแบบโฆษณาระหว่างพักรายการ ละคร ข่าว เกมส์โชว์ และสารคดี ส่วนภาพยนตร์โฆษณาที่จดจำได้ดีที่สุดคือ โฆษณาของธนาคารกรุงไทย เหตุผลคือ สนุกสนานดูแล้วไม่เครียด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจถือครองบัตรเครดิต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านวัฒนธรรม และด้านจิตวิทยา การถือครองบัตรเครดิตกับการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้กับการเปิดรับสื่อภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่

ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ถือครองและไม่ถือครองบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในการรับชมภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

บุษราพรรณ จันทน์เกษร (2553) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคาร ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ถือบัตรเครดิต ประเภทบัตรเครดิต รวมทั้งปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการใช้แบบจำลองโลจิท (Logic Model) แบบจำลองโพรบิท (Probit Model) และแบบจำลอง Extreme Value พบว่า ทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด จำนวน 2 บัตร ส่วนใหญ่นิยมถือครองบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ของธนาคารพาณิชย์ถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด 1 บัตร ส่วนใหญ่นิยมถือครองบัตรเครดิต KTC ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต โดยแบบจำลอง Extreme Value พบว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ การพิจารณาจากค่าธรรมเนียม ความแพร่หลายและการยอมรับบัตรเครดิต อาชีพ ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตมากที่สุด

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมการถือบัตรเครดิต โดยทั่วไป มีดังนี้ ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด จำนวน 2 บัตร ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 2-5 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และส่วนใหญ่ใช้กับสินค้าและบริการประเภทสถานบริการน้ำมันมากที่สุด โดยถือครองบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) มากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการถือบัตรเครดิตคือ 1.ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี เป็นปัจจัยด้านราคา 2.สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดๆ ในอัตราดอกเบี้ย 0% ภายในระยะเวลาที่กำหนด เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3.การใช้บัตรเครดิตแต่ละครั้งไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการชำระเงินเพิ่มเติมจากร้านค้า เป็นปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาคำสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทางผู้วิจัยมีความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับงานวิจัยที่ทำการศึกษา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานวิจัยได้ดังนี้ จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps (Service Marketing Mix) ที่กล่าวถึงขั้นตอนในการ

ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกับธุรกิจการให้บริการผ่านกระบวนการทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านการให้บริการ (Process) และด้านอื่นๆ ของผู้ถือบัตรเครดิตไบแรก (Physical Evidence) เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกถือบัตรเครดิตไบแรกเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้ถือบัตรเครดิตไบแรกมากที่สุด แล้วสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สร้างความสัมพันธ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการเพื่อให้ปริมาณการใช้บัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคต



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบประเด็นในการศึกษา

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้เทคนิคการสำรวจเชิงปริมาณ มีรายละเอียดของส่วนที่เกี่ยวข้องในวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ถึง 35 ปี มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,448,078 คน และต้องถือครองบัตรเครดิต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ถึง 35 ปี มีสัญชาติไทยและมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร และต้องถือครองบัตรเครดิต จำนวน 205 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงโอกาสความน่าจะเป็น (Non –

Probability Sampling) โดยประมาณค่าสัดส่วนหรือร้อยละขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 7% และที่ระดับความเชื่อมั่น 93% และกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.07 ซึ่งสามารถคำนวณหน่วยตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อน

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

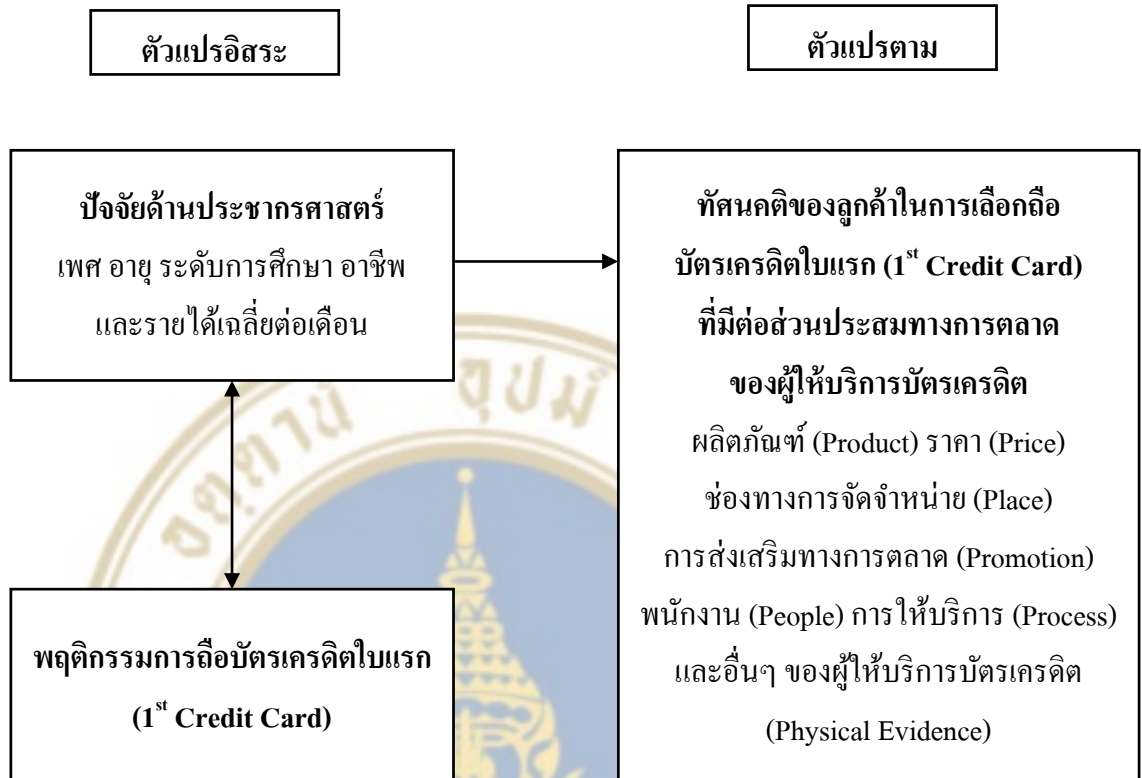
$$n = \frac{1,448,078}{1 + 1,448,078 (0.07)^2}$$

$$n = 204.0529 \text{ หรือ ไม่ต่ำกว่า } 205$$

ดังนั้น จากสูตรควรใช้กลุ่มตัวอย่าง 205 คน



กรอบแนวคิดในการวิจัย



การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมและค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) จากการค้นคว้าหาข้อมูลจากงานวิจัยของหน่วยงานราชการและเอกชน เอกสาร สิ่งตีพิมพ์ วิทยานิพนธ์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)

1. ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงพิณิจ (Face Validity) ของแบบสอบถาม โดยจะนำแบบสอบถามที่ได้มีการออกแบบแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา จากนั้นจะนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข

2. เมื่อทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามแล้ว จะดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่ต้องการจะศึกษา เพื่อที่จะทดสอบความชัดเจนและความเข้าใจ รวมทั้งจุดบกพร่องและข้อผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม เพื่อจะนำมาแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ พร้อมทั้งจะนำไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อทำการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ศึกษาทัศนคติของลูกค้าในการถือบัตรเครดิตเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) แนวคิดและทฤษฎีอุปสงค์ แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps (Service Marketing Mix) และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ จากตำรา วารสาร เอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การออกแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) สำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยลักษณะของการสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(1) เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทสเกลนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยกำหนดช่วงของเพศ ดังนี้

- (1) ชาย
- (2) หญิง

(2) อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงอายุจำนวนดังนี้

$$\begin{array}{l} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} \\ \text{ช่วงอายุ} \end{array} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{35-15}{4} = 5$$

โดยแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามดังนี้

- (1) 18 - 20 ปี
- (2) 21 - 25 ปี
- (3) 26 - 30 ปี
- (4) 31 - 35 ปี

หมายเหตุ เนื่องจากผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเจาะจงเฉพาะวัย ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 35 ปี เพราะฉะนั้นช่วงอายุเริ่มต้นของประชากรที่ใช้วิจัยจึงเริ่มต้นที่อายุ 18 ปี

(3) ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงระดับการศึกษา ดังนี้

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
- (2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- (3) สูงกว่าปริญญาตรี

(4) อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทสเกลนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยกำหนดช่วงอาชีพ ดังนี้

- (1) นักเรียน / นักศึกษา
- (2) เจ้าของกิจการ
- (3) พนักงานบริษัทเอกชน
- (4) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
- (5) รับจ้าง

(6) อื่นๆ

(5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทสเกลอันดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนด

ช่วงรายได้ ดังนี้

- (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- (2) 15,001 - 30,000 บาท
- (3) 30,001 - 45,000 บาท
- (4) 45,001 - 60,000 บาท
- (5) 60,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวนทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านการให้บริการ (Process) ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Physical Evidence) ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวนทั้งหมด 39 ข้อ

ทั้งนี้ ในส่วนที่ 3 มีการวัดข้อมูลในรูปแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับชั้น ดังนี้

5	เท่ากับ	มีความสำคัญมากที่สุด
4	เท่ากับ	มีความสำคัญมาก
3	เท่ากับ	มีความสำคัญปานกลาง
2	เท่ากับ	มีความสำคัญน้อย
1	เท่ากับ	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ผู้วิจัยใช้คำนวณหาความกว้างเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ของชั้น (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2544) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนมากที่สุด} - \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ตารางที่ 3 แสดงเกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนน

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับของค่าคะแนน
4.21 – 5.00	มีความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	มีความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	มีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวนทั้งหมด 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 2 ข้อ
รวมคำถามทั้งหมดจำนวน 56 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำแบบสอบถามประมวลผลการศึกษา โดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยการตรวจแบบสอบถามและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องตามที่กำหนด คัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เท่านั้น

2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความถูกต้อง แล้วนำข้อมูลบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for Social Sciences For Windows) ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา จะใช้การแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง ประกอบคำอธิบายเหตุผล โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการอธิบายลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน จะใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ใช้ไค-สแควร์ (Chi-Square) และใช้การทดสอบอโนวา (ANOVA) และสถิติ T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558



บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) รูปแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Short Study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูลจำนวน 205 ชุด โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำมาวิเคราะห์แจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (n = 205)

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	67	32.7
หญิง	138	67.3
รวม	205	100.0

ตารางที่ 4 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(n = 205)

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
18-20 ปี	0	0.0
21-25 ปี	15	7.3
26-30 ปี	81	39.5
31-35 ปี	109	53.2
รวม	205	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	1.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	105	51.2
สูงกว่าปริญญาตรี	98	47.8
รวม	205	100.0
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	158	77.1
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	8.8
เจ้าของกิจการ	10	4.9
นักเรียน/นักศึกษา	9	4.4
รับจ้าง	7	3.4
อื่นๆ	3	1.5
รวม	205	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	6	2.9
15,001 - 30,000 บาท	69	33.7
30,001 - 45,000 บาท	48	23.4
45,001 - 60,000 บาท	31	15.1
60,001 บาทขึ้นไป	51	24.9
รวม	205	100.0

จากตารางที่ 4 เป็นการแสดงถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเป็นเพศหญิง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7

อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดมีอายุในช่วงระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ อายุในช่วงระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.5 ส่วนผู้ที่มีอายุในช่วงระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และไม่พบกลุ่มตัวอย่างส่วนที่มีอายุอยู่ระหว่าง 18-20 ปี

ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 77.1 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 เจ้าของกิจการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 รับจ้าง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และอื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุดมีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 ส่วนผู้ที่มีรายได้ในช่วง 30,001-45,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และผู้ที่มีรายได้ในช่วง 45,001-60,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 สู้ค่าที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน บัตรเครดิตบัตรใดเป็นบัตรเครดิตใบแรก ลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง บัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองเป็นบัตรประเภทใด มีบัตรเครดิตใบแรกไว้เพื่อวัตถุประสงค์ใด ปัจจุบันยังใช้บัตรเครดิตใบแรกอยู่หรือไม่ ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น โดยนำมาวิเคราะห์แจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (n = 205)

พฤติกรรมการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน		
2 บัตร	54	26.3
1 บัตร	50	24.4
3 บัตร	39	19.0
5 บัตร	39	19.0
4 บัตร	23	11.2
รวม	205	100.0
บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน		
บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	90	43.9
บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์	69	33.7
บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC)	67	32.7
บัตรเครดิตกรุงศรี จีอี	61	29.8
บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์	61	29.8
บัตรเครดิตธนาคารทหารไทย	51	24.9
บัตรเครดิตธนาคารยูโอบี	39	19.0
บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ	32	15.6
บัตรเครดิตธนาคารธนชาติ	21	10.2
บัตรเครดิตธนาคารเสตน		
คาร์ดชาร์เตอร์ด	17	8.3
อื่นๆ	10	4.9
บัตรเครดิตอออน		
ธนสินทรัพย์	9	4.4

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (ต่อ) (n = 205)

พฤติกรรมการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
บัตรเครดิตที่ถือครอง ในปัจจุบัน		
บัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซส	8	3.9
บัตรเครดิตอีซีบาย	4	2.0
บัตรเครดิตอเมริกัน เอ็กเพรส	4	2.0
บัตรเครดิตธนาคารฮ่องกง และเซี่ยงไฮ้แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น (HSBC)	3	1.5
บัตรเครดิตแคปปิตอล โอเค	1	0.5
บัตรเครดิตที่ถือครอง เป็นบัตรใบแรก		
บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC)	38	18.5
บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย	35	17.1
บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์	32	15.6
บัตรเครดิตธนาคาร ไทยพาณิชย์	30	14.6
บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ	19	9.3
บัตรเครดิตกรุงศรี จีอี	15	7.3
บัตรเครดิตธนาคารทหารไทย	11	5.4
บัตรเครดิตธนาคารยูโอบี	5	2.4
บัตรเครดิตอเมริกัน เอ็กเพรส	4	2.0
บัตรเครดิตธนาคารฮ่องกง และเซี่ยงไฮ้แบงกิ้ง คอร์ปอเรชั่น (HSBC)	4	2.0

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (ต่อ) (n = 205)

พฤติกรรมกาเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมกาเลือกถือบัตรเครดิตที่ถือครอง		
เป็นบัตรใบแรก		
บัตรเครดิตธนาคารชนชาติ	3	1.5
บัตรเครดิตธนาคารแสตน		
คาร์ดชาร์เตอร์ด	3	1.5
บัตรเครดิตอออน		
ธนสินทรัพย์	3	1.5
บัตรเครดิตแคปปีตอล โอเค	1	0.5
บัตรเครดิตอีชีบาย	1	0.5
อื่นๆ	1	0.5
บัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด		
เซอร์วิสเซส	0	0.0
รวม	205	100.0
ลักษณะบัตรเครดิตใบแรก		
ที่ถือครอง		
บัตรหลัก	171	83.4
บัตรเสริม	34	16.6
รวม	205	100.0
ประเภทบัตรเครดิตใบแรก		
ที่ถือครอง		
บัตรเครดิตวีซ่า	139	67.8
บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด	51	24.9
บัตรเครดิตในประเทศ	13	6.3

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (ต่อ) (n = 205)

พฤติกรรมการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทบัตรเครดิตใบแรก		
ที่ถือครอง		
อื่นๆ	2	1.0
รวม	205	100.0
วัตถุประสงค์ในการมี บัตรเครดิตใบแรก		
อาหารและเครื่องดื่ม	109	53.2
ไว้แบ่งจ่ายสินค้าราคาสูงเป็น งวดๆ	69	33.7
ท่องเที่ยวและการเดินทาง	63	30.7
สถานบริการน้ำมัน	49	23.9
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์		
ตกแต่งบ้าน	46	22.4
สาธารณูปโภค เช่น ค่า โทรศัพท์ ไฟฟ้า	41	20.0
ค่ารักษาพยาบาล	17	8.3
อื่นๆ	14	6.8
เบิกถอนเงินสด	11	5.4
จ่ายค่าเทอมหรือค่าเรียนพิเศษ	2	1.0
การใช้บัตรเครดิตใบแรก		
ในปัจจุบัน		
ใช้	143	69.8
ไม่ใช้	62	30.2
รวม	205	100.0

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (ต่อ) (n = 205)

พฤติกรรมการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต		
ใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน		
2-5 ครั้ง	120	58.5
1 ครั้ง	55	26.8
6-10 ครั้ง	21	10.2
มากกว่า 10 ครั้ง	9	4.4
รวม	205	100.0
จำนวนเงินที่ใช้		
บัตรเครดิตใบแรก		
เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 5,000 บาท	88	42.9
5,001- 10,000 บาท	68	33.2
10,001 - 15,000 บาท	20	9.8
15,001- 20,000 บาท	17	8.3
มากกว่า 20,000 บาท	12	5.9
รวม	205	100.0

จากตารางที่ 5 เป็นการแสดงถึงพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตในปัจจุบันมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ จำนวน 2 บัตร 1 บัตร และ 3 บัตรเท่ากับ 5 บัตร คิดเป็นร้อยละ 26.3 24.4 และ 19.0 เท่ากับ 19.0 ตามลำดับ โดยถือครองบัตรเครดิตในปัจจุบันน้อยที่สุด จำนวน 4 บัตรน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.2

บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ และบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC)

คิดเป็นร้อยละ 43.9 33.7 และ 32.7 ตามลำดับ โดยถือครองบัตรเครดิตบัตรเครดิตแคปิตอล โอเค น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

บัตรเครดิตที่ถือครองเป็นบัตรใบแรก พบว่ากลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตเป็นบัตรใบแรกมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ คิดเป็นร้อยละ 18.5 17.1 และ 15.6 ตามลำดับ โดยไม่พบกลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซสเป็นบัตรใบแรก

ลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตใบแรกอยู่ในลักษณะของบัตรหลัก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 83.4 และอยู่ในลักษณะของบัตรเสริม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6

ประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง พบว่ากลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตใบแรกประเภทบัตรเครดิตวีซ่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด บัตรเครดิตในประเทศ และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 24.9 6.3 และ 1.0 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการมีบัตรเครดิตใบแรก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบัตรเครดิตใบแรกไว้หลายวัตถุประสงค์ ซึ่งมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ มีไว้เพื่อชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีไว้แบ่งจ่ายสินค้าราคาสูงเป็นงวดๆ และมีไว้เพื่อชำระค่าท่องเที่ยวและการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 53.2 33.7 และ 30.7 ตามลำดับ โดยมีไว้เพื่อจ่ายค่าทอมหรือค่าเรียนพิเศษน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

การใช้บัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังใช้บัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบันอยู่จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และไม่ใช้จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 1 ครั้ง 6-10 ครั้ง และมากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.8 10.2 และ 4.4 ตามลำดับ

จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรเครดิตใบแรกมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ระหว่าง 5,001- 10,000 บาท และระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.9 33.2 และ 9.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้ำในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านการให้บริการ (Process) และด้านอื่นๆ ของผู้ถือบัตรเครดิต (Physical Evidence) โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังปรากฏในตาราง ดังนี้ ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญของทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n =205)

ทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)			
ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต	4.13	.867	มาก
ความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต	3.64	.983	มาก
รูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม	2.89	.991	ปานกลาง
ด้านราคา (Price)			
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี	4.63	.678	มากที่สุด
มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือ ชำระเงินนาน	4.01	1.150	มาก
ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ	3.98	1.200	มาก
วงเงินสินเชื่อและวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้ามี			
ความเหมาะสม	3.59	1.236	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก	4.45	.696	มากที่สุด
มีช่องทางมากมายในการชำระเงิน เช่น อินเทอร์เน็ต การหักบัญชีธนาคาร	4.36	.790	มากที่สุด
มีจำนวนสาขามาก สะดวกในการรับบริการ ชำระเงิน	4.35	.819	มากที่สุด
สถานที่ให้บริการด้านต่างๆ มีบรรยากาศที่สะดวกสบาย	3.99	.950	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อปกป้องลูกค้ารับบริการ เช่น ป้ายรับบัตรเครดิต	3.87	.967	มาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญของทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ) (n =205)

ทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)			
สถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	3.71	1.001	มาก
มีการรับสมัครทางไปรษณีย์/อินเทอร์เน็ต	3.36	1.064	ปานกลาง
มีตู้ ATM มากเพียงพอต่อการเบิกเงินสด	3.24	1.353	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)			
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร	4.66	.699	มากที่สุด
มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า	4.45	.899	มากที่สุด
มีคะแนนสะสมให้ เมื่อใช้บัตร	4.37	.810	มากที่สุด
ความหลากหลายของของสมนาคุณเมื่อใช้เต็มสะสมแลก	4.17	.881	มาก
มีของสมนาคุณในการสมัครบัตรเครดิตใหม่	4.16	.957	มาก
มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัลและไมล์สะสมของสายการบิน	4.12	.939	มาก
ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิตโดยเฉพาะ	3.97	1.004	มาก
มีสิทธิประโยชน์ สำหรับการถือบัตรเครดิต เช่น การประกันภัย	3.79	1.086	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Puntip Website	3.44	1.063	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั่วไป เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายบิลบอร์ด	3.41	1.023	มาก
การแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชครางวัลพิเศษต่างๆ	3.28	1.041	ปานกลาง

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญของทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ) (n =205)

ทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านพนักงาน (People)			
พนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว และลูกค้าพึงพอใจ			
	4.39	.757	มากที่สุด
พนักงานมีมารยาทและคุณภาพในการให้บริการ			
	4.20	.776	มากที่สุด
มีพนักงานชักชวนให้ถือบัตรเครดิต			
	3.15	.979	ปานกลาง
ด้านการให้บริการ (Process)			
มีระบบรักษาความปลอดภัย โดยยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต			
	4.59	.632	มากที่สุด
มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย			
	4.55	.605	มากที่สุด
มีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง			
	4.53	.623	มากที่สุด
การติดต่อผ่านระบบอัตโนมัติ ไม่ต้องรอนาน			
	4.47	.697	มากที่สุด
ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยาก			
	4.40	.608	มากที่สุด
ความรวดเร็วในการอนุมัติ			
	4.26	.765	มากที่สุด
มีความสะดวกในการขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว			
	4.15	.833	มาก
ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต			
(Physical Evidence)			
ความเชื่อมั่นว่าการถือบัตรเครดิตมีความปลอดภัยกว่าถือเงินสดในการใช้จ่าย			
	4.27	.761	มากที่สุด
ความสะดวกและง่ายในการซื้อสินค้าและบริการ			
	4.31	.761	มากที่สุด
การมีเงินสดสำรองใช้จ่าย เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน			
	3.75	1.045	มาก
มีรสนิยมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต			
	3.59	.984	มาก
การมีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ			
	3.47	1.127	มาก

จากตารางที่ 6 ผลที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุดกับชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และน้อยที่สุดกับรูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

ด้านราคา (Price) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือชำระเงินนาน และดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 4.01 และ 3.98 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกับวงเงินสินเชื่อและวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก มีช่องทางมากมายในการชำระเงิน เช่น อินเทอร์เน็ต การหักบัญชีธนาคาร และมีจำนวนสาขามาก สะดวกในการรับบริการ ชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 4.36 และ 4.35 และน้อยที่สุดกับมีตู้ ATM มากเพียงพอต่อการเบิกเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า และมีคะแนนสะสมให้ เมื่อใช้บัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 4.45 และ 4.37 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกับการแข่งขัน เกมส์หรือชิงโชครางวัลพิเศษต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ด้านพนักงาน (People) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุดกับพนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และน้อยที่สุดกับมีพนักงานชักชวนให้ถือบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ด้านการให้บริการ (Process) พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ มีระบบรักษาความปลอดภัย โดยยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย และมีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 4.55 และ 4.53 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกับมีความสะดวกในการขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตใบแรก (Physical Evidence) พบว่า กลุ่มตัวอย่าง แสดงความเห็นในระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความสะดวกและง่ายในการซื้อ สินค้าและบริการ ความเชื่อมั่นว่าการถือบัตรเครดิตมีความปลอดภัยกว่าถือเงินสดในการใช้จ่าย และการมีเงินสดสำรองใช้จ่าย เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 4.27 และ 3.75 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกับการมีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรกของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำมาวิเคราะห์แจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ ดังปรากฏในตาราง ดังนี้ ตารางที่ 7 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก

	(n = 205)	
ความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี	167	81.5
มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร	135	65.9
มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า	133	64.9
ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต	129	62.9
มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก	120	58.5
ช่องทางมากมายในการชำระเงิน เช่น อินเทอร์เน็ต การหักบัญชีธนาคาร	64	31.2
ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ	61	29.8
มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือ ชำระเงินนาน	50	24.4
วงเงินสินเชื่อและวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม	48	23.4
มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระ โดยต้องมีการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	37	18.0
มีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง	30	14.6
มีของสมนาคุณในการสมัครบัตรเครดิตใหม่	29	14.1
รูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม	27	13.2
พนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว และลูกค้าพึงพอใจ	24	11.7

ตารางที่ 7 แสดงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (ต่อ) (n = 205)

ความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก	จำนวน	ร้อยละ
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อป้องกันจากรับบริการ เช่น		
ป้ายรับบัตรเครดิต	23	11.2
ความหลากหลายของของสมนาคุณเมื่อใช้แต้มสะสมแลก	18	8.8
พนักงานมีมารยาทและคุณภาพในการให้บริการ	15	7.3
ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิตโดยเฉพาะ	14	6.8
มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระ โดยต้องมีการยืนยันตัวตนของ		
ผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	37	18.0
มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระ โดยต้องมีการยืนยันตัวตนของ		
ผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	37	18.0
มีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง	30	14.6
มีของสมนาคุณในการสมัครบัตรเครดิตใหม่	29	14.1
รูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม	27	13.2
พนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้		
รวดเร็ว และถูกคำพึงพอใจ	24	11.7
มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อป้องกันจากรับบริการ เช่น		
ป้ายรับบัตรเครดิต	23	11.2
ความหลากหลายของของสมนาคุณเมื่อใช้แต้มสะสมแลก	18	8.8
พนักงานมีมารยาทและคุณภาพในการให้บริการ	15	7.3
ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิตโดยเฉพาะ	14	6.8
อื่นๆ	3	1.5

จากตารางที่ 7 เป็นการแสดงถึงความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรกของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปีฟรี มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร และมีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 81.5 65.9 และ 64.9 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกับอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.5

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ด้านเพศ

เพศที่ต่างกันส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 7 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

- 1.1 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน
- 1.2 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านราคาแตกต่างกัน
- 1.3 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
- 1.4 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน
- 1.5 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกัน
- 1.6 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านการให้บริการแตกต่างกัน
- 1.7 เพศที่ต่างกันมีทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

โดยแต่ละสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : เพศที่ต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ให้บริการบัตร เครดิต	สถานภาพจำแนกตามเพศ				T-test	df	Sig. (2- tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.			
ด้านผลิตภัณฑ์	6.96	1.709	7.05	1.240	-0.455	203	0.650

ตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ) (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือ บัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ให้บริการบัตร เครดิต	สถานภาพจำแนกตามเพศ				T-test	df	Sig. (2- tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.			
ด้านราคา	8.45	1.520	8.73	1.492	-1.271	203	0.205
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	7.76	1.404	7.67	1.501	0.432	203	0.666
ด้านการส่งเสริม การตลาด	8.39	1.507	8.48	1.426	-0.417	203	0.677
ด้านพนักงาน	7.27	1.377	7.67	1.228	-2.009	118.320	0.047*
ด้านการให้บริการ	8.88	1.052	8.87	1.093	0.069	203	0.945
ด้านอื่นๆ ของ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต	7.64	1.729	7.78	1.438	-0.614	203	0.540

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบโดยใช้ Independent T-test พบว่าเพศกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีระดับนัยสำคัญที่ 0.650 0.205 0.666 0.677 0.945 และ 0.540 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 คือ เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติด้านพนักงาน พบว่า มีระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_1 คือ เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยเพศหญิงมีความคิดเห็นด้านพนักงานมากกว่าผู้ชายที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านอายุ

อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 7 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

- 1.8 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านราคาแตกต่างกัน
- 1.9 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
- 1.10 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน
- 1.11 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกัน
- 1.12 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการให้บริการแตกต่างกัน
- 1.13 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

โดยแต่ละสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	Between Groups	5.126	2	2.563	1.298	0.275
	Within Groups	398.796	202	1.974		
	Total	403.922	204			
ด้านราคา	Between Groups	1.894	2	0.947	0.416	0.660
	Within Groups	459.394	202	2.274		
	Total	461.288	204			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	2.847	2	1.423	0.659	0.519
	Within Groups	436.402	202	2.160		
	Total	439.249	204			

ตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ) (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	.492	2	0.246	0.116	0.890
	Within Groups	428.220	202	2.120		
	Total	428.712	204			
ด้านพนักงาน	Between Groups	4.385	2	2.192	1.324	0.268
	Within Groups	334.591	202	1.656		
	Total	338.976	204			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	0.710	2	0.355	0.304	0.738
	Within Groups	235.993	202	1.168		
	Total	236.702	204			
ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	Between Groups	0.289	2	0.144	0.061	0.941
	Within Groups	481.487	202	2.384		
	Total	481.776	204			

จากตารางที่ 9 ผลการทดสอบโดยใช้ One Way ANOVA พบว่าในบรรดาสम्मัติฐานย่อย 7 ข้อ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.275 0.660 0.519 0.890 0.268 0.738 และ 0.941 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 คือ อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 7 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

1.14 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านราคาแตกต่างกัน

- 1.15 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
 1.16 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน
 1.17 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกัน
 1.18 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการให้บริการแตกต่างกัน
 1.19 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

แตกต่างกัน

โดยแต่ละสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติในการเลือกถือ

บัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	Between Groups	7.806	2	3.903	1.990	0.139
	Within Groups	396.116	202	1.961		
	Total	403.922	204			
ด้านราคา	Between Groups	0.836	2	0.418	0.183	0.833
	Within Groups	460.452	202	2.279		
	Total	461.288	204			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Between Groups	4.787	2	2.393	1.113	0.331
	Within Groups	434.462	202	2.151		
	Total	439.249	204			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Between Groups	20.985	2	10.492	5.198	0.006**
	Within Groups	407.727	202	2.018		
	Total	428.712	204			

ตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ)
(n=205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านพนักงาน	Between Groups	4.524	2	2.262	1.366	0.257
	Within Groups	334.452	202	1.656		
	Total	338.976	204			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	2.569	2	1.285	1.108	0.332
	Within Groups	234.133	202	1.159		
	Total	236.702	204			
ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต	Between Groups	7.977	2	3.988	1.700	0.185
	Within Groups	473.799	202	2.346		
	Total	481.776	204			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 10 ผลการทดสอบโดยใช้ One Way ANOVA พบว่า ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีระดับนัยสำคัญที่ 0.139 0.833 0.331 0.257 0.332 และ 0.185 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 คือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต พบว่า มีระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ H_1 คือ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple

Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปรากฏดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตจำแนกตามระดับการศึกษา

โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) (n = 205)

ระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ด้านการส่งเสริม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.005**	0.002**
การตลาด	ปริญญาตรี	0.005**	0.194
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.002**	0.194

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านอาชีพ

อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 7 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

- 1.20 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน
- 1.21 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านราคาแตกต่างกัน
- 1.22 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
- 1.23 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน
- 1.24 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกัน
- 1.25 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการให้บริการแตกต่างกัน
- 1.26 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

โดยแต่ละสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 12 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิต
ใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มี ต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการ บัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	Between Groups	8.829	5	1.766	0.889	0.489
	Within Groups	395.093	199	1.985		
	Total	403.922	204			
ด้านราคา	Between Groups	22.913	5	4.583	2.080	0.069
	Within Groups	438.375	199	2.203		
	Total	461.288	204			
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	Between Groups	6.993	5	1.399	0.644	0.666
	Within Groups	432.256	199	2.172		
	Total	439.249	204			
ด้านการส่งเสริม การตลาด	Between Groups	1.875	5	0.375	0.175	0.972
	Within Groups	426.837	199	2.145		
	Total	428.712	204			
ด้านพนักงาน	Between Groups	13.398	5	2.680	1.638	0.152
	Within Groups	325.578	199	1.636		
	Total	338.976	204			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	4.406	5	0.881	0.755	0.583
	Within Groups	232.296	199	1.167		
	Total	236.702	204			
ด้านอื่นๆ ของ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต	Between Groups	5.006	5	1.001	0.418	0.836
	Within Groups	476.769	199	2.396		
	Total	481.776	204			

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบโดยใช้ One Way ANOVA พบว่าในบรรดาสมมติฐานย่อย 7 ข้อ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.489 0.069 0.666 0.972 0.152 0.583 และ 0.836 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 คือ อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านรายได้

รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 7 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

- 1.27 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน
- 1.28 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านราคาแตกต่างกัน
- 1.29 อาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
- 1.30 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน
- 1.31 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกัน
- 1.32 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการให้บริการแตกต่างกัน
- 1.33 รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

โดยแต่ละสมมติฐานข้างต้นจะมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	Between Groups	1.424	4	0.356	0.177	0.950
	Within Groups	402.498	200	2.012		
	Total	403.922	204			

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิต
ใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (ต่อ) (n = 205)

ทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มี ต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการ บัตรเครดิต		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านราคา	Between Groups	12.276	4	3.069	1.367	0.247
	Within Groups	449.012	200	2.245		
	Total	461.288	204			
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	Between Groups	8.229	4	2.057	0.955	0.434
	Within Groups	431.019	200	2.155		
	Total	439.249	204			
ด้านการส่งเสริม การตลาด	Between Groups	9.338	4	2.334	1.113	0.351
	Within Groups	419.374	200	2.097		
	Total	428.712	204			
ด้านพนักงาน	Between Groups	6.276	4	1.569	0.943	0.440
	Within Groups	332.700	200	1.663		
	Total	338.976	204			
ด้านการให้บริการ	Between Groups	3.125	4	0.781	0.669	0.614
	Within Groups	233.577	200	1.168		
	Total	236.702	204			
ด้านอื่นๆ ของ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต	Between Groups	8.755	4	2.189	0.925	0.450
	Within Groups	473.020	200	2.365		
	Total	481.776	204			

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบโดยใช้ One Way ANOVA พบว่าในบรรดาสมมติฐานย่อย 7 ข้อ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.950 0.247 0.434 0.351 0.440 0.614 และ 0.450 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 คือ รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1^{st}

Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) โดยแบ่งสมมติฐานออกเป็น 30 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปรตาม ดังนี้

- 2.1 เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.6 เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.7 อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.8 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.9 อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.11 เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.12 อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.13 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.14 อาชีพมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.15 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.16 เพศมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.17 อายุมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.18 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.19 อาชีพมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.21 เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.22 อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.23 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.24 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.26 เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.27 อายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.28 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.29 อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

2.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

ซึ่งนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

H_1 : กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 – 2.5 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	0.139 ^a	4	0.998
อายุ	40.515 ^a	8	0.000**
ระดับการศึกษา	13.712 ^a	8	0.090

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนบัตร
เครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
อาชีพ	27.588 ^a	20	0.120
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63.432 ^a	16	0.000**
N of Valid Cases	205		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.998 0.090 และ 0.120 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีระดับนัยสำคัญที่ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.6 – 2.10 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	0.198 ^a	1	0.656
อายุ	6.589 ^a	2	0.037*
ระดับการศึกษา	0.426 ^a	2	0.808

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับลักษณะบัตร
เครดิตใบแรกที่ถือครอง (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
อาชีพ	28.589 ^a	5	0.000**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	25.602 ^a	4	0.000**
N of Valid Cases	205		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา มีระดับนัยสำคัญที่ 0.656 0.808 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ พบว่า มีระดับนัยสำคัญที่ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และพบว่า อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับนัยสำคัญที่ 0.000 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.11 – 2.15 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง

ตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับประเภทบัตร
เครดิตใบแรกที่ถือครอง (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	3.459 ^a	3	0.326
อายุ	6.429 ^a	6	0.377

ตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับประเภทบัตร
เครดิตใบแรกที่ถือครอง (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ระดับการศึกษา	5.196 ^a	6	0.519
อาชีพ	19.764 ^a	15	0.181
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	23.465 ^a	12	0.024*
N of Valid Cases	205		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.326 0.377 0.519 และ 0.181 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญที่ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.16 – 2.20 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้บัตร
เครดิตใบแรกในปัจจุบัน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	.538 ^a	1	0.463
อายุ	14.125 ^a	2	0.001**

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้บัตร
เครดิตใบแรกในปัจจุบัน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ระดับการศึกษา	3.278 ^a	2	0.194
อาชีพ	8.271 ^a	5	0.142
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17.145 ^a	4	0.002**
N of Valid Cases	205		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.463 0.194 และ 0.142 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญที่ 0.001 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สมมติฐานย่อยที่ 2.21 – 2.25 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความถี่ใน
การใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	15.317 ^a	3	0.002**
อายุ	2.291 ^a	6	0.891

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ระดับการศึกษา	8.321 ^a	6	0.215
อาชีพ	10.203 ^a	15	0.807
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	7.852 ^a	12	0.797
N of Valid Cases	205		

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับนัยสำคัญที่ 0.891 0.215 0.807 และ 0.797 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ พบว่า มีระดับนัยสำคัญที่ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานย่อยที่ 2.25 – 2.30 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ	1.444 ^a	4	0.837
อายุ	12.043 ^a	8	0.149

ตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน (n = 205)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Pearson Chi-Square		
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ระดับการศึกษา	12.962 ^a	8	0.113
อาชีพ	21.860 ^a	20	0.348
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30.572 ^a	16	0.015*
N of Valid Cases	205		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีระดับนัยสำคัญที่ 0.837 0.149 0.113 และ 0.348 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 คือ ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีระดับนัยสำคัญที่ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_1 คือ ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

1.5 เพศกับทัศนคติด้านพนักงาน

1.18 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ส่วนปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติในการถือถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

- 1.1 เพศกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์
- 1.2 เพศกับทัศนคติด้านราคา
- 1.3 เพศกับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.4 เพศกับทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- 1.6 เพศกับทัศนคติด้านการให้บริการ
- 1.7 เพศกับทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- 1.8 อายุกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์
- 1.9 อายุกับทัศนคติด้านราคา
- 1.10 อายุกับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.11 อายุกับทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- 1.12 อายุกับทัศนคติด้านพนักงาน
- 1.13 อายุกับทัศนคติด้านการให้บริการ
- 1.14 อายุกับทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- 1.15 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์
- 1.16 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านราคา
- 1.17 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.19 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านพนักงาน
- 1.20 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านการให้บริการ
- 1.21 ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- 1.22 อาชีพกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์
- 1.23 อาชีพกับทัศนคติด้านราคา
- 1.24 อาชีพกับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.25 อาชีพกับทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- 1.26 อาชีพกับทัศนคติด้านพนักงาน
- 1.27 อาชีพกับทัศนคติด้านการให้บริการ
- 1.28 อาชีพกับทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- 1.29 รายได้กับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์

- 1.30 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านราคา
- 1.31 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 1.32 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านการส่งเสริมทางการตลาด
- 1.33 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านพนักงาน
- 1.34 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านการให้บริการ
- 1.35 รายได้เกี่ยวกับทัศนคติด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

- 2.2 อายุกับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.7 อายุกับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.9 อาชีพกับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.10 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.15 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.17 อายุกับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.21 เพศกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้

- 2.1 เพศกับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.3 ระดับการศึกษา กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.4 อาชีพกับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน
- 2.6 เพศกับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.8 ระดับการศึกษา กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.11 เพศกับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง

- 2.12 อายุกับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.13 ระดับการศึกษากับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.14 อาชีพกับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครอง
- 2.16 เพศกับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.18 ระดับการศึกษากับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.19 อาชีพกับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน
- 2.22 อายุกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.23 ระดับการศึกษากับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.24 อาชีพกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.26 เพศกับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.27 อายุกับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.28 ระดับการศึกษากับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน
- 2.29 อาชีพกับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรกของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเจาะจงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ถือบัตรเครดิต จำนวน 205 ตัวอย่าง

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น และผลของการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอการสรุปผลการศึกษากออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามีทั้งหมด 205 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตในปัจจุบัน 2 บัตรมากที่สุด โดยถือครองบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด รองลงมาคือ บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) บัตรเครดิตกรุงศรี จีอี บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ สำหรับบัตรเครดิตที่ถือครองเป็นบัตรใบแรกมากที่สุดคือ บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) รองลงมาได้แก่ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ โดยไม่พบกลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซสเป็นบัตรใบแรก และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตใบแรกเป็นบัตรหลัก ประเภทบัตรวิซ่า มีวัตถุประสงค์ในการถือเพื่อชำระค่าอาหารและเครื่องคั้มมากที่สุด รองลงมาคือ มีไว้แบ่งจ่ายสินค้าราคาสูงเป็นงวดๆ ท่องเที่ยวและการเดินทาง สถานีบริการน้ำมัน เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ค่าสาธารณูปโภค ซึ่งปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างยังใช้บัตรเครดิตใบแรกอยู่ถึงร้อยละ 69.8 ส่วนใหญ่ใช้เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ใช้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ให้ระดับความสำคัญมากกับชื่อเสียงของบัตรเครดิต ด้านราคา (Price) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับมีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร ด้านพนักงาน (People) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับพนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว ด้านการให้บริการ (Process) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับมีระบบรักษาความปลอดภัย โดยยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Physical Evidence) ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดกับความสะดวกและง่ายในการซื้อสินค้าและบริการ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างแสดงความพึงพอใจกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ฟรีจากการถือบัตรเครดิตใบแรกมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีร้านค้า และสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศหญิงมีความคิดเห็นมากกว่าผู้ชายที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในขณะที่เพศกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

อายุกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

ระดับการศึกษากับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

อาชีพกับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตและรายได้กับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่แตกต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ด้านอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านเพศ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทบัตรเครดิตใบแรกที่ถือครองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการถือครองบัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

งานสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31-35 ปี การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท หากพิจารณาทางด้านประชากรศาสตร์จะ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชุติพันธ์ มณีวรรณ (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อ ลูกค้านาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ บุษราพรรณ จันทน์เกษร (2553) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บัตรเครดิต ระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ถือครองบัตรเครดิตในปัจจุบัน 2 บัตรมากที่สุด โดยถือครองบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด แต่ถือครองบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) เป็นบัตรใบแรกมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นบัตรหลัก ประเภท บัตรวีซ่า มีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการถือเพื่อชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจุบันกลุ่ม ตัวอย่างยังใช้บัตรเครดิตใบแรกอยู่ถึงร้อยละ 69.8 ส่วนใหญ่ใช้เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน ใช้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน หากพิจารณาพฤติกรรมกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพันธ์ มณีวรรณ (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้านาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ ที่พบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่ ถือครอง บัตรเครดิตจำนวน 2 บัตร มีวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า แต่จะไม่สอดคล้องกันที่ ลูกค้ำส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) มากที่สุด การศึกษานี้ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุพัตรา ปัญญาภาส (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดที่มี ผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือน 2-5 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้บัตรเครดิตต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ งานวิจัยของ บุษราพรรณ จันทน์เกษร (2553) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บัตรเครดิต ระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ถือครองบัตรเครดิตมากที่สุด จำนวน 2 บัตร

การศึกษาทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต และความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิต ใบแรก (1st Credit Card) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กับชื่อเสียงของบัตรเครดิต ด้านราคา (Price) กับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กับมีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) กับมีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร ด้านพนักงาน (People) กับพนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว ด้านการให้บริการ (Process) กับมีระบบรักษาความปลอดภัย โดยยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้านอื่นๆ ของ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Physical Evidence) กับความสะดวกและง่ายในการซื้อสินค้าและบริการ และกลุ่มตัวอย่างแสดงความพึงพอใจกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรีจากการถือบัตรเครดิตใบแรกมากที่สุด รองลงมาคือ มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร มีโปรโมชันแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก หากพิจารณาทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต และความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิตจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพันธ์ มณีวรรณ (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสม การตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะ ใช้ ที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ 1.ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีเป็น ปัจจัยด้านราคา 2.สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็น งวดๆ ในอัตราดอกเบี้ย 0% ภายในระยะเวลาที่กำหนด เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 3.การใช้ บัตรเครดิตแต่ละครั้งไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการชำระเงินเพิ่มเติมจากร้านค้าเป็นปัจจัยด้าน ราคา 4.มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ 5.มีโปรโมชันที่ น่าสนใจ ได้รับประโยชน์ส่วนเพิ่มจากการใช้บัตร เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 6.มีสิทธิพิเศษ และคู่มือเพื่อรับส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าได้ เป็นต้น เป็น ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 7.มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระโดยต้องมีการยืนยันตัวตน ของผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยด้านกระบวนการ 8.ไม่ มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ เป็นปัจจัยด้านราคา 9.พนักงานรับ ชำระเงินให้บริการรวดเร็วและถูกต้อง เป็นปัจจัยด้านบุคคล 10.มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับ ของรางวัลและไมล์สะสมของสายการบิน เป็นปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ พชนัย อุ่นตาคำ (2554) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการถือบัตรเครดิตของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์ในเขตตำบลบ้านคู้ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการถือบัตร

เครดิต คือ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งได้แก่ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรีอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ และปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ การถือบัตรเครดิตมีความสะดวกและง่ายต่อการซื้อสินค้า กับงานวิจัยของ ชุติพันธ์ มณีวรรณ (2556) ศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้ ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ การนำเสนอให้ลูกค้าถือบัตรเครดิตเป็นบัตรใบแรก (1st Credit Card) มีความสำคัญมาก จากข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังใช้บัตรเครดิตใบแรกอยู่ในปัจจุบันถึงร้อยละ 69.8 ซึ่งมีความถี่ในการใช้ 2-5 ครั้งต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะถือครองบัตรเครดิตเพียง 2 บัตรเท่านั้น ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยสามารถนำผลของสมมติฐานมาประยุกต์เป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นให้กับนักการตลาด ผู้ให้บริการบัตรเครดิต และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

จากผลทดสอบสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแตกต่างกัน โดยเฉพาะเพศ และระดับการศึกษา กล่าวคือ เพศที่ต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่ต่างกัน โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับด้านพนักงาน (People) มากที่สุด ซึ่งสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของผู้ให้บริการบัตรเครดิตให้มีการให้บริการต่อลูกค้าที่ดี และมีประสิทธิภาพมากที่สุด อาทิเช่น การให้คำแนะนำทางการให้บริการแบบตรงไปตรงมาอย่างมีมารยาทและมีคุณภาพ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นที่ตั้ง หรือการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าด้วยการใช้เวลาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว มีการรายงานให้ลูกค้าทราบถึงปัญหาต่างๆ ตามเวลาที่กำหนด เป็นต้น นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีทัศนคติในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่ต่างกัน กล่าวคือ ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ซึ่งสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้กับ

กลุ่มเป้าหมายนี้ได้ โดยเน้นกิจกรรมส่งเสริมการขายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การเพิ่มพันธมิตรร้านค้าต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการที่หลากหลายเมื่อใช้บัตรเครดิต การเพิ่มโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% ให้ครอบคลุมสินค้าราคาสูงๆ ในหมวดเครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่นเครื่องแต่งกาย และการเพิ่มคะแนนสะสมเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในหมวดสินค้าที่จำเป็น เช่น อาหารและเครื่องดื่ม สถานีบริการน้ำมัน ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสร้างโอกาสในการใช้บัตรเครดิตของผู้ให้บริการบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

จากผลทดสอบสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการถือถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรกเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเพศหญิงมีความคิดเห็นมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เพศหญิงมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตมากกว่าเพศชาย จากผลวิจัยพบว่า มีความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน ดังนั้น หากนักการตลาด และผู้ให้บริการบัตรเครดิต กำหนดกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและมีการสื่อสารให้ตรงกับพฤติกรรมการใช้จ่ายของเพศหญิงอย่างต่อเนื่อง เช่น มีโปรโมชั่นให้กับหมวดสินค้าความสวยความงาม สินค้าอุปโภค บริโภค รวมไปถึงควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ทราบอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมความถี่ และต้องมีการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่น ณ จุดขายให้ชัดเจน เป็นต้น แต่หากมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ผู้วิจัยขอแนะนำว่า ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของเพศชายเพิ่มเติมก่อนที่จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ จากผลทดสอบสมมติฐานที่ 2 ยังพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิตใบแรกในปัจจุบัน ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อายุ 31-35 ปีในปัจจุบันยังมีการใช้บัตรเครดิตใบแรกอยู่ถึง 69.8% แสดงให้เห็นว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวายในช่วงระดับอายุที่สูงนั้นมีความสัมพันธ์ในการถือครองบัตรเครดิตใบแรกอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเหตุผลในการถือครองบัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องนั้น สามารถวิเคราะห์ได้จากผลการวิจัยเกี่ยวกับเหตุผลของความพึงพอใจในการถือครองบัตรเครดิตใบแรก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การถือครองบัตรเครดิตใบแรกเพราะมีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี มีส่วนลดการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร และมีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น นักการตลาด และผู้ให้บริการบัตรเครดิตสามารถนำผลวิจัยมาพัฒนาการให้บริการบัตรเครดิต เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีการถือครองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนอกจากได้ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรอย่างสม่ำเสมอแล้ว ยังสามารถนำไปสู่การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากการศึกษาฐานข้อมูลของลูกค้าได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น สำหรับการวิจัยในครั้งถัดไป อาจมีการทำวิจัยให้ครอบคลุมหัวเมืองใหญ่ตามจังหวัดต่างๆ เพื่อให้ได้เนื้อหาข้อมูลครบถ้วนและสามารถจำแนกพฤติกรรมในแต่ละภาคได้

2. ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปทำการศึกษาต่อได้ เช่น การหาเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด การหาเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) เป็นบัตรใบแรกมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ตอนอายุเท่าไร แล้วมีเหตุผลอะไรในการเลือกถือบัตรเครดิตในตอนนั้น และปัจจุบันถือมาแล้วกี่ปี เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลมาต่อยอดผลการวิจัยในครั้งนี้ได้



บรรณานุกรม

- กฤษฎา พงษ์สุวรรณ และอุดมศิริ หกสุวรรณ. (2555). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้บริโภคที่ใช้บริการบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชรีณี เดชจินดา. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม แขวงสามคํา เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชูลิพันธ์ มณีวรรณ. (2556). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกบัตรเครดิตที่จะใช้. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลฤดี สุวรรณกุล. (2554). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความน่าจะเป็นในการผิคนัดชำระหนี้บัตรเครดิตของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2552). ประกาศที่ สนส. 18/2552 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตสำหรับผู้ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/fipcs/Documents/FPG/2552/ThaiPDF/25520177.pdf>
- _____. (2557). บทความศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน เรื่อง บัตรเครดิต. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/loans/loans/Pages/creditcard.aspx>
- _____. (2558). สถิติสถาบันการเงิน การให้บริการบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคลภายใต้การกำกับ. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/CommercialBank/Pages/StatCreditCardServices.aspx>
- บุษราพรรณ จันทน์เกษร. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตระหว่างธนาคารพาณิชย์กับสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พาธินี สุวรรณเกสร. (2553). *อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิตต่อการตัดสินใจถือครองบัตรเครดิตของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พนัญย์ อุ๋นตาคำ. (2554). *พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตตำบลบ้านคู่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พินทุ์ณาดา กิตติวาณิชย์. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อเจ้าของร้านค้าในการเลือกใช้เครื่องรูดบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันรักษ์ มิ่งมณี นาคิน. (2546). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น: เศรษฐศาสตร์สำหรับบุคคลทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสืออม.ธรรมศาสตร์.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). *ความหมายบัตรเครดิต*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/บัตรเครดิต>
- วีระเดช ภูพิลิจู. (2553). *พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สาระดีดี.คอม. (2556). *บทความพฤติกรรมผู้บริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก http://sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:consumer-%20behavior-gen-
- สุพัตรา ปัญญาภาส. (2556). *ส่วนประสมการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนในการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต*. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2553). *ความหมายเครดิต (15 กันยายน 2553)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <http://www.royin.go.th/?knowledges=เครดิต-๑๕-กันยายน-๒๕๕๓>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Agmapisarn, Charoenchai. (2014). บทความ *How does Fairmont le montreux palace retain its Generation Y employees?*. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 54 ฉบับที่ 2/2557. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/view/17690>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Marketing and introduction*. 6th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implement, and Control*. 9th ed. Prentice-Hall, Inc.
- Marketeer. (2015). บทความ *สงครามบัตรเครดิต เป้าหมายสู่ภูมิภาค*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <http://marketeer.co.th/2015/03/kresearch-creditcard/>
- OK Nation Blog. (2008). บทความ *Babyboomer, GenX, GenY คุณอยู่กลุ่มไหน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <http://www.oknation.net/blog/HIM/2008/09/23/entry-1>
- Phetchannews. (2012). บทความ *เจนเนอเรชั่น และความต่าง “Gen-X Gen-Y Gen-C”*. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558, จาก <https://phetchannews.wordpress.com/2012/07/25/เจนเนอเรชั่น-และ-ความต่าง/>



ภาคผนวก ก

คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต ตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ อ้างอิงจากประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยที่ สนส. 18/2552

คุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิตตามเกณฑ์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดไว้ คือ

ผู้ถือบัตรหลัก (Main Card Holder)

- บัตรหลัก (Main Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) ออกให้แก่ผู้ถือบัตร (Card Holder) ที่มีรายได้ หรือฐานะทางการเงินเพียงพอสำหรับชำระหนี้ตามบัตรเครดิตได้
- คุณสมบัติของผู้ถือบัตรหลัก ต้องมีรายได้จากแหล่งที่มาต่างๆ รวมกันไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือไม่ต่ำกว่า 180,000 บาทต่อปี หรือต้องเป็นผู้มีรายได้หรือเคยมีรายได้จากการทำมาหาได้ของตนเอง โดยอย่างน้อยจะต้องมีกระแสเงินสดหมุนเวียนในบัญชีเงินฝากเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ย้อนหลังเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือมีเงินฝากที่ประจำ ไม่น้อยกว่า 500,000 บาท เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน หรือมีการลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ หรือในกองทุนรวม อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือรวมกันไม่น้อยกว่า 1,000,000 บาท เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน
- วงเงินที่ได้รับการอนุมัติของผู้ถือบัตรแต่ละรายต้องไม่เกิน 5 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หรือไม่เกินร้อยละ 10 ของยอดเงินฝากประจำ หรือไม่เกินร้อยละ 10 ของมูลค่าการลงทุนในตราสารแสดงสิทธิในหนี้ และกองทุนรวม

ผู้ถือบัตรเสริม (Supplementary Card Holder)

- ผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) สามารถออกบัตรเสริม (Supplementary Card) ให้กับผู้ที่ไม่มีคุณสมบัติเหมือนผู้ถือบัตรหลักได้ ภายใต้สัญญาที่ทำกับผู้ถือบัตรหลัก โดยที่ผู้ถือบัตรหลัก (Main Card) ยินยอมให้ใช้จ่ายเงินภายในวงเงินของผู้ถือบัตรหลัก และผู้ถือบัตรหลักจะเป็นผู้รับผิดชอบชำระหนี้อันเกิดจากบัตรเสริมทั้งหมด

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่อง

การศึกษาทัศนคติในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)

ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำอธิบาย

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการศึกษางานสารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้รับจากท่าน ผู้จัดทำวิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับและนำไปใช้ด้านการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น คำตอบของท่านไม่มีข้อใดถูกหรือผิดหรือกระทบต่อตัวท่านแต่อย่างใด จึงขอความกรุณาท่านโปรดช่วยตอบแบบสอบถาม ตามความคิดเห็นของท่านอย่างเป็นอิสระ

กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ถึง 35 ปี อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับจากผู้ให้บริการบัตรเครดิต (Issuers) เป็นใบแรก แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้านในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างดียิ่ง

นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต โปรแกรมการตลาด รุ่น 17B

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมายกากบาท (X) ทับหัวข้อที่ตรงหรือใกล้เคียงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

- (1) 18 - 20 ปี (2) 21 - 25 ปี
(3) 26 - 30 ปี (4) 31 - 35 ปี

3. ระดับการศึกษา

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
(3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- (1) นักเรียน / นักศึกษา (2) เจ้าของกิจการ
(3) พนักงานบริษัทเอกชน (4) รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
(5) รับจ้าง (6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ของท่าน)

- (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท (2) 15,001 - 30,000 บาท
(3) 30,001 - 45,000 บาท (4) 45,001 - 60,000 บาท
(5) 60,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมายกากบาท (X) ทับหัวข้อที่ตรงหรือใกล้เคียงกับพฤติกรรมการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ของท่านมากที่สุด

6. จำนวนบัตรเครดิตที่ท่านถือครองในปัจจุบัน

- | | |
|------------------|------------|
| (1) 1 บัตร | (2) 2 บัตร |
| (3) 3 บัตร | (4) 4 บัตร |
| (5) 5 บัตรขึ้นไป | |

7. บัตรเครดิตที่ท่านถือครองในปัจจุบัน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|----------------------------------|
| (1) บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ | (2) บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) |
| (3) บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ | (4) บัตรเครดิตกรุงศรี จีอี |
| (5) บัตรเครดิตธนาคารทหารไทย | (6) บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย |
| (7) บัตรเครดิตธนาคารชนชาติ | (8) บัตรเครดิตธนาคารยูโอบี |
| (9) บัตรเครดิตธนาคารเสตนดาร์ดชาร์เตอร์ด | (10) บัตรเครดิตอีซีบาย |
| (11) บัตรเครดิตแคปปิตอล โอเค | (12) บัตรเครดิตอออน ธนสินทรัพย์ |
| (13) บัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซส | (14) บัตรเครดิตอเมริกัน เอ็กเพรส |
| (15) บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ | |
| (16) บัตรเครดิตธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอร์ปอเรชั่น (HSBC) | |
| (17) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

8. บัตรเครดิตบัตรใดเป็นบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่ท่านถือครอง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---|----------------------------------|
| (1) บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ | (2) บัตรเครดิตกรุงไทย (KTC) |
| (3) บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ | (4) บัตรเครดิตกรุงศรี จีอี |
| (5) บัตรเครดิตธนาคารทหารไทย | (6) บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย |
| (7) บัตรเครดิตธนาคารชนชาติ | (8) บัตรเครดิตธนาคารยูโอบี |
| (9) บัตรเครดิตธนาคารเสตนดาร์ดชาร์เตอร์ด | (10) บัตรเครดิตอีซีบาย |
| (11) บัตรเครดิตแคปปิตอล โอเค | (12) บัตรเครดิตอออน ธนสินทรัพย์ |
| (13) บัตรเครดิตเทสโก้ คาร์ด เซอร์วิสเซส | (14) บัตรเครดิตอเมริกัน เอ็กเพรส |
| (15) บัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ | |

- (16) บัตรเครดิตธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้เบงกิ้งคอร์ปอเรชั่น (HSBC)
 (17) อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. ลักษณะบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่ท่านถือครอง

- (1) บัตรหลัก (2) บัตรเสริม

10. บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่ท่านถือครอง เป็นบัตรประเภทใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) บัตรเครดิตในประเทศ (2) บัตรเครดิตวีซ่า
 (3) บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด (4) อื่นๆ ระบุ.....

11. ท่านมีบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ไว้เพื่อวัตถุประสงค์ใด (เลือกตอบเพียง 3 ข้อ)

- (1) อาหารและเครื่องดื่ม (2) เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ ตกแต่งบ้าน
 (3) สาธารณูปโภค เช่น ค่า โทรศัพท์ ไฟฟ้า (4) ค่ารักษาพยาบาล
 (5) เบิกถอนเงินสด (6) จ่ายค่าเทอมหรือค่าเรียนพิเศษ
 (7) ไว้แบ่งจ่ายสินค้าราคาสูงเป็นงวดๆ (8) สถานีบริการน้ำมัน
 (9) ท่องเที่ยวและการเดินทาง (10) อื่นๆ ระบุ.....

12. ปัจจุบันท่านยังใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) อยู่หรือไม่

- (1) ใช่ (2) ไม่ใช่

13. ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) 1 ครั้ง (2) 2-5 ครั้ง
 (3) 6-10 ครั้ง (4) มากกว่า 10 ครั้ง

14. จำนวนเงินที่ท่านใช้บัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ไม่เกิน 5,000 บาท (2) 5,001- 10,000 บาท
 (3) 10,001 - 15,000 บาท (4) 15,001- 20,000 บาท
 (5) มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าในการเลือกถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่มีต่อ ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการบัตรเครดิต

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	ด้านผลิตภัณฑ์					
15	ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต					
16	ความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต					
17	รูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม					
	ด้านราคา					
18	ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี					
19	ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ					
20	วงเงินสินเชื่อและวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม					
21	มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือ ชำระเงินนาน					
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
22	สถานที่รับสมัครอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน					
23	มีการรับสมัครทางไปรษณีย์/อินเทอร์เน็ต					
24	มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก					
25	มีจำนวนสาขามาก สะดวกในการรับบริการ ชำระเงิน					
26	มีตู้ ATM มากเพียงพอต่อการเบิกเงินสด					
27	มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อปกป้องลูกค้ารับบริการ เช่น ป้ายรับบัตรเครดิต					
28	มีช่องทางมากมายในการชำระเงิน เช่น อินเทอร์เน็ต การหักบัญชีธนาคาร					
29	สถานที่ให้บริการด้านต่างๆ มีบรรยากาศที่สะดวกสบาย					
	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
30	มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร					
31	มีของสมนาคุณในการสมัครบัตรเครดิตใหม่					
32	มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า					
33	มีคะแนนสะสมให้ เมื่อใช้บัตร					
34	ความหลากหลายของของสมนาคุณเมื่อใช้แต้มสะสมแลก					
35	มีบริการสะสมคะแนนเพื่อแลกกับของรางวัลและไมล์สะสมของสายการบิน					

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
36	ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิตโดยเฉพาะ					
37	มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Puntip Website					
38	มีสิทธิประโยชน์ สำหรับการถือบัตรเครดิต เช่น การประกันภัย					
	ด้านพนักงาน					
39	มีพนักงานชักชวนให้ถือบัตรเครดิต					
40	พนักงานมีมารยาทและคุณภาพในการให้บริการ					
41	พนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว และถูกคำพึงพอใจ					
	ด้านการให้บริการ					
42	ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยาก					
43	ความรวดเร็วในการอนุมัติ					
44	มีระบบการส่งมอบบัตรและรหัสที่ปลอดภัย					
45	มีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง					
46	มีระบบรักษาความปลอดภัย โดยยืนยันตัวตนทุกครั้งเมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต					
47	มีความสะดวกในการขอเพิ่มวงเงินชั่วคราว					
48	การติดต่อผ่านระบบอัตโนมัติ ไม่ต้องรอนาน					
	ด้านอื่นๆ ของผู้ให้บริการบัตรเครดิต					
49	ความเชื่อมั่นว่าการถือบัตรเครดิตมีความปลอดภัยกว่าถือเงินสดในการใช้จ่าย					
50	มีสิทธิชมหรือความชอบในการถือบัตรเครดิต					
51	ความสะดวกและง่ายในการซื้อสินค้าและบริการ					
52	การมีเงินสดสำรองใช้จ่าย เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน					
53	การมีเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการถือบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card)

54. ท่านพึงพอใจกับบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) ที่ท่านถือครองในด้านใด (เลือกตอบเพียง 5 ข้อ)

- (1) ชื่อเสียงของบัตรเครดิตและผู้ให้บริการบัตรเครดิต
- (2) รูปแบบของบัตรที่มีสีสันสวยงาม
- (3) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีฟรี
- (4) ดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิตต่ำ
- (5) วงเงินสินเชื่อและวงเงินในการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม
- (6) มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยหรือ ชำระเงินนาน
- (7) มีร้านค้าและสถานที่ยอมรับบัตรเครดิตจำนวนมาก
- (8) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อบ่งบอกจากรับบริการ เช่น ป้ายรับบัตรเครดิต
- (9) มีช่องทางมากมายในการชำระเงิน เช่น อินเทอร์เน็ต การหักบัญชีธนาคาร
- (10) มีส่วนลดในการซื้อสินค้าและบริการเมื่อใช้บัตร
- (11) มีของสมนาคุณในการสมัครบัตรเครดิตใหม่
- (12) มีโปรโมชั่นแบ่งจ่าย 0% กับร้านค้า
- (13) ความหลากหลายของของสมนาคุณเมื่อใช้เต็มสะสมแลก
- (14) ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิตโดยเฉพาะ
- (15) พนักงานมีมารยาทและคุณภาพในการให้บริการ
- (16) พนักงานสามารถตอบคำถามและแก้ไขปัญหาในการใช้บัตรเครดิตได้รวดเร็ว และลูกค้าพึงพอใจ
- (17) มีบริการสอบถามข้อมูลของบัตรเครดิตผ่านระบบอัตโนมัติ 24 ชั่วโมง
- (18) มีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระ โดยต้องมีการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บัตรเครดิตทุกครั้ง เมื่อมีการใช้บัตรผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
- (19) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

55. ท่านอยากได้คุณสมบัติของบัตรเครดิตใบแรก (1st Credit Card) นอกเหนือจากคุณสมบัติในปัจจุบัน

.....

.....

.....

56. หากท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่นใด กรุณาระบุในช่องว่างต่อไปนี้

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามนี้
 นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต โปรแกรมการตลาด รุ่น 17B
 วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

