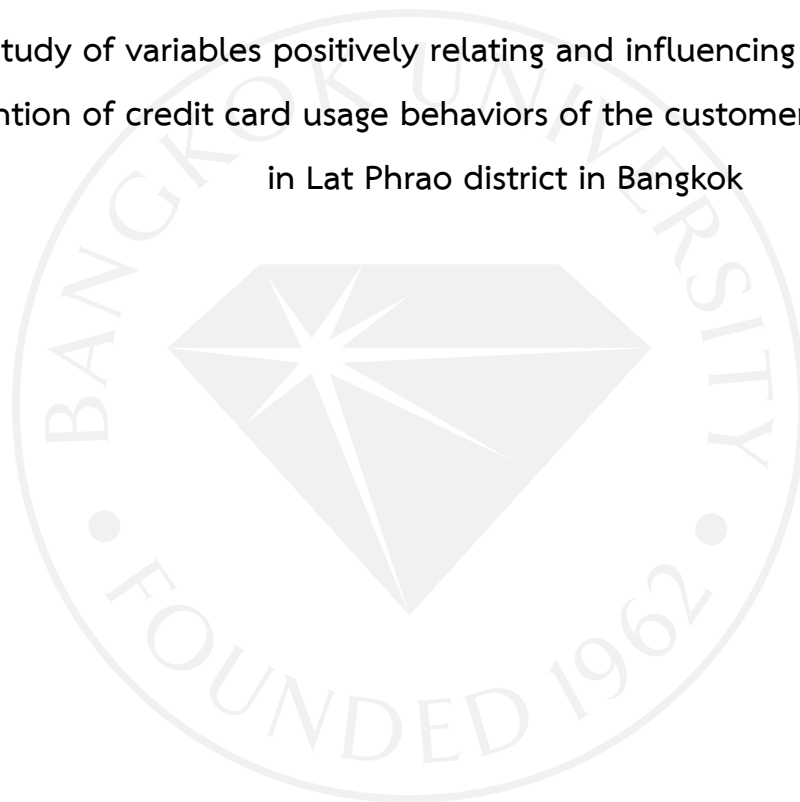


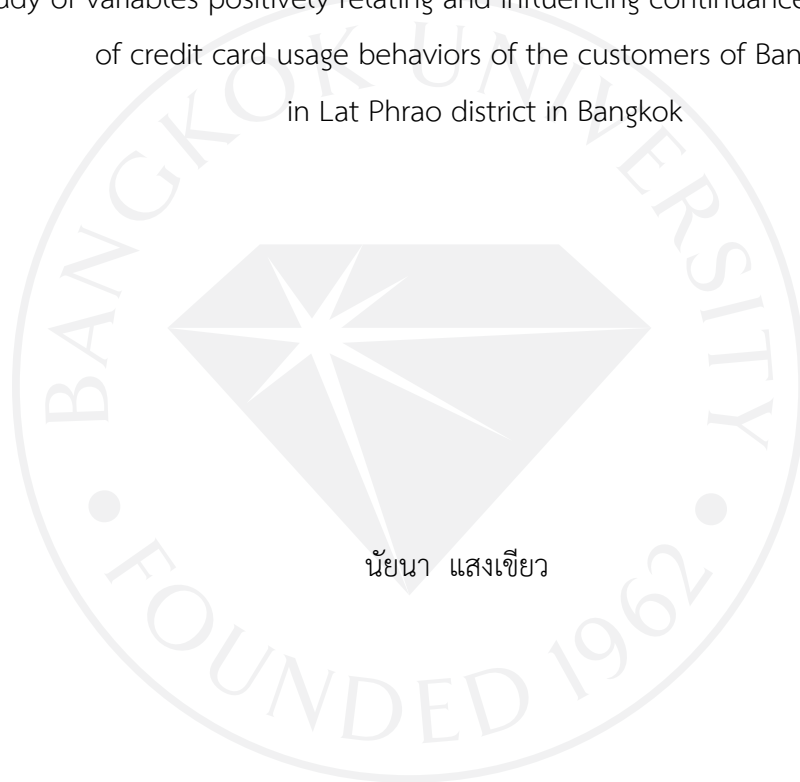
การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้
บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The study of variables positively relating and influencing continuance
intention of credit card usage behaviors of the customers of Bank A
in Lat Phrao district in Bangkok



การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้
บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

The study of variables positively relating and influencing continuance intention
of credit card usage behaviors of the customers of Bank A
in Lat Phrao district in Bangkok



นัยนา แสงเขียว

การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2558

นัยนา แสงเขียว

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย นัยนา แสงเขียว

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรยา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

1 กุมภาพันธ์ 2558

นัยนา แสงเขียว. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กุมภาพันธ์ 2558, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักธนาคาร A ในเขตตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร (103 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัย นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default risk perception) การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice) ที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior) จากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด ของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A ในเขตตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนกันยายนถึงตุลาคม 2557 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่ามีเพียง ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) ($\beta=0.362$) ปัจจัยผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) ($\beta=0.299$) ปัจจัยนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) ($\beta=0.239$) ปัจจัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) ($\beta=0.180$) ที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักธนาคาร A โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ตามลำดับข้างต้น ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกที่มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักธนาคาร A อย่างต่อเนื่องได้ร้อยละ 64.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง, นโยบายของธนาคาร, พฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

Sangkeiw, N. M.B.A. , February 2015, Graduate School, Bangkok University.

The study of variables positively relating and influencing continuance intention of credit card usage behaviors of the customers of Bank A in Lat Phrao district in Bangkok. (103 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

The researcher attempted to study the variables, which were bank's policies, willingness to pay, awareness about total debt owed, awareness about total debt owed, perceived deterrents, subjective norms, default risk perception, self-identity, and lifestyle choice, positively relating and influencing continuance intention of credit card usage behavior of the customers of Bank A in Lat Phrao district, Bangkok. There were 300 usable questionnaires responded from the customers of Bank A from September to October 2014. The data analyzed using Multiple Regression Analysis. The researcher found that the following factors had positive effects on continuance intention of credit card usage behavior of Bank A at .01 level of significance: self-identity ($\beta=0.362$), positive affects ($\beta=0.299$), bank's policies ($\beta=0.239$), and default risk perception ($\beta=0.180$), explaining 64.6% of the continuance intention of credit card usage behavior.

Keywords: Self-identity, Bank's policies, Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดี ตลอดจนได้ตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องพร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานในงานประชุมวิชาการ เพื่อมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ คุณแหวตา เจนศุภการ และคุณสุกัญญา ปานวัชราคม ที่สละเวลาอันมีค่าเป็นผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและช่วยให้ข้อเสนอแนะที่ดี เพื่อให้แบบสอบถามสมบูรณ์และตรงประเด็นกับงานวิจัย

ขอขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ ทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้และคอยให้กำลังใจ และขอขอบคุณผู้ใช้บริการบัตรเครดิตทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้

สุดท้ายนี้หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขอภัยเป็นอย่างสูง และหวังว่าการศึกษาเฉพาะบุคคลนี้อาจมีประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และธุรกิจสถาบันการเงินและการธนาคารไม่มากนักน้อย

นัยนา แสงเขียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 คำถามของการวิจัย	7
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายของธนาคาร	9
2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเต็มใจในการจ่าย	10
2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตระหนักถึงหน้าที่ค้ำชำระทั้งหมด	10
2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบในทางบวก	10
2.5 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อจำกัด	11
2.6 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	11
2.7 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตาม จำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด	11
2.8 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง	11
2.9 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับตัวเลือกในการใช้ชีวิต	12
2.10 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่าง ต่อเนื่อง	12
2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.12 สมมติฐานการวิจัย	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	16
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	18
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	22
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	33
3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	34
3.7 วิธีการทางสถิติ	35
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์	39
4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	43
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน	46
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐาน	56
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น	63
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน	67
5.2 การอภิปรายผล	70
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	74
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	79
ภาคผนวก ข เอกสารขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ	86
ประวัติผู้เขียน	103
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (Kasikorn Bank)	2
ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ (The Siam Commercial Bank)	3
ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Krungsri Bank)	3
ตารางที่ 1.4: โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 สถาบันธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (Kasikorn bank) ธนาคารไทยพาณิชย์ (The Siam Commercial Bank) และธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Krungsri Bank)	4
ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n = 40)	23
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบใน ทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับ ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต พฤติกรรมความ ตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (n = 300)	28
ตารางที่ 4.1 : แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ	40
ตารางที่ 4.2 : แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ	40
ตารางที่ 4.3: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพ	41
ตารางที่ 4.4: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา	41
ตารางที่ 4.5: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ต่อเดือน	42
ตารางที่ 4.6: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ	42
ตารางที่ 4.7: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทของบัตร เครดิต	43
ตารางที่ 4.8: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ ท่านใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A	44
ตารางที่ 4.9: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งใน การใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทสินค้าและบริการ	45
ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)	46
ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)	47
ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)	48
ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)	49
ตารางที่ 4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)	50
ตารางที่ 4.16: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)	51
ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)	52
ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)	53
ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)	54
ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
<p>ตารางที่ 4.21: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนดด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง</p>	56
<p>ตารางที่ 4.22: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง</p>	59
<p>ตารางที่ 4.23: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง</p>	60
<p>ตารางที่ 4.24: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ</p>	64

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	17
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	65



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของสังคมไทยในยุคปัจจุบันทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี รวมไปถึงธุรกิจสถาบันการเงินและการธนาคารที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของทุกคนที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สังคมเมืองมีการแข่งขันต่อสู้กันเพื่อความอยู่รอดของ ตนเอง ธุรกิจสถาบันการเงินและการธนาคารที่มีการแข่งขันทางการตลาดสูงมากจึงเข้ามามีบทบาทใน การดำเนินชีวิต รวมถึงการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและบริโภค ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตมีการ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ประชาชนที่ใช้บริการต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการมาก ขึ้น ดังนั้นทำให้บัตรเครดิตเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางแทนเงินสดที่นิยมสำหรับการ ชำระเงินของผู้บริโภค (Baumann, Teoh, Chong & Yong, 2013, pp.481-500)

ประเทศไทยเริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2512 โดยผู้ออกบัตรคือ บัตร ไตเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ต่อมาปี พ.ศ. 2513 ธนาคาร แห่งอเมริกา ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศที่เรียกว่า Bank America Credit หรือ “บัตรวีซ่า” เข้ามา ใช้ในประเทศไทย ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนในการออก บัตรวีซ่าและบัตรมาสเตอร์การ์ด ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต่างมีการผลักดันในการออก บัตรเครดิตของตนเอง ซึ่งส่งผลให้มีการขยายตัวของปริมาณบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างมากและมีการ แข่งขันกันมากขึ้นด้วย (สุลี โชติกปประคัลภ, 2554) จำนวนบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2556 จะขยายตัวได้ ไม่ต่ำกว่า 1.2 - 1.5 ล้านใบ หรือเติบโตราว 7.0 - 9.0% ถึงแม้มีอัตราชะลอตัวลงจากปี พ.ศ. 2555 ที่ เติบโตราว 10.0 - 10.5% แต่ก็ยังเป็นการขยายตัวค่อนข้างดีกว่าในช่วงปี พ.ศ. 2555 ซึ่ง ผู้ประกอบการบัตรเครดิตได้จัดการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรและยอดเงินให้ สิ้นเชื่อแก่ลูกค้า รวมถึงการชำระหนี้คืนของลูกค้าท่ามกลางภาวะที่สังคมกังวลต่อปัญหาหนี้ครัวเรือน อาทิจากการให้คะแนนสะสมพิเศษกรณีชำระหนี้เต็มวงเงิน หรือชำระหนี้ก่อนครบกำหนด การสะสม คะแนนเพื่อแลกของกำนัล เพื่อให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัด โปรโมชันผ่อน 0% การให้เครดิตเงินคืน เป็นต้น พร้อมทั้งนี้ ผู้ประกอบการบัตรเครดิตมีแนวโน้มที่จะ ใช้ช่องทางการใช้จ่ายออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีการใช้สื่อ เพิ่ม Social Network มากขึ้น การตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมซื้อขายสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น โดย ทำควบคู่ไปกับการบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเพื่อเพิ่มรายรับจากค่าธรรมเนียม โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรในปี พ.ศ. 2556 คงขยายตัวได้ราว 10 -

15% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 หรือคิดเป็นมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตประมาณ 1.05 - 1.1 ล้านล้านบาท ส่วนเงินให้สินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตทั้งระบบคาดว่าจะเติบโตราว 10 - 13% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 ซึ่งคาดว่าจะเติบโตสูง 15.5 - 16.5% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

ทั้งนี้สถาบันการเงินและการธนาคารมีคู่แข่งทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตในระดับเดียวกันในปัจจุบัน ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น ทุกธนาคารต่างก็มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างมากในประเทศไทย ซึ่งผู้บริโภคจะเลือกใช้บัตรเครดิตกับธนาคารที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นจึงได้มีการวิเคราะห์ความแตกต่างในด้านจุดแข็งและ จุดอ่อนของทั้ง 3 สถาบันธนาคาร ดังนี้

ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- ธนาคารกสิกรไทยเป็นผู้ริเริ่มการนำบัตรเครดิตเข้ามาใช้ในประเทศไทยเป็นรายแรก	- อัตราดอกเบี้ยสูง หากไม่สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตแบบเต็มจำนวน
- ธนาคารกสิกรไทยมีประเภทของบัตรเครดิตที่หลากหลายใช้ผู้บริโภคเลือกใช้และมีความน่าเชื่อถือ	- ช่องทางการชำระเงินบัตรเครดิตยังไม่ครอบคลุม
- ธนาคารกสิกรไทยมีจำนวนผู้ใช้บัตรเครดิตจำนวนมากและมีการขยายฐานลูกค้าและแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น segment อย่างชัดเจน	
- มีพันธมิตรทางธุรกิจจำนวนมาก สามารถร่วมเสนอสิทธิพิเศษให้แก่ลูกค้าที่สมัครบัตรเครดิต เช่น บัตรเครดิตร่วมโรบินสัน-กสิกรไทย บัตรเครดิตร่วม บัตรเครดิตร่วมเมอร์เซเดส-กสิกรไทย บัตรเครดิตร่วมเครือโรงพยาบาลกรุงเทพ-กสิกรไทย เป็นต้น	

ที่มา: ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2557). ดอกเบี้ยกับเครดิตธนาคารกสิกรไทย.

สืบค้นจาก <http://www.kasikornbank.com/TH/Personal/Credit/Pages/Cards.aspx>.

ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- บัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค	- การเบิกถอนเงินสดจากบัตรเครดิตแต่ละครั้งมีค่าธรรมเนียมสูง
- ธนาคารไทยพาณิชย์มีฐานลูกค้าขนาดใหญ่และมีช่องทางการให้บริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	- เกณฑ์การพิจารณาอนุมัติบัตรเครดิตค่อนข้างสูง
- ระบบเทคโนโลยีของธนาคารไทยพาณิชย์มีความทันสมัย	- ช่องทางการชำระเงินบัตรเครดิตยังไม่ครอบคลุม

ที่มา: ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2557). *บัตรเครดิตจากไทยพาณิชย์*. สืบค้นจาก <http://www.scbcreditcard.com>.

ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนของบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา

จุดแข็ง	จุดอ่อน
- บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยามีพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมกันออกบัตรเครดิต เช่น บัตรเครดิตโฮมโปร วีซ่า แพลทินัม บัตรเครดิต เอไอเอ วีซ่า เป็นต้น	- ธนาคารกรุงศรีอยุธยามีสาขาที่ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า
- บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยามีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	- การประชาสัมพันธ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยายังไม่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ

ที่มา: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2557). *ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีฯ*. สืบค้นจาก <http://www.krungsricard.com>.

ส่วนในด้านโอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 สถาบันธนาคาร มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปออกมา ดังนี้

ตารางที่ 1.4: โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 สถาบันธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (Kasikorn Bank) ธนาคารไทยพาณิชย์ (The Siam Commercial Bank) และธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Krungsri Bank)

โอกาส	อุปสรรค
- อัตราการต้องการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการบัตรเครดิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	- กลุ่มเป้าหมายอาจจะถือบัตรเครดิตใบอื่นอยู่หรือมากกว่า 1 ใบทำให้ต้องยื่นข้อเสนอและสิทธิพิเศษที่แตกต่างเพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง
- ในตลาดมีบัตรเครดิตที่เจาะกลุ่มเป้าหมายตามไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคน้อยแต่ดีไซน์รูปแบบบัตรเครดิตที่ทันสมัยเป็นโอกาสที่ทั้ง 3 สถาบันธนาคารจะนำไปใช้เพื่อความเป็นผู้นำในตลาด	- ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในช่วงขาลง การเมืองที่ยังไม่มีความเสถียรภาพส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นต่อการใช้จ่ายของกลุ่มผู้บริโภค
	-บัตรเครดิตมักถูกมองจากสังคมในแง่ลบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้ประชาชนใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือย

จากตารางข้อมูลที่ 1.1 ถึง 1.4 ที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่าสถาบันการธนาคารมีการออกผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตที่เหมือนกัน จึงทำให้มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นการที่สถาบันธนาคารจะครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ จำเป็นที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสามารถโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือให้องค์กรส่งผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

จากการค้นคว้างานวิจัยในอดีตพบว่างานวิจัยของ Baumann, et al. (2013, pp.481-500) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในหมู่ชาวมาเลเซียจำนวน 150 คน พบว่า ปัจจัย

นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) ปัจจัยการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) ปัจจัยการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย กล่าวคือ ผลประโยชน์ที่ทางธนาคารจัดให้ลูกค้าและนโยบายในการชำระหนี้แบบต่างๆ ความเต็มใจของลูกค้าในการชำระหนี้ ตลอดจน การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ผู้ใช้บัตรเครดิตชาวมาเลเซียส่วนใหญ่จะชำระหนี้ที่ค้างทั้งหมด มีเพียงส่วนน้อยที่จะชำระเพียงยอดชำระขั้นต่ำ นอกจากนั้น Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) เก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามชาวศรีลังกาจำนวน 1,603 ชุดเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอสินเชื่อจำนวนน้อย (Microcredit) เพื่อกระตุ้นธุรกิจของผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียว ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) ปัจจัยการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) ปัจจัยความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) ปัจจัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) เป็นปัจจัยที่คาดการณ์ พฤติกรรมความตั้งใจ (Purchase Intention) ขอสินเชื่อจำนวนน้อยได้ เช่น ปัจจัยการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) หมายถึง ถ้าผู้ให้สินเชื่อลดค่าธรรมเนียม ลดหย่อนข้อกำหนดของการให้สินเชื่อ ลดขั้นตอนในกระบวนการพิจารณาสินเชื่อ แล้วผู้ขอสินเชื่อจะมีเครดิตได้ และสามารถใช้จ่ายได้ ผู้มีเครดิตที่มีอายุน้อยจะเกิดแรงกระตุ้นทั้ง อารมณ์ กิจกรรม ความตื่นตัว ความสนใจ แรงบันดาลใจ ความภูมิใจในตนเอง ในการใช้จ่ายง่ายกว่าผู้มีอายุมาก ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) จะส่งผลกระทบเชิงบวกต่อ พฤติกรรมการใช้จ่าย (Purchase Intention) ถ้าองค์กรผู้ให้เครดิตส่งเสริมเรื่องราวของความสำเร็จของลูกค้าเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กในอดีตจะทำให้ลูกค้าปัจจุบันที่กำลังทำธุรกิจได้รับแรงกระตุ้นในการใช้จ่ายมากขึ้นได้ นอกจากนั้น Kara, Kaynak & Kucukemioroglu (1996, pp.209-230) มีการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชาวอเมริกัน พบว่า ลูกค้าบัตรเครดิตมีอยู่ 4 ประเภท ได้แก่ ผู้ชอบใช้บัตรเครดิต (Credit Card Prone) ผู้มีทัศนคติเกลียดบัตรเครดิต (Credit Card Aversive Attitudes) ผู้ใช้บัตรเครดิตเพื่อเกียรติยศ (Outer-directed Attitudes) และผู้ใช้บัตรเครดิตด้วยความระมัดระวัง (Felt-involved Credit Card Attitudes) ถือเป็น ปัจจัยตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice) ที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Card Usage Behavior) (Sørebø, Halvari, Gulli & Kristiansen, 2009, pp.1177-1187)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยดังกล่าวแล้ว พบว่างานวิจัยในต่างประเทศมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต สำหรับงานวิจัยในประเทศไทยพบว่า งานวิจัยของไทยในอดีตยังไม่มีการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

ความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อค้นหาว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในที่นี้ใช้ชื่อแทนด้วย ธนาคาร A (ทั้งนี้เพื่อความเป็นกลางในการรายงานข้อมูลงานวิจัยและเพื่อมิให้เกิดผลกระทบใดๆ ต่อองค์กรผู้ให้ข้อมูล) ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษารังนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ และผู้ที่สนใจจะเข้ามาดำเนินธุรกิจประเภทนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์ในการส่งเสริมพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องให้แก่ผู้บริโภค เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัย นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A ในเขตตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ศึกษาอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A โดยอาศัยความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่

- 1.3.1.1 นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)
- 1.3.1.2 การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)
- 1.3.1.3 การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)
- 1.3.1.4 ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)
- 1.3.1.5 การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)
- 1.3.1.6 ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)
- 1.3.1.7 แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือ

ตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)

1.3.1.8 การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)

1.3.1.9 ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)

1.3.1.10 พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)

1.3.2 ศึกษาโดยเก็บตัวอย่างข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A โดยเก็บตัวอย่าง อย่างน้อย 300 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 กันยายน 2557 ถึง 31 ตุลาคม 2557

1.4 คำถามของงานวิจัย

นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิตมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A หรือไม่อย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

1.5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

1.5.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าเช่น นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต

1.6 คำนียามศัพท์เฉพาะ

ธนาคาร A (Bank A) หมายถึง ธนาคารที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในประเทศไทย ที่ริเริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาใช้ในประเทศไทยเป็นรายแรก

ลูกค้า (Customers) หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท และเป็นผู้ถือครองบัตรเครดิต

บัตรเครดิต (Credit Card) หมายถึง บัตรซึ่งสถาบันการเงินหรือธุรกิจออกให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก เพื่อให้ชำระค่าสินค้าหรือบริการจากสถานการค้าหรือ ธุรกิจที่รับบัตรนั้นแทนการชำระด้วยเงินสด

นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) หมายถึง สิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บัตรเครดิต เช่น การได้รับของขวัญฟรี คะแนนสะสม การรับเงินสดคืนเข้าบัตร เป็นต้น

การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) หมายถึง ค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรเครดิต การตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิต

การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) หมายถึง การตระหนักถึงหนี้จากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) หมายถึง การใช้บัตรเครดิตทำให้มีความสุข การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) หมายถึง ข้อจำกัดและระยะเวลาในการอนุมัติบัตรเครดิตรวมถึงค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเครดิต

ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) หมายถึง บุคคลที่สนับสนุนการใช้บัตรเครดิต

แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) หมายถึง ความกังวลที่เกิดจากการที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด

การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) หมายถึง บุคลิกภาพ ตัวตนที่แท้จริงของตนเอง

ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice) หมายถึง ค่านิยมในการเลือกใช้สินค้าและบริการ รวมถึงตัวเลือกในการใช้ชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

พฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายของธนาคาร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเต็มใจในการจ่าย
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบในทางบวก
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อจำกัด
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด
- 2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง
- 2.9 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวเลือกในการใช้ชีวิต
- 2.10 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง
- 2.11 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.12 สมมติฐานการวิจัย
- 2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 2.14 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)

Baumann, et al. (2013, pp.481-500) ได้กล่าวถึง การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในหมู่ชาวมาเลเซียจำนวน 150 คน พบว่า ปัจจัยนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย กล่าวคือ ผลประโยชน์ที่ทางธนาคารจัดให้ลูกค้าและนโยบายในการชำระหนี้แบบต่างๆ ความเต็มใจของลูกค้าในการชำระหนี้ตลอดจน การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด มีผลกระทบอย่างมากต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ผู้ใช้บัตรเครดิตชาวมาเลเซียส่วนใหญ่จะชำระหนี้ที่ค้างทั้งหมด มีเพียงส่วนน้อยที่จะชำระเพียงยอดชำระขั้นต่ำ Chakravorti (2003 อ้างใน Baumann, et al., 2013) แรงจูงใจเหล่านี้รวมถึงไม่มี

ค่าธรรมเนียมรายปี ส่วนลดเงินสดจากสายการบิน การผ่อนชำระเงินเป็นงวดหรือส่วนลดสำหรับการซื้อสินค้า จากมุมมองของการตลาดเชิงสัมพันธ์ ความปรารถนาที่จะใช้จ่ายมากขึ้นเกี่ยวกับบัตรเครดิตจะเพิ่มขึ้นในแง่ของความสามารถในการมีรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากความพร้อมของนโยบายการประกันบัตรเครดิต บางส่วนของผลประโยชน์ที่อาจจะมี ความคุ้มครองในกรณีของการสูญเสียบัตรเครดิต การเกิดอุบัติเหตุในขณะที่ในการเดินทางและผู้ถือบัตรจะกลายเป็นผู้ว่างงานหรือเจ็บป่วย อีกประโยชน์ที่เป็นไปได้ที่อาจจะมี การยอมรับอย่างกว้างขวางของธนาคารสมาคมบัตรที่สำคัญซึ่งจะทำให้การซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตสะดวกมากยิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)

Baumann, et al. (2013) ได้กล่าวถึง การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในหมู่ชาวมาเลเซียจำนวน 150 คน พบว่า ปัจจัยการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย กล่าวคือ การเต็มใจในการจ่ายเป็นทัศนคติที่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่มีต่อบัตรเครดิต ทัศนคติเกี่ยวกับการเต็มใจในการจ่าย โดยผู้ถือบัตรเครดิตรู้ถึงค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรเครดิต การเรียกเก็บหนี้ทั้งหมด รวมถึงการจัดการรายได้และรายจ่ายของตนเอง ซึ่งผู้ถือบัตรเครดิตเต็มใจในการจ่ายทั้งหมด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)

Durkin (อ้างใน Baumann, et al., 2013) ได้กล่าวถึง การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในหมู่ชาวมาเลเซียจำนวน 150 คน พบว่า การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย กล่าวคือ การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมดของผู้บริโภคของค่าใช้จ่ายและผลกระทบของการใช้บัตรเครดิต วงเงินบัตรเครดิตแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บัตรเครดิตมีแนวโน้มที่จะประมาทหรือลืมจำนวนเงินที่ใช้ ส่งผลทำให้แนวโน้มการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเต็มวงเงินที่ได้รับอนุมัติ เมื่อเทียบกับผู้ที่ต้องการใช้เงินสด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการใช้บัตรเครดิต ผู้บริโภคมีความคิดเกี่ยวกับวิธีที่การใช้จ่ายจริงในรายการที่ไม่จำเป็นและไม่สามารถจ่ายได้มากที่สุดในเวลาที่กำหนดทำให้เกิดหนี้บัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)

Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) ได้กล่าวถึง ผลกระทบในทางบวกต่อการใช้จ่ายบัตรเครดิตหมายถึงการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีผลกระทบต่อความรู้สึก ทำให้เกิดความกระตือรือร้น

ต้นตอ แรงบันดาลใจและความสนใจ Russell & Barrett (1999 อ้างใน Jebarajakirthy & Lobo, 2014, pp.239-248) นักวิจัยยืนยันว่าบัตรเครดิตมีแนวโน้มที่จะทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการยื่นขอและสมัครบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)

Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) ได้กล่าวถึง การรับรู้ข้อจำกัด หมายถึง ถ้าผู้ให้สินเชื่อลดค่าธรรมเนียม ลดหย่อนข้อกำหนดของการให้สินเชื่อ ลดขั้นตอนในกระบวนการพิจารณาสินเชื่อ แล้ว ผู้ขอสินเชื่อจะมีเครดิตได้ และสามารถใช้จ่ายได้ ผู้มีเครดิตที่มีอายุน้อยจะเกิดแรงกระตุ้นทั้ง อารมณ์ กิจกรรม ความตื่นตัว ความสนใจ แรงบันดาลใจ ความภูมิใจในตนเอง ในการใช้จ่ายง่ายกว่าผู้มีอายุมาก สามารถช่วยลดความตั้งใจในการใช้บัตรเครดิต เนื่องจากลูกค้าต้องคำนึงถึงค่าบริการที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิต

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)

Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) ได้กล่าวถึง ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง แรงกดดันจากสังคมรับรู้ในการดำเนินการหรือไม่ที่จะดำเนินการพฤติกรรม รวมถึงการจูงใจหรืออิทธิพลจากคนรอบข้างหรือสังคม ถือเป็นสิ่งสำคัญที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมรายบุคคล ซึ่งความเชื่อเหล่านี้สามารถวัดได้จากการเลือกผู้ที่มีชื่อเสียงมาโฆษณาผลิตภัณฑ์สินค้า และการแสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้เข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากคนรอบข้างได้ง่ายและต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง การจูงใจจากสังคมและโครงสร้างทางกายภาพของสิ่งแวดล้อมต่อความคาดหวัง ความเชื่อ ความสามารถทางความคิดและการรับรู้ของมนุษย์ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจากคนรอบข้างทั้งครอบครัว พ่อแม่ เพื่อนและเพื่อนร่วมงานมีผลต่อทัศนคติการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)

Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) ได้กล่าวถึง ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด อิทธิพลความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการใช้จ่ายทางการเงินส่งผลกระทบต่อตัดสินใจที่จะใช้บัตรเครดิต เพราะต้องคำนึงถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นเมื่อไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด แนวโน้มที่จะรับรู้ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตจะช่วยลดความตั้งใจสำหรับการเลือกใช้บัตรเครดิต

2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)

Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) ได้กล่าวถึง การระบุความเป็นตัวตนของ

ตนเองโดยการถ่ายทอดเอกลักษณ์ของตนเองผ่านการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เอกลักษณ์ของตัวเองอาจจะสามารถบ่งบอกถึงไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของตนเอง ความตั้งใจของการใช้เครดิตเนื่องจากในปัจจุบันในสังคมที่เกิดขึ้นบัตรเครดิตมีบทบาทสำคัญของชีวิตส่วนใหญ่ของผู้บริโภคเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าแทนเงินสดและทำให้ลูกค้ามีความภาคภูมิใจในการเป็นลูกค้าบัตรเครดิต

2.9 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)

Kara, Kaynak & Kucukemioroglu (1996, pp.209-230) ได้กล่าวถึง บัตรเครดิตมักจะใช้เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้บริโภค จะสร้างโอกาสสำหรับผู้บริโภคสามารถทำให้การซื้อสินค้าบางอย่างที่ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อได้ ความสามารถในการควบคุมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตได้ บัตรเครดิตอาจให้แหล่งที่มาของเงินทุนที่อาจเกิดขึ้นในเวลาที่ต้องการ ความรับผิดชอบในการใช้บัตรเครดิต เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะวางแผนทางการเงิน เช่น การจัดทำงบประมาณ แต่ไม่มีความแตกต่างทางเพศในพฤติกรรมการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต นอกจากนี้ผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในรายการเสื้อผ้าในขณะที่เพศความบันเทิง สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอาหาร ผู้ประกอบการบัตรเครดิตมักจะใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเหล่านี้เพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว ความต้องการของผู้บริโภคสำหรับความพึงพอใจในตัวเอง

2.10 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)

Sørebø, Halvari, Gulli & Kristiansen (2009, pp.1177-1187) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการตั้งใจ ปัจจัยหลัก (Control Factor) ในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) โดยความตั้งใจในทฤษฎีนี้หมายถึง ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้ บุคคลได้ทุ่มเทความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ยิ่งบุคคลมีความตั้งใจแน่วแน่และพยายามมากเพียงใด ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้น

2.11 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤศจิกายน จิรายุทธเจริญสุข และ เพ็ญจิรา คันธวงค์ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า (1) ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กร และความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (2) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดและความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (3) อำนาจพยากรณ์ของภาพลักษณ์องค์กรและส่วนประสมการตลาดที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 3

เดือน คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน 2555 จำนวน 250 รายโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม (1) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (2) ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจที่จะใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และ (3) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีอำนาจพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการไม่มีอำนาจพยากรณ์ตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารไว้ตัวต่อน้อยอย่างมีนัยสำคัญ

เกรียงไกร ทองพันธุ์ และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์และอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการออกแบบส่วนต่อประสานและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าใช้ธนาคารผ่านมือถือ : กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์และอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการออกแบบส่วนต่อประสานความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงานผู้ใช้ธนาคารบนมือถือ กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking กรณีศึกษาของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) โดยงานวิจัยจะครอบคลุมลูกค้าของธนาคารและพนักงานที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือเท่านั้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ .01

พัชรชาติ ทองเลื่อน (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม กับความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้หญิงอาชีพบริการที่สูบบุหรี่ซึ่งปฏิบัติงานในสถานบริการของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 100 คน ได้มาจากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎีการกระทำตามแผนของ Ajzen (1988) ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลส่วนบุคคล

แบบสอบถามเจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่ แบบสอบถามการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แบบสอบถามการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและแบบสอบถามความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ ได้ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน และหาค่าความเที่ยงจากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ .76, .86, .90 และ .80 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. ผู้หญิงอาชีพบริการมีเจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 134.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 29.14 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอยู่ในระดับสูงโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 90.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 22.16 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมอยู่ในระดับต่ำ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 116.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 48.93 และความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 6.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.44 2. เจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = .36, .33$ และ $.25$ ตามลำดับ) 3. เจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม สามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการได้ร้อยละ 15.60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีอำนาจในการทำนาย ซึ่งสร้างสมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ = $.334$ (เจตคติต่อการเลิกสูบบุหรี่) + $.216$ (การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม)

ธวัชชัย ทิพย์ชุน (2548) ได้ทำวิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องทศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทศนคติและ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อทศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ศึกษาจากจำนวนผู้ใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี 9,794 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีทศนคติต่อบัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง มีทศนคติด้านการยอมรับในระดับสูง มีทศนคติด้านความสะดวกความจำเป็นและทศนคติ ด้านความฟุ่มเฟือยอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีพฤติกรรมการใช้จ่าย บัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย สูงสุด รองลงมาคือด้านจิตใจและด้านสังคม ทั้งนี้ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพและรายได้มีอิทธิพลต่อทศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศไม่มีอิทธิพลต่อ

ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ปัญหาที่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี ที่พบมากที่สุดคือแถบแม่เหล็กบนบัตรเสีย การคิดค่าธรรมเนียมและการปฏิเสธจากร้านค้าในการรับบัตรเครดิต ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิต มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อบัตรเครดิตในระดับปานกลาง ถือว่าบัตรเครดิตมีประโยชน์ในเชิงบวก

มณฑิตา สกุลรัตน์ศักดิ์ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต ปัญหาการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและปัญหาการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า (1) ผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพเป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี สมรสแล้ว วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท โดยปัจจุบันถือบัตรเครดิตประเภท KTC Visa Platinum, Visa gold, Master titanium สำหรับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือจำนวน 2 ใบ และได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตระหว่าง 60,001-80,000 บาท ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต 2-5 ครั้งต่อเดือน เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการโดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยการใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย สถานที่ที่ใช้โรงแรม รูปแบบการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความกระตือรือร้นของพนักงาน การให้อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีสิทธิประโยชน์หลายอย่าง ทราบข้อมูลผ่านทางสื่อออนไลน์ มีความพึงพอใจกับการได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และจะแนะนำให้เพื่อนมาสมัครเป็นสมาชิก หากบัตรที่ใช้อยู่หมดอายุจะต่ออายุสมาชิก (2)โดยมีปัญหาการใช้บริการมากที่สุดในด้านกระบวนการให้บริการ คือเรื่องการขออนุมัติบัตรเครดิตใช้เวลามากกว่า 1 เดือน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและปัญหาการใช้บริการบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.12 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
2. ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
3. ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหน้าที่ค้างชำระทั้งหมด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

4. ปัจจัยด้านผลกระทบในทางบวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
5. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
6. ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
7. ปัจจัยด้านความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
8. ปัจจัยด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
9. ปัจจัยด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A
10. ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

2.13 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. นโยบายของธนาคาร
2. การเต็มใจในการจ่าย
3. การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด
4. ผลกระทบในทางบวก
5. การรับรู้ข้อจำกัด
6. ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
7. ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด
8. การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง
9. ตัวเลือกในการใช้ชีวิต

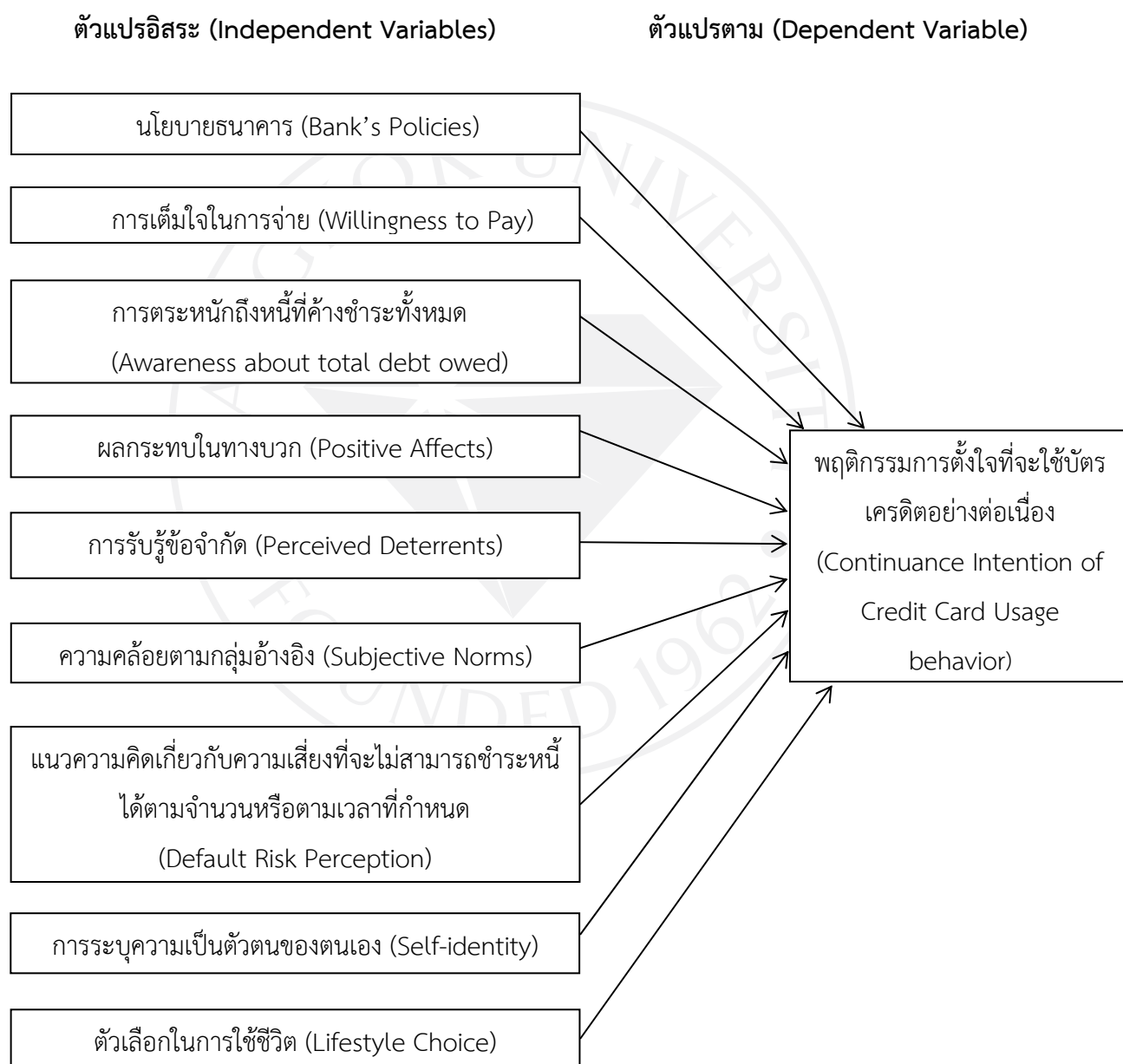
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

คือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

2.14 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 เพื่อนำมาใช้ในการพิสูจน์สมมติฐาน การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักวิชาการ A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและค้นคว้าลำดับดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ถือครองบัตรเครดิตของธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตด้วยตนเอง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ถือครองบัตรเครดิตของธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตด้วยตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้โดยอ้างอิงจากสูตรการกำหนดขนาดของตัวอย่างใช้หลักการคำนวณของ Cohen (1977) จากแบบสอบถามที่เป็น Pilot Test จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.7 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Erdfelder, Faul & Buchner,

1996 และ นางลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าเพาเวอร์ ($1 - \beta$) เท่ากับ 0.80 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.20 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 9 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.038 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R² เท่ากับ 0.0366) ผลที่ได้คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างน้อย 263 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 300 ตัวอย่าง (Cohen, 1977)

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการพิจารณาการสุ่มเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากประชากรที่ถือครองบัตรเครดิตของธนาคาร A ที่มาใช้บริการของธนาคาร A สาขาลาดพร้าว 25 ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บแบบสอบถามทำงานอยู่ในธนาคารสาขาดังกล่าวจึงเข้าถึงการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงได้ดีที่สุด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1.1 ศึกษาจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่ตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและรับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล

1.2 หาความเที่ยงตรง (Validity) ด้านเนื้อหาของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัย จากนั้นจึงนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล คือ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์ และให้ผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจโดยตรง 2 ท่านได้แก่ คุณแววตา เจนสุขการ (ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดพร้าว 25) และคุณสุกัญญา ปานวัชราคม (ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาลาดพร้าว 25) (จดหมายตอบรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงในภาคผนวก) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องและให้การเสนอแนะในการทำวิจัยซึ่งถือเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง (แบบสอบถามอ้างอิงในภาคผนวก) ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุดและนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alphas Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นและความสอดคล้องในแบบสอบถาม

ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

1.4 การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบบสอบถามเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของลูกค้ายี่สิบ ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และการประกอบอาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้ายี่สิบ ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วยปัจจุบันท่านถือบัตรเครดิตของสถาบันการเงินใดบ้าง ระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ท่านใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A ระดับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A และประเภทสินค้าและบริการที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคาร A

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักธนาคาร A ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 45 ข้อ ประกอบไปด้วย

ด้านนโยบายของธนาคาร	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการเต็มใจในการจ่าย	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด	จำนวน 4 ข้อ
ด้านผลกระทบในทางบวก	จำนวน 4 ข้อ
ด้านการรับรู้ข้อจำกัด	จำนวน 4 ข้อ
ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	จำนวน 4 ข้อ
ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง	จำนวน 4 ข้อ
ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต	จำนวน 6 ข้อ

ด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง จำนวน 5 ข้อ
โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบ Likert Scale
มี 5 ระดับโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5	หมายถึง มากที่สุด
ระดับความคิดเห็น 4	หมายถึง มาก
ระดับความคิดเห็น 3	หมายถึง ปานกลาง
ระดับความคิดเห็น 2	หมายถึง น้อย
ระดับความคิดเห็น 1	หมายถึง น้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแปรผลซึ่งผลคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณ
ความกว้างของอันตรภาคชั้นมีดังนี้ (มัลลิกา บุณาค, 2548)

$$\begin{aligned} \text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด} \\ \text{จำนวนชั้น} &= 5 - 1 / 5 \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการประเมินผลการอภิปรายในส่วนของ Descriptive ผลของการวิจัยลักษณะ
แบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ย
ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายของธนาคาร
การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด
ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวน
หรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิง
บวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อยู่ในระดับมาก
ที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.21 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายของธนาคาร
การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด
ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวน
หรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิง
บวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ลูกคามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายของธนาคาร
การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด
ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวน
หรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิง

บวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวน หรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับ นโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวน หรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับคำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A โดยเป็นคำถามปลายเปิด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุดพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้คำถามด้านนโยบายของธนาคารเท่ากับ .869 ด้านการเต็มใจในการจ่ายเท่ากับ .813 ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด เท่ากับ .912 ด้านผลกระทบในทางบวก เท่ากับ .937 ด้านการรับรู้ข้อจำกัด เท่ากับ .968 ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเท่ากับ .889 ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด เท่ากับ .892 ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง เท่ากับ .961 ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต เท่ากับ .934 และพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เท่ากับ .94

จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมาแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูงเนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) และหาค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถามหนึ่งกับผลรวมของข้อคำถามที่เหลือ (Corrected Item-total Correlation) แสดงว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริง

ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n = 40)

ข้อคำถาม		ค่า corrected item-total correlation
นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)		
1	ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับของขวัญฟรี	.826
2	ท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม	.836
3	ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญ	.793
4	ท่านชอบที่จะได้รับเงินสดคืนเข้าบัตรดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A	.756
การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)		
1	ท่านรู้ว่าท่านใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือนอย่างไร	.783
2	ท่านรู้จำนวนหนี้ค้างชำระที่ท่านเป็นหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.750
3	ท่านจะตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่าท่านเป็นคนทำจริงๆ และจำนวนนั้นถูกต้อง	.774
4	ท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำ	.704
5	ท่านรู้ว่ายังกค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไรหลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน	.724
การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)		
1	รายได้ของท่านมักจะไม่เพียงพอกับรายจ่ายเสมอ	.806
2	ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะรักษาเงินสดในมือให้มากขึ้น	.775
3	ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A	.856
4	ท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่าย	.700

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n = 40)

ข้อคำถาม		ค่า corrected item-total correlation
ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)		
1	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมีความสุข	.853
2	ท่านชอบใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.851
3	การวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้น	.741
4	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ	.826
การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)		
1	ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.872
2	มีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A	.731
3	องค์กรที่ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร	.679
4	ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ	.899
ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)		
1	การได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิกในครอบครัวเกิดความประทับใจ	.790
2	เพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.846
3	ญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.605
4	เพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.832
แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)		
1	ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลต่อครอบครัวของท่าน	.766
2	ถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ ท่านจะลำบากใจ	.749

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n = 40)

ข้อคำถาม		ค่า corrected item-total correlation
แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)		
3	ท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ เพราะ ท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติม	.813
4	ท่านรู้สึกเป็นเจ้าของหนี้ที่บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ ถ้าท่านไม่ชำระ หนี้ตามกำหนด	.755
5	ท่านรู้สึกว่าจะต้องขายหรือจำหน่ายสินทรัพย์เพื่อที่จะนำมาจ่ายหนี้จากการใช้ บัตรเครดิตธนาคาร A	.794
การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)		
1	ท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.753
2	การเสาะหาการใช้เงินจากบัตรเครดิตธนาคาร A เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของ ท่าน	.836
3	ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.897
4	ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A	.816
ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)		
1	ท่านชื่นชมคนที่มียาน รถ และเสื้อผ้าราคาแพง	.699
2	ท่านมองว่าความร่ำรวยเงินทองคือหนทางแห่งความสำเร็จ	.893
3	ท่านชอบความหรูหราในชีวิต	.878
4	ท่านมักจะซื้อของแบรนด์เนมเพื่อให้คนอื่นประทับใจ	.900
5	ท่านรู้สึกขัดใจ ถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้	.708
6	ถ้าท่านได้รับของขวัญ ท่านจะนึกถึงราคาของมัน	.682

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของข้อคำถาม (n = 40)

ข้อคำถาม		ค่า corrected item-total correlation
พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)		
1	ท่านตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อย่างต่อเนื่อง	.885
2	ความตั้งใจของท่านคือเพิ่มการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	.847
3	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นได้	.810
4	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความสะดวกมากขึ้นในการจับจ่ายใช้สอย	.706
5	ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืนเงินเข้าบัตร	.849

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยมีตัวแปรทั้งหมดดังนี้

1. นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)
2. การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)
3. การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)
4. ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)
5. การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)
6. ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)
7. แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)
8. การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)
9. ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)
10. พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)

ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามจากโครงสร้างข้างต้นได้จำนวน 45 ข้อ ดังนี้ นโยบายของธนาคาร จำนวน 4 ข้อ การเต็มใจในการจ่าย จำนวน 5 ข้อ การตระหนักถึงหน้าที่ค้างชำระทั้งหมด จำนวน 4 ข้อ ผลกระทบในทางบวก จำนวน 4 ข้อ การรับรู้ข้อจำกัด จำนวน 4 ข้อ ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จำนวน 4 ข้อ แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด จำนวน 5 ข้อ การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง จำนวน 4 ข้อ ตัวเลือกในการใช้ชีวิต จำนวน 6 ข้อ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง จำนวน 5 ข้อ

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างด้วยวิธี Principal Component Analysis ในการหาจำนวนขององค์ประกอบ (Factor) ที่เกิดจากข้อความต่างๆ และกำหนดค่าในโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักของข้อความแต่ละองค์ประกอบโดยให้ Eigenvalue มีค่าเท่ากับ 1 เป็นค่าที่ต่ำที่สุดในการควบคุมจำนวนองค์ประกอบแล้วกำหนดค่าหมุนแกน Orthogonal แบบ Varimax เพื่อให้ข้อความบางตัวที่เดิมเป็นสมาชิกหลายองค์ประกอบกลายเป็นสมาชิกขององค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งอย่างเด่นชัด เป็นการแยกว่าข้อความใดควรจะอยู่กับองค์ประกอบใดผลลัพธ์คือหลังจากหมุนแกน 9 ครั้ง ผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อความต่างๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จะจัดให้อยู่องค์ประกอบนั้น แต่มีข้อแม้ว่าค่า Factor Loading ของแต่ละข้อความควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Nitphong, 2012; ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548 และ รสริน ศรีสีگانนท์, 2555) ผลลัพธ์ของการวัดความเที่ยงตรงในตัวแปรต่างๆ มีดังนี้

ตารางที่3.2: การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (n = 300)

Variables	BP	WP	ADO	PA	PD	SN	DP	SI	LC	CIB
BP1	.803									
BP2	.839									
BP3	.873									
BP4	.739									
WP1		.681								
WP2		.630								
WP3		.722								
WP4		.731								
WP5		.707								
ADO1			.698							
ADO2			.464							
ADO3			<u>.084</u>							
ADO4			.478							
PA1				.666						
PA2				.650						
PA3				.649						
PA4				.384						
PD1					<u>.113</u>					
PD2					.374					
PD3					.304					
PD4					<u>.127</u>					

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต พฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (n = 300)

Variables	BP	WP	ADO	PA	PD	SN	DP	SI	LC	CIB
SN1						.612				
SN2						.747				
SN3						.743				
SN4						.630				
DP1							.791			
DP2							.653			
DP3							.843			
DP4							.781			
DP5							.777			
SI1								.321		
SI2								.707		
SI3								.613		
SI4								.508		
LC1									.800	
LC2									.687	
LC3									.761	
LC4									.767	
LC5									.766	
LC6									.686	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): การวิเคราะห์หาโครงสร้างที่แท้จริงของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต พฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (n = 300)

Variables	BP	WP	ADO	PA	PD	SN	DP	SI	LC	CIB
CIB1										.463
CIB2										.598
CIB3										.222
CIB4										.475
CIB5										.629

จากตารางที่ 3.2: สามารถอธิบายปัจจัยด้านต่างๆ ได้ดังนี้

นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับของขวัญฟรี (BP1) ท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม (BP2) ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญ (BP3) ท่านชอบที่จะได้รับเงินสดคืนเข้าบัตร ดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดยใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (BP4)

การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)

สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านรู้ว่าท่านใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือนอย่างไร (WP1) ท่านรู้จำนวนหนี้ค้างชำระที่ท่านเป็นหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (WP2) ท่านจะตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่าท่านเป็นคนทำจริงๆ และจำนวนนั้นถูกต้อง (WP3) ท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระได้ที่

ท่านไม่ได้เป็นคนทำ (WP4) ท่านรู้ว่ายังคงค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไร
หลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน (WP5)

การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ รายได้ของท่านมักจะไม่ใช่เพียงพอ กับรายจ่ายเสมอ (AW1) ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะรักษาเงินสดในมือให้มากขึ้น (AW2) ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A (AW3) ท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่าย (AW4) อย่างไรก็ตาม คำถามข้อที่ AW3 ได้แก่ ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A อาจจะเป็นข้อคำถามที่ไม่น่าจะจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นๆ มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม จะปรับปรุงข้อคำถามงานวิจัยเพิ่มเติมในอนาคต

ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมีความสุข (PA1) ท่านชอบใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (PA2) การวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้น (PA3) การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ (PA4)

การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A (PD1) มีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A (PD2) องค์กรที่ให้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร (PD3) ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ (PD4) อย่างไรก็ตาม คำถามข้อที่ PD1 และ PD4 ได้แก่ ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A (PD1) ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ (PD4) อาจจะเป็นข้อคำถามที่ไม่น่าจะจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นๆ มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในองค์ประกอบนี้จะนับเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ต่อไป

ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ การได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิกในครอบครัวเกิดความประทับใจ (SN1) เพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (SN2) ญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (SN3) เพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (SN4)

แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลต่อครอบครัวของท่าน (DR1) ถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ ท่านจะลำบากใจ (DR2) ท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้เพราะท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติม (DR3) ท่านรู้สึกว่าเจ้าหน้าที่บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ถ้าท่านไม่ชำระหนี้ตามกำหนด (DR4) ท่านรู้สึกว่าจะต้องขายหรือจำนำสินทรัพย์เพื่อที่จะนำมาจ่ายหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (DR5)

การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (SI1) การเสาะหาการใช้เงินจากบัตรเครดิตธนาคาร A เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของท่าน (SI2) ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (SI3) ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A (SI4)

ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 6 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านชื่นชมคนที่มียาน รถ และเสื้อผ้าราคาแพง (LS1) ท่านมองว่าความร่ำรวยเงินทองคือหนทางแห่งความสำเร็จ (LS2) ท่านชอบความหรูหราในชีวิต (LS3) ท่านมักจะซื้อของแบรนด์เนมเพื่อทำให้คนอื่นประทับใจ (LS4) ท่านรู้สึกขัดใจถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้ (LS5) ถ้าท่านได้รับของขวัญ ท่านจะนึกถึงราคาของมัน (LS6)

พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อย่างต่อเนื่อง (CU1) ความตั้งใจของท่านคือเพิ่มการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (CU2) การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นต้อง (CU3) การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความสะดวกมากขึ้นในการจัดบันทึกค่าใช้จ่าย (CU4) ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืนเงินเข้าบัตร (CU5) อย่างไรก็ตาม คำถามข้อที่ CU3 ได้แก่ การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นต้อง อาจจะเป็นข้อคำถามที่ไม่น่าจะจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นๆ มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม จะปรับปรุงข้อคำถามงานวิจัยเพิ่มเติมในอนาคต

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มของตัวอย่างที่ได้คัดเลือกจำนวน 300 ชุดโดยเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนกันยายนถึงตุลาคม 2557
2. ตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนจะนำมาประมวลผลในระบบโดยได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคลและผู้เชี่ยวชาญข้างต้นดังกล่าว
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์และทำการเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์มาลงรหัสตัวเลขในแบบลงรหัสสำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วนแล้วจึงนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไปข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือตารางและบทความผลงานวิจัยที่ทำมาการศึกษามาก่อนและรวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่สามารถหาได้โดยเกี่ยวข้องกับด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของ

ตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องเพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและสามารถใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการวิจัยได้

3.6 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวมและทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติคือ SPSS และทำวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกลงในโปรแกรมประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลข้อมูลโดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Level of Significance)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติต่างๆดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

4.1.1 ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

4.1.2 ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจุบันท่านถือบัตรเครดิตของสถาบันการเงินใดบ้าง ระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ท่านใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A ระดับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A และประเภทสินค้าและบริการที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคาร A วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ

4.1.3 ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหน้าที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย

ด้านการตระหนักถึงหน้าที่ค้ำชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต และพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้วยสถิติ T-test , F-test และ Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหน้าที่ค้ำชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Multiple Regression

3.7 วิธีการทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยนำค่าที่ได้มาหาค่าคะแนนเฉลี่ย (X) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D และมีมาตรวัดเป็นแบบ Select Category Scale 5 ระดับ

$$P = \frac{fX}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ

f แทน ความถี่ในการปรากฏของข้อมูล

X แทน ค่าของข้อมูลหรือคะแนน

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

นำข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ในส่วนที่ 2 มาหารเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย (Mean) คำนวณจากสูตร

$$A = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ X แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คำนวณจากสูตร

$$S.D. = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x^2)$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) มาทำการทดสอบสมมติฐานโดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับด้านนโยบายของธนาคารกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิตทั้ง 10 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระ ทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต และพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A โดยใช้สถิติการทดสอบ T-test สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มเป็นอิสระต่อกัน ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 2 กลุ่ม วิเคราะห์ด้วยสถิติการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova)

การทดสอบ T-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มในกรณีทราบค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน $s_1^2 \neq s_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_2 - \bar{x}_1}{\sqrt{s_1^2/n_1 + s_2^2/n_2}}$$

$$df = \frac{(s_1^2/n_1 + s_2^2/n_2)}{\frac{s_1^2/n_1}{n_1-1} + \frac{s_2^2/n_2}{n_2-1}}$$

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่ม เท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2/n_1 + (n_2-1)s_2^2/n_2}{n_1+n_2-2}}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	\bar{x}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาความเป็นอิสระ

ค่า F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

$$F = \frac{MS(B)}{MS(W)}$$

เมื่อ F แทนค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจง แบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

$MS_{(B)}$ แทนค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

$MS_{(w)}$ แทนค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

โดยมีองศาอิสระ (Degree of Freedom หรือ d.f.) ดังนี้

$$df = n - 1$$

$$df (B) = p - 1$$

$$df (M) = n - p$$

เมื่อ n แทน จำนวนประชากร

p แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe' Method)

$$F_s = \frac{(\bar{x}_i - \bar{x}_j)^2}{s_w^2 \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
	\bar{x}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มที่ 1
	\bar{x}_j	แทน	ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มที่ 2
	MS _w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	K	แทน	จำนวนกลุ่มที่ศึกษา
	N ₁	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 1
	N _j	แทน	จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 2

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Multiple Regression ใช้สูตร

$$Y' = b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_mX_m + a$$

Y คือ ตัวแปรเกณฑ์

X_k คือ ตัวแปรพยากรณ์ เมื่อ k = 1, ..., m , b

K คือ ความชัน (Partial Slope) ของเส้นถดถอยหรือสัมประสิทธิ์ การถดถอยเฉพาะตัวนั้น ๆ ซึ่งมี การขจัดอิทธิพลของ X_k ตัวอื่น ๆ ออก,

a คือ ค่าคงที่หรือจุดตัดของเส้นถดถอยสำหรับ Y ที่ถูกทำนายด้วย X_k

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านักเรียน A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2557 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2557 โดยใช้แบบสอบถามส่งผ่านถึงลูกค้าที่ถือใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A จำนวน 300 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ คือ SPSS

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ผลดังนี้คำถามด้านนโยบายของธนาคารเท่ากับ 0.846 คำถามด้านการเต็มใจในการจ่าย เท่ากับ 0.763 คำถามด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมดเท่ากับ 0.895 คำถามด้านผลกระทบในทางบวก เท่ากับ 0.925 คำถามด้านการรับรู้ข้อจำกัด เท่ากับ 0.963 คำถามด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เท่ากับ 0.873 ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด เท่ากับ 0.862 ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง เท่ากับ 0.956 ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต เท่ากับ 0.924 ด้านพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เท่ากับ 0.931 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูงเนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 การสรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ นำเสนอในรูปแบบตารางที่ 4.1 – 4.6 ดังนี้

ตารางที่4.1: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	114	38.0
หญิง	186	62.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.1: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีจำนวน 186คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 มากกว่าเพศชายซึ่งมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตารางที่4.2: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	53	17.7
26-30 ปี	68	22.7
31-35 ปี	56	18.7
36-40 ปี	25	8.3
41-45 ปี	31	10.3
46-50 ปี	26	8.7
51-60 ปี	20	6.7
61 ปีขึ้นไป	10	3.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.2: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26-30 ปีมีจำนวน68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองมาคือ อายุ 31-35 ปีมีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ต่อมาคือ ไม่เกิน 25 ปีมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 อายุระหว่าง 41-45 ปี มีจำนวน31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 อายุระหว่าง 46-50 ปีมีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 อายุระหว่าง 51-60 ปีมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 61 ปีขึ้นไปมีจำนวน10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่4.3: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	136	45.3
สมรส	119	39.7
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	45	15.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.3: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองมาคือ สมรส มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่4.4: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	14.7
ปริญญาตรี	179	59.7
ปริญญาโท	77	25.7
ปริญญาเอก	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.4: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองมาคือ ปริญญาโทมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

ตารางที่4.5: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	48	16.0
15,001 – 25,000 บาท	128	42.7
25,001 – 35,000 บาท	64	21.3
35,001 – 45,000 บาท	38	12.7
45,000 บาทขึ้นไป	22	7.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.5: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาทมีจำนวน128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองมาคือ 25,001 – 35,000 บาทมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ต่อมาคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทมีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ต่อมาคือ 35,001 – 45,000 บาทมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ45,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่4.6: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ /รับราชการ	112	37.3
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	134	44.7
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	51	17.0
นิสิต / นักศึกษา	3	1.0
อื่นๆ	-	-
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.6: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างมีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ /รับราชการมีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 ต่อมาคือธุรกิจส่วนตัว / ค้าขายมีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

4.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A

ตารางที่4.7: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทของบัตรเครดิต
(สามารถเลือกตอบได้หลายข้อ)

ประเภทของบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกสิกรไทย (Kbank)	300	100.0
ธนาคารไทยพาณิชย์ (Scb)	282	94.0
ธนาคารกรุงเทพ (Bbl)	170	56.7
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Bay)	179	59.7
ธนาคารกรุงไทย (Ktc)	60	20.0
ธนาคารยูโอบี (Uob)	68	22.7
ธนาคารออมสิน (Gsb)	7	2.3
ธนาคารซีทีแบงก์ (Citibank)	0	.0
ธนาคารธนชาติ (Tnc)	10	3.3
ธนาคารทหารไทย (Tmb)	13	4.3
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (Scbt)	10	3.3
บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ฯ (Aeon)	0	0
อื่นๆ	-	-

จากตารางที่4.7: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทของบัตรเครดิตเป็นธนาคารกสิกรไทย (Kbank) มีจำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาธนาคารไทยพาณิชย์ (Scb) มีจำนวน282 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 รองมาคือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Bay) มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงเทพ (Bbl) มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 ต่อมาคือ ธนาคารยูโอบี (Uob) มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ธนาคารออมสิน (Gsb) มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่4.8: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ท่านใช้
บัตรเครดิตของธนาคาร A

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ท่านใช้บัตร เครดิตของธนาคาร A	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	119	39.7
5,001 – 10,000 บาท	125	41.7
10,001 – 15,000 บาท	14	4.7
15,001 – 20,000 บาท	32	10.7
25,001 – 30,000 บาท	5	1.7
30,000 บาทขึ้นไป	5	1.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่4.8: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้
บัตรเครดิตของธนาคาร A 5,001 – 10,000 บาทมีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองมาคือ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และ 15,001 – 20,000 บาทมี
จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือค่าใช้จ่ายต่อเดือน 25,001 –
30,000 บาทและ 30,000 บาทขึ้นไปมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่4.9: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้
บัตรเครดิตของธนาคาร A

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตร เครดิตของธนาคาร A	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท	25	8.3
501 – 1,500 บาท	133	44.3
1,501 – 2,500 บาท	58	19.3
2,501 – 3,500 บาท	49	16.3
3,501 – 4,500 บาท	18	6.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตร เครดิตของธนาคาร A	จำนวน	ร้อยละ
4,501 – 5,500 บาท	8	2.7
5,500 บาทขึ้นไป	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.9: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A มีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองมาคือ 1,501 – 2,500 บาทมีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ต่อมาคือ 2,501 – 3,500 บาทมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ 4,501 – 5,500 บาทมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.10: แสดงผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประเภทสินค้าและบริการ (สามารถเลือกตอบได้หลายข้อ)

ประเภทสินค้าและบริการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหาร	141	47.0
สินค้าอุปโภค/บริโภค	227	75.7
ค่าเดินทาง (ค่าตัวเครื่องบิน รถทัวร์)	9	3.0
เครื่องสำอาง/อาหารเสริม	168	56.0
ศูนย์บริการรถยนต์	42	14.0
เติมน้ำมัน	153	51.0
ค่ารักษาพยาบาล	20	6.7
อื่นๆ	0	0.0
รวม	-	-

จากตารางที่ 4.10: แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีใช้บัตรเครดิตซื้อประเภทสินค้าและบริการด้านสินค้าอุปโภค/บริโภคมีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองมาคือ

เครื่องสำอาง/อาหารเสริม มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 ต่อมาคือเติมน้ำมัน มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ ค่าเดินทาง (ค่าตัวเครื่องบิน รถทัวร์) มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นโดยรวมและรายด้าน

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)

นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับของขวัญฟรี	4.197	1.069	มาก
2. ท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม	4.177	.974	มาก
3. ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญ	4.330	1.183	มากที่สุด
4. ท่านชอบที่จะได้รับเงินสดคืนเข้าบัตร ดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดยใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.330	1.006	มากที่สุด
รวม	4.258	.949	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11: พบว่า นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.258) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.949) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญและท่านชอบที่จะได้รับเงินสดคืนเข้าบัตร ดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดยใช้บัตรเครดิตธนาคาร A มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.330) รองลงมาคือ ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับของขวัญฟรี (Mean = 4.197) และต่อมาก็คือท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม (Mean = 4.177)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของนโยบายของธนาคาร (Bank's Policies) พบว่า

ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.183) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม (S.D. = 0.974)

ตารางที่4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)

การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้ว่าท่านใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือนอย่างไร	4.150	.723	มาก
2. ท่านรู้จำนวนหนี้ค้ำชำระที่ท่านเป็นหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.263	.629	มากที่สุด
3. ท่านจะตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่าท่านเป็นคนทำจริงๆ และจำนวนนั้นถูกต้อง	4.540	.781	มากที่สุด
4. ท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำ	4.447	.810	มากที่สุด
5. ท่านรู้ว่ายังกค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไร หลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน	4.493	.738	มากที่สุด
รวม	4.379	.598	มากที่สุด

จากตารางที่4.12: พบว่า การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.379) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.598) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านจะตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่าท่านเป็นคนทำจริงๆ และจำนวนนั้นถูกต้องมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.540) รองลงมาคือ ท่านรู้ว่ายังกค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไร หลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน (Mean = 4.493) และต่อมาคือท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำ (Mean = 4.447) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือท่านรู้ว่าท่านใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือนอย่างไร (Mean =4.150)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของการเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) พบว่าท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.810) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านรู้จำนวนหนี้ค้างชำระที่ท่านเป็นหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (S.D. = 0.629)

ตารางที่4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)

การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. รายได้ของท่านมักจะไม่เพียงพอกับรายจ่ายเสมอ	4.010	.852	มาก
2. ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะรักษาเงินสดในมือให้มากขึ้น	4.167	.744	มาก
3. ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A	4.147	.583	มาก
4. ท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่าย	4.017	.959	มาก
รวม	4.085	.553	มาก

จากตารางที่4.13: พบว่า การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.085) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.553) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะรักษาเงินสดในมือให้มากขึ้นมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.167) รองลงมาคือ ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 4.147) และต่อมาคือท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่าย (Mean = 4.017) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือรายได้ของท่านมักจะไม่เพียงพอกับรายจ่ายเสมอ (Mean =4.010)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed) พบว่าท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่ายมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.959) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A (S.D. = 0.583)

ตารางที่ 4.14: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)

ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมีความสุข	4.663	.820	มากที่สุด
2. ท่านชอบใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.440	.669	มากที่สุด
3. การวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้น	4.023	.879	มาก
4. การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ	4.337	.570	มากที่สุด
รวม	4.366	.575	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14: พบว่า ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.366) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.575) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมีความสุขมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.663) รองลงมาคือ ท่านชอบใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 4.440) และต่อมาคือการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ (Mean = 4.337) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือการวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้น (Mean = 4.023)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของผลกระทบในทางบวก (Positive Affects) พบว่าการวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้นของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.879) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ (S.D. = 0.570)

ตารางที่4.15: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)

การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A	4.407	.675	มากที่สุด
2. มีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A	3.703	.760	มาก
3. องค์กรที่ให้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร	3.610	.895	มาก
4. ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ	4.213	.737	มากที่สุด
รวม	3.983	.463	มาก

จากตารางที่4.15: พบว่า การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.379) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.598) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.407) รองลงมาคือ ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ (Mean = 4.213) และต่อมาคือมีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 3.703) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือองค์กรที่ให้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร (Mean = 3.610)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของการรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents) พบว่าองค์กรที่ให้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตรมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.895) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A (S.D. = 0.675)

ตารางที่4.16: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)

ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิกในครอบครัวเกิดความประทับใจ	4.153	.920	มาก
2. เพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	3.893	.915	มาก
3. ญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	3.753	.939	มาก
4. เพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.090	.781	มาก
รวม	3.973	.736	มาก

จากตารางที่4.16: พบว่า ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.973) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.736) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิกในครอบครัวเกิดความประทับใจมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean =4.153) รองลงมาเพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 4.090) และต่อมาเพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 3.893) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean =3.753)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) พบว่าญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.939) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ เพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (S.D. = 0.781)

ตารางที่4.17: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน
แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่
กำหนด (Default Risk Perception)

แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลกระทบต่อครอบครัวของท่าน	3.933	.839	มาก
2. ถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ ท่านจะลำบากใจ	3.713	.783	มาก
3. ท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ เพราะท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติม	3.763	1.202	มาก
4. ท่านรู้สึกว่าเจ้าหน้าที่บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ ถ้าท่านไม่ชำระหนี้ตามกำหนด	4.113	.850	มาก
5. ท่านรู้สึกว่าจำเป็นต้องขายหรือจำนำสินทรัพย์เพื่อที่จะนำมาจ่ายหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	3.350	1.197	มาก
รวม	3.775	.838	มาก

จากตารางที่4.17: พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.775) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.838) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านรู้สึกที่เจ้าหน้าที่บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ ถ้าท่านไม่ชำระหนี้ตามกำหนดมีคะแนนเฉลี่ยมากโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.113) รองลงมาคือ ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลกระทบต่อครอบครัวของท่าน (Mean = 3.933) และต่อมาคือท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ เพราะท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติม (Mean=3.763) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือท่านรู้สึกว่าต้องขายหรือจำนำสินทรัพย์เพื่อที่จะนำมาจ่ายหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean =3.350)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่

สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception) พบว่าท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ เพราะท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติมมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.202) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลกระทบต่อครอบครัวของท่าน (S.D. = 0.839)

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)

การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	3.630	.838	มาก
2. การเสาะหาการใช้เงินจากบัตรเครดิตธนาคาร A เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของท่าน	3.987	.654	มาก
3. ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.213	.650	มากที่สุด
4. ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A	4.107	.676	มาก
รวม	3.984	.526	มาก

จากตารางที่ 4.18: พบว่า การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean=3.984) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.526) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 4.213) รองลงมาคือ ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A (Mean = 4.107) และต่อมาก็คือการเสาะหาการใช้เงินจากบัตรเครดิตธนาคาร A เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตของท่าน (Mean = 3.987) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 3.630)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) พบว่าท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.838) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (S.D. = 0.650)

ตารางที่4.19: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน
ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)

ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านชื่นชมคนที่มีบ้าน รถ และเสื้อผ้าราคาแพง	3.620	.951	มาก
2. ท่านมองว่าความร่ำรวยเงินทองคือหนทางแห่งความสำเร็จ	3.950	.889	มาก
3. ท่านชอบความหรูหราในชีวิต	3.717	.986	มาก
4. ท่านมักจะซื้อของแบรนด์เนมเพื่อทำให้คนอื่นประทับใจ	3.567	1.224	มาก
5. ท่านรู้สึกขัดใจถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้	3.787	.930	มาก
6. ถ้าท่านได้รับของขวัญ ท่านจะนึกถึงราคาของมัน	3.447	1.012	มาก
รวม	3.681	.827	มาก

จากตารางที่4.19: พบว่า ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.681) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.827) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมองว่าความร่ำรวยเงินทองคือหนทางแห่งความสำเร็จมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (Mean = 3.950) รองลงมาคือ ท่านรู้สึกขัดใจถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้ (Mean = 3.787) และต่อมาคือท่านชอบความหรูหราในชีวิต (Mean = 3.717) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือถ้าท่านได้รับของขวัญ ท่านจะนึกถึงราคาของมัน (Mean =3.447)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice) พบว่าท่านมักจะซื้อของแบรนด์เนมเพื่อทำให้คนอื่นประทับใจมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.224) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านรู้สึกขัดใจถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้ (S.D. = 0.930)

ตารางที่4.20: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)

พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior)	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อย่างต่อเนื่อง	4.020	.536	มาก
2. ความตั้งใจของท่านคือเพิ่มการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A	4.170	.650	มาก
3. การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นได้	3.353	.719	มาก
4. การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความสะดวกมากขึ้นในการจดบันทึกค่าใช้จ่าย	4.260	.884	มากที่สุด
5. ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืนเงินเข้าบัตร	4.350	.802	มากที่สุด
รวม	4.031	.493	มาก

จากตารางที่4.20: พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior) โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.031) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.493) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืนเงินเข้าบัตรมีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (Mean = 4.350) รองลงมาคือ การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความสะดวกมากขึ้นในการจดบันทึกค่าใช้จ่าย (Mean = 4.260) และต่อมาคือความตั้งใจของท่านคือเพิ่มการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A (Mean = 4.170) ส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นได้ (Mean = 3.353)

จากตารางนี้พบว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior) พบว่าท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืนเงินเข้าบัตรมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดจาก

องค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน โดยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.884) และข้อที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ท่านตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อย่างต่อเนื่อง (S.D. = 0.536)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ตารางที่ 4.21: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของ ด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

Variable	Mean	SD	BP	WP	ADO	PA	PD	SN	DP	SI	LC	CIB
ด้านนโยบายของธนาคาร (BP)	4.258	.949	1									
ด้านการเต็มใจในการจ่าย (WP)	4.379	.598	.290**	1								
ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (ADO)	4.085	.553	.448**	-.064	1							
ด้านผลกระทบในทางบวก (PA)	4.366	.575	.696**	.044	.418**	1						
ด้านการรับรู้ข้อจำกัด (PD)	3.983	.463	.455**	-.098	.451**	.497**	1					
ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)	3.973	.736	.482**	-.084	.276**	.633**	.541**	1				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่4.21(ต่อ): การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของ ด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

Variable	Mean	SD	BP	WP	ADO	PA	PD	SN	DP	SI	LC	CIB
ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (DP)	3.775	.838	-.022	-.246**	.055	.142*	.179**	.286**	1			
ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (SI)	3.984	.526	.508**	.128*	.328**	.574**	.545**	.661**	.300**	1		
ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต (LC)	3.681	.827	.476**	-.116*	.146*	.503**	.485**	.658**	.649**	.663**	1	
พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง (CIB)	4.031	.493	.557**	.013	.202**	.648**	.491**	.571**	.369**	.681**	.661**	1

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.369) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A หรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.681) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A หรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.661) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ตารางที่4.22: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Anova) ของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	46.978	9	5.220	58.716	.000 ^a
	ความคลาดเคลื่อน Residual	25.780	290	.089		
	Total	72.758	299			

จากตารางที่4.22: ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้าน

การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.23: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคารด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

Dependent Variable : Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior, $r = 0.804$, $R^2 = 0.646$, Constant(a) = 1.264					
Independent Variables	Std. Error	Std. Beta	Sig	Tolerance	VIF
ด้านนโยบายของธนาคาร	0.034	0.239**	0.000	.290	3.443
ด้านการเต็มใจในการจ่าย	0.035	-0.074	0.085	.674	1.483
ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด	0.041	-0.196	0.000	.587	1.704
ด้านผลกระทบในทางบวก	0.049	0.299**	0.000	.377	2.655
ด้านการรับรู้ข้อจำกัด	0.051	0.092	0.055	.539	1.855
ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.038	-0.064	0.253	.386	2.591

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่4.23 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง

Dependent Variable : Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior, $r = 0.804$, $R^2 = 0.646$, Constant(a) = 1.264					
Independent Variables	Std. Error	Std. Beta	Sig	Tolerance	VIF
ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด	0.033	0.180**	0.001	.393	2.542
ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง	0.054	0.362**	0.000	.371	2.695
ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต	0.047	0.058	0.468	.193	5.191

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่4.23: สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องและชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร (Sig = 0.000) ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Sig = 0.000) ด้านผลกระทบในทางบวก (Sig = 0.000) ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Sig = 0.001) และด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Sig = 0.000) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย (Sig = 0.085) ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด (Sig = 0.055) ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Sig = 0.253) และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Sig = 0.468) ทั้งสี่ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตร

เครดิตอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.362 รองลงมา คือ ด้านผลกระทบในทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.299 ด้านนโยบายของธนาคาร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.239 ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.180 ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ทำที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้ร้อยละ 64.60 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.260 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง}) = 1.264 + 0.362 (\text{ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง}) + 0.299 (\text{ด้านผลกระทบในทางบวก}) + 0.239 (\text{ด้านนโยบายของธนาคาร}) + 0.180 (\text{ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.239 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยด้านผลกระทบในทางบวก 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.299 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.180 หน่วย

หากเพิ่มปัจจัยด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.362 หน่วย

จากตารางที่ 4.23: สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อ 10 จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด และด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด การเต็มใจในการจ่าย การรับรู้ข้อจำกัด ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต และด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ไม่มี

ระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ หรือ มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอื่น

Collinearity หมายถึงสภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูงเมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือการมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Nitiphong, 2012) หรือการที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อย ก็จะได้ว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity (Cohen, 1977)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Variance Inflation Factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Brien, 2007)

Tolerance หากค่า Tolerance < 0.1 แสดงว่าเกิด Multicollinearity (Brien, 2007)

ตารางที่ 4.24: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ด้านนโยบายของธนาคาร (BP)	.290	3.443
ด้านการเต็มใจในการจ่าย (WP)	.674	1.483
ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (ADO)	.587	1.704
ด้านผลกระทบในทางบวก (PA)	.377	2.655
ด้านการรับรู้ข้อจำกัด (PD)	.539	1.855

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่4.24 (ต่อ): การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

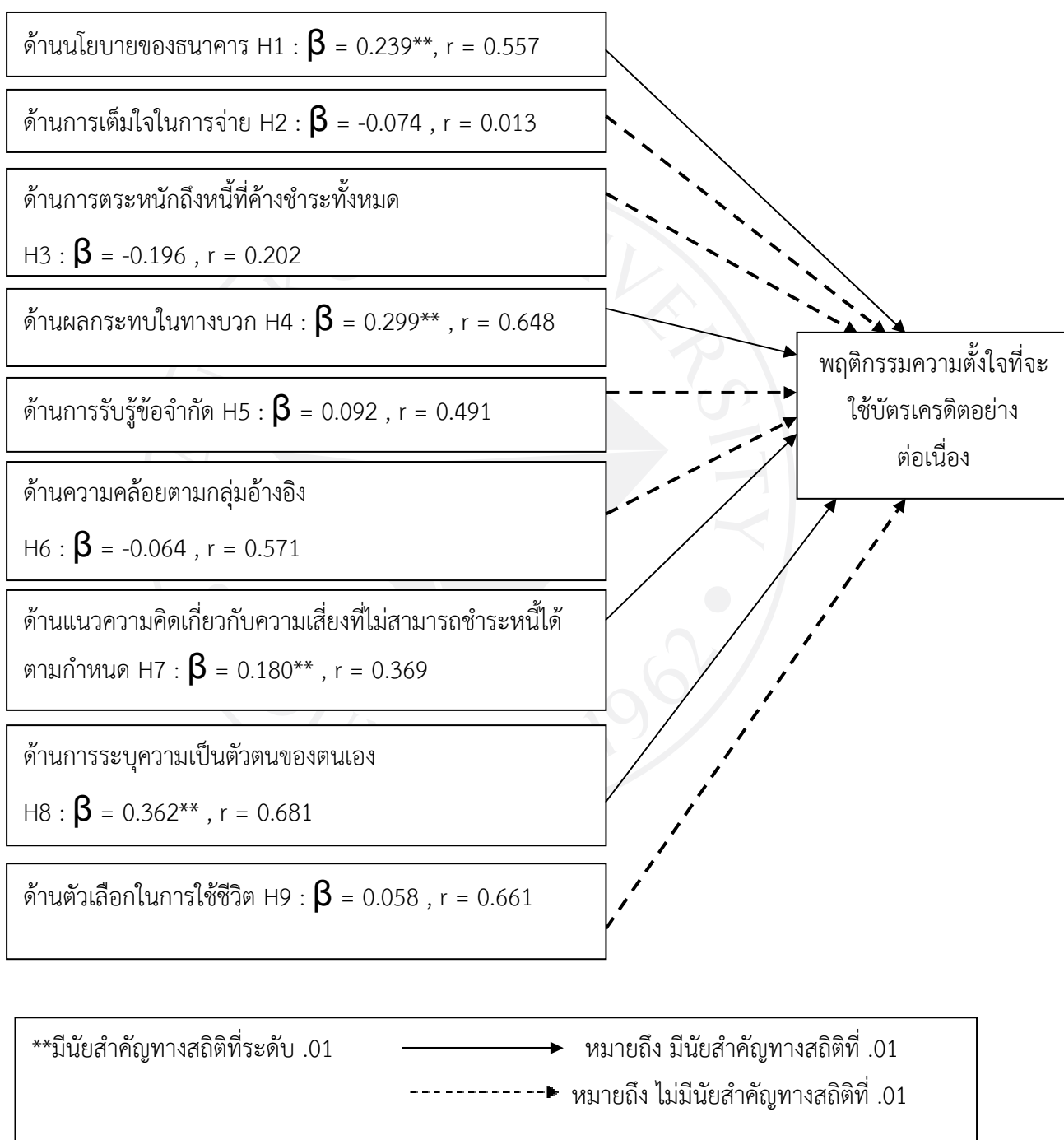
Independent Variables	Tolerance	VIF
ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)	.386	2.591
ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (DP)	.393	2.542
ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (SI)	.371	2.695
ด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต (LC)	.193	5.191

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่4.24: พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.193 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.1 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 5.191 ซึ่งน้อยกว่า 10 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถใช้การวิเคราะห์สถิติด้วย Multiple Linear Regressions ได้เพราะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ตามการอ้างอิงข้างต้น

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ



จากภาพที่4.1: จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด และด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญ และปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหนี้ค้างชำระ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก หรือไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มลูกค้าใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A เท่านั้น โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในการจ่าย ด้านการตระหนักถึงหน้าที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบுகฎเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิตที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องพบว่าข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพโสดการศึกษาปริญญาตรี รายได้เท่ากับ 15,001 – 25,000 บาทต่อเดือน อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง โดยผลการวิจัยตามสมมติฐานสามารถสรุปได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยนโยบายของธนาคาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.557) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการเต็มใจในการจ่ายไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.013) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.202) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านผลกระทบในทางบวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยผลกระทบในทางบวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.648) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.491) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.571) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.369) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.681) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ปฏิเสธสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยตัวเลือกในการใช้ชีวิตไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.661) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

สมมติฐานข้อ 10 ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน คือ ยอมรับสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านนโยบายของธนาคารด้านผลกระทบในทางบวก ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด และด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหนี้ค้างชำระ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต ไม่มีอิทธิพล อย่างไม่มีระดับนัยสำคัญ หรือ มีระดับนัยสำคัญแต่ไม่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้ร้อยละ 80.40 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 64.60 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.260 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

Y (พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง) = 1.264 + 0.362 (ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง) + 0.299 (ด้านผลกระทบในทางบวก) + 0.239 (ด้านนโยบายของธนาคาร) + 0.180 (ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด)

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของ ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านการเต็มใจในจ่าย ด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านการรับรู้ข้อจำกัด ด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด ด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเองและด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมล จินดาเงิน (2550) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่านโยบายการให้สินเชื่อของธนาคารส่งผลกระทบต่อปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธพงศ์ พุ่งแจ่ม (2546) การศึกษาการใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาคือควรลดอัตราปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตปลอดค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจังหวัดลำปางมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณผู้ใช้บัตรเครดิต ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิต แนวทางในการเพิ่มฐานลูกค้าบัตรเครดิตและมาตรการที่จะทำให้อุบัติเหตุผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในจังหวัดลำปางโดยพบว่าลูกค้าได้เสนอแนะเกี่ยวกับดอกเบี้ยบัตรเครดิตให้ใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั่วไปเพิ่มวงเงินบัตรเครดิตและจูงใจชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตให้มากกว่าในปัจจุบันเป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ กมลจรรย์พิศุทธิ์ (2554) ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลส่วนเพิ่มของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่ายไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลส่วนเพิ่มของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยพบว่าปัจจัยด้านรายได้ และระดับการศึกษา มีผลต่อการซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคลส่วนเพิ่มของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของแนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักรู้ ความตระหนักเป็นพฤติกรรมด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก (Affective Domain) อันเป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดของความรู้ ความคิด (Cognitive Domain) ปัจจัยด้านความรู้สึกหรืออารมณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้และความคิดเสมอ อาจกล่าวได้ว่าความรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์การสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรอง คิดหาเหตุผล ในขณะที่ ความตระหนักเป็นเรื่องของโอกาส การได้สัมผัสจากสิ่งเร้า หรือสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความตระหนักและความรู้มีความสัมพันธ์กันคือ ทั้งความตระหนักและความรู้ต่างก็เกี่ยวข้องกับการสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรอง โดยความรู้เป็นเรื่องของข้อเท็จจริงกฎเกณฑ์ซึ่งได้จากการสังเกตและรับรู้ที่ต้องอาศัยเวลา ส่วนความตระหนักเป็นเรื่องของความรู้สึกที่เกิดในสภาวะจิตที่ไม่เน้นความสามารถในการจำหรือระลึกได้ อย่างไรก็ตาม การที่จะเกิดความตระหนักขึ้นมาได้นั้นก็ ต้องผ่านการมีความรู้เบื้องต้นมาก่อน

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านผลกระทบในทางบวก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญะ รัตนพล (2540) เรื่องพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน:ศึกษากรณีสถาณินิวิทุชุมชนการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือกับพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกสถานินิวิทุชุมชน พบว่าระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเองและต่อสังคมจากสถานินิวิทุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารและระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกสถานินิวิทุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร Perception Theory

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับ ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตคือ ความรู้เดิม ความต้องการและเจตคติ เป็นต้น การรับรู้จะประกอบด้วยกระบวนการสามด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมายและอารมณ์ ทฤษฎีการรับรู้การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคลเพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตนและความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ประกอบด้วยประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิต คือความรู้เดิมความต้องการและเจตคติเป็นต้นการรับรู้จะประกอบด้วย

กระบวนการสามด้านคือการรับสัมผัสการแปลความหมายและอารมณ์การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้น อยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ลักษณะของสิ่งเร้า เมื่อมีสิ่งเร้าเป็นตัวกำหนดให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีการรับรู้เกิดขึ้นก่อนเพราะการรับรู้เป็นหนทางที่นำไปสู่การแปลความหมายที่เข้าใจกันได้ซึ่งหมายถึงการรับรู้เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้เกิดขึ้น การเรียนรู้อย่อมเกิดขึ้นไม่ได้การรับรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดรวบยอด ทศนคติของมนุษย์อันเป็นส่วนสำคัญยิ่งในกระบวนการเรียนการสอนซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมต่างๆ (จินตนา ต้นสุวรรณนท์, 2553)

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านความคล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เชื่อว่า การที่มนุษย์ จะแสดงพฤติกรรมใดๆ จะต้องมีเจตนาหรือเจตนาใช้เป็นระบบเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จจากการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของตนความตั้งใจหรือเจตนาของมนุษย์ขึ้นกับตัวกำหนด 2 ประการ คือ (Ajzen & Fishbein, 1980) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่เจตคติต่อพฤติกรรมหรือการประเมินทางบวกและทางลบของบุคคลต่อการกระทำ และ ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การคล้ายคลึงตามกลุ่มอ้างอิง (ความคาดหวังทางสังคม) ส่วนแปลภายนอกอื่นๆ เช่น ตัวแปรทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพสถานภาพสมรส ศาสนา เจตคติต่อบุคคล เจตคติต่อสถานที่ ลักษณะ บุคลิกภาพจะมีผลต่อพฤติกรรมก็เมื่อตัวแปรนั้นมีอิทธิพลต่อเจตคติต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความคาดหวังทางสังคมหรือมีอิทธิพลต่อน้ำหนักความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองนี้ขึ้นอยู่กับเจตคติพฤติกรรมกลุ่มอ้างอิงทั้งหมดมิใช่จะเป็น "บุคคลในความคิด" (Like-minded People) ของบุคคลเสมอไป บางกลุ่มอาจเป็น เพียงกลุ่มมาตรฐานที่บุคคลเปรียบเทียบในบางบทบาทเท่านั้น ดังนั้นแต่ละบุคคลอาจมีกลุ่มอ้างอิงหลายๆ แบบ เช่นในบทบาทของครูอาจจะมีตัวแบบของความเป็นครูกลุ่มหนึ่งในบทบาทของแม่บ้านก็มีตัวแบบอีกอย่างหนึ่ง เป็นต้นเพราะในชีวิตของบุคคลนั้นมีบทบาทในสังคมอยู่หลายบทบาทดังนั้นในการจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลจะอาศัยข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีความแตกต่างจากบุคคลในแง่ของความคาดหวังการประเมินผลที่จะตัดสินใจกระทำสิ่งใดนั้น ปัจเจกบุคคลจะประเมินจากผลได้ (Benefits) ของบุคคลอื่นที่มีความคล้ายคลึงกับตนเองในแง่ของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Ajzen & Fishbein, 1980)

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งถ้าหากคนเราสามารถบริหารความเสี่ยงต่อการชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนดก็จะมีความสัมพันธ์กับการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวความคิดของการบริหารความเสี่ยงกัน ซึ่งวัตถุประสงค์สำคัญ

ของกรอบแนวคิดนี้คือ การช่วยให้องค์กรทั่วไปจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แต่ความหมายของ ERM หรือการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละคน โดยการบริหารปัจจัย และควบคุมกิจกรรมรวมทั้งกระบวนการดำเนินงานต่างๆ โดยลดมูลเหตุแต่ละโอกาสที่องค์กรจะเกิดความเสียหายเพื่อให้ระดับของความเสี่ยงและขนาดของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับที่องค์กรรับได้ประเมินได้ ควบคุมได้และตรวจสอบได้อย่างมีระบบ โดยดูผลกระทบ (Impact) หรือลักษณะของความเสียหายที่จะเกิดขึ้นหากมีความเสี่ยงนั้นๆ ซึ่งผลกระทบก็จะเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าความเสี่ยงนั้นๆ มีความรุนแรงมากน้อยเพียงใด (กฤษณาลี เวชสาร, 2546)

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jebarajakirthy & Lobo (2014, pp.239-248) เก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามชาวศรีลังกาจำนวน 1,603 ชุดเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอสินเชื่อจำนวนน้อย (Microcredit) เพื่อกระตุ้นธุรกิจของผู้ประกอบการเจ้าของคนเดียว ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity) เป็นปัจจัยที่คาดการณ์ พฤติกรรมการตั้งใจ (Purchase Intention) ขอสินเชื่อจำนวนน้อยได้ ผู้ขอสินเชื่อจะมีเครดิตได้ และสามารถใช้จ่ายได้ ผู้มีเครดิตที่มีอายุน้อยจะเกิดแรงกระตุ้นทั้ง อารมณ์ กิจกรรม ความตื่นตัว ความสนใจ แรงบันดาลใจ ความภูมิใจในตนเอง ในการใช้จ่ายง่ายกว่าผู้มีอายุมาก

สมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของอาร์พิตา (Arpitakhare, 2012) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เครดิตการ์ด โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือตรวจสอบผลกระทบของ ปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิต ผลการศึกษาพบว่าระดับการศึกษา รายได้ของลูกค้าการประกอบอาชีพ และวิถีชีวิตมีผลต่อการใช้บัตรเครดิต

สมมติฐานข้อ 10 ปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร การเต็มใจในการจ่าย การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด ผลกระทบในทางบวก การรับรู้ข้อจำกัด ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ตัวเลือกในการใช้ชีวิต มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ผลจากจากทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านนโยบายของธนาคาร ด้านผลกระทบในทางบวก ด้านแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด และด้านการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการตั้งใจที่จะใช้

บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเต็มใจในการจ่าย ปัจจัยด้านการตระหนักถึงหนี้ค้างชำระ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อจำกัด ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และด้านตัวเลือกในการใช้ชีวิต ไม่มีอิทธิพล อย่างไรก็ตาม มีระดับนัยสำคัญ หรือ มีระดับนัยสำคัญแต่ไม่มีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร์ A ในเขตตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานครนั้น นักการตลาดควรพิจารณาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

1. บัตรเครดิตธนาคาร A ควรมุ่งเน้นด้าน ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ในการใช้บัตรเครดิตของลูกค้า เช่น การส่งเสริมการตลาดที่ทำให้ลูกค้าภูมิใจ รู้สึกเป็นเกียรติ ที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร ทำให้ลูกค้าเสาะหาการใช้เงินผ่านบัตรเครดิตมากกว่าเงินสด เป็นต้น
2. บัตรเครดิตธนาคาร A ควรมุ่งเน้นด้าน ปัจจัยผลกระทบในทางบวก เช่น ทำให้ลูกค้าเห็นว่าการใช้บัตรทำให้เขามีความสุข ตื่นเต้น สะดวก เป็นต้น
3. บัตรเครดิตธนาคาร A ควรมุ่งเน้นด้าน ปัจจัยนโยบายของธนาคาร เช่น ทำให้ลูกค้าทราบว่า การใช้บัตรจะได้รับของขวัญฟรี ได้รับคะแนนสะสม เพื่อแลกเปลี่ยนของขวัญ หรือ ได้รับเงินสดคืนเข้าบัตร เป็นต้น
4. บัตรเครดิตธนาคาร A ควรมุ่งเน้นด้าน ปัจจัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด เช่น การลดความกังวลที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนด การบริหารจัดการด้านการใช้จ่ายเพื่อให้สามารถชำระหนี้ได้ตามระยะเวลาที่กำหนด เป็นต้น

นอกจากนั้น ลูกค้าของบัตรเครดิตของธนาคาร A ปัจจุบัน ไม่ค่อยกังวลกับการไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิต ลูกค้าปัจจุบันค่อนข้างมั่นใจว่าพวกเขาสามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตได้ ลูกค้าไม่กลัวการติดตามทวงหนี้ หรือ ไม่รู้สึกว่าจะต้องขายหรือจำหน่ายสินทรัพย์เพื่อมาจ่ายหนี้จากการใช้บัตรเครดิตของทางธนาคาร อย่างไรก็ตาม ถ้าลูกค้าตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด แล้ว ลูกค้าจะไม่ใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์นี้อาจจะสะท้อนได้ว่า ลูกค้าปัจจุบันของบัตรเครดิตธนาคาร A มีความชอบในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในการซื้อสินค้าต่างๆ แต่ลึกๆ แล้วพวกเขาก็ตระหนักว่าหนี้ค้างชำระทั้งหมดจากการใช้บัตรน่าจะเป็นเงินจำนวนมาก ซึ่งพวกเขาก็อาจจะต้องระมัดระวังในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตอยู่บ้าง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

นักวิชาการควรพิจารณาศึกษางานวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ควรปรับปรุงข้อคำถามที่เกี่ยวกับการตระหนักถึงหน้าที่ค้ำจุนทั้งหมด เช่น การตระหนักพฤติกรรมด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก ปัจจัยด้านความรู้สึกหรืออารมณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้และความคิดเสมอ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้
2. ควรปรับปรุงข้อคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง เช่น การสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ถือครองบัตรเครดิตของธนาคาร A ซึ่งอาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้
3. ควรนำปัจจัยดังกล่าวไปศึกษาตัวแปรคั่นกลางที่อาจจะเกิดขึ้นได้ และมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าบัตรเครดิตของธนาคาร A ในสาขาอื่นๆ หรือ หลายๆ จังหวัดเพื่อนำผลลัพธ์มาเปรียบเทียบและขยายทฤษฎีอื่นๆ ที่อาจจะเกี่ยวข้องต่อไป เช่น ปัจจัยด้านวัฒนธรรม หรือ ศาสนา ที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องได้
4. เนื่องจากผู้วิจัยมีเวลาจำกัดในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า การศึกษางานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยด้านอื่น เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านจิตวิทยา เป็นต้น
5. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเฉพาะพื้นที่ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร จึงไม่สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั่วประเทศได้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันดังนั้นในการศึกษาคั้งต่อไปจึงควรมีการทำวิจัยระดับประเทศในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้เห็นภาพโดยรวมซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำข้อมูลมาใช้กับธนาคาร A ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ กมลจารุพิศุทธิ์. (2554). *ความเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อประกันอุบัติเหตุส่วนบุคคล ส่วนเพิ่มของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ก). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551ข). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณี เวชสาร. (2546). *การวิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงไกร ทองพันธุ์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2554). *ความสัมพันธ์และอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดคุณภาพการออกแบบส่วนต่อประสานและความไวใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าใช้ธนาคาร ผ่านมือถือ: กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2553). *การวิจัยนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชูลี โชติกประคัลภ. (2554). *การคิดดอกเบี้ยบัตรเครดิต เรื่องจริงที่ควรรู้*
Credit Card Interest Charge: The Facts Everyone Should Know.
 สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_11/pdf/aw12.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2557). *ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารกรุงศรีฯ*. สืบค้นจาก <http://www.krungsricard.com>.
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). (2557). *ดอกเบี้ยกับเครดิตธนาคารกสิกรไทย*. สืบค้นจาก <http://www.kasikornbank.com/TH/Personal/Credit/Pages/Cards.aspx>.
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2557). *บัตรเครดิตจากไทยพาณิชย์*. สืบค้นจาก <http://www.scbcreditcard.com>.

- ธวัชชัย ทิพย์สุน. (2548). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บัตรของผู้ใช้บริการบัตรเครดิต ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ*. เอกสารประกอบการบรรยาย 'Twilight Program'. กรุงเทพฯ : สภาวิจัยแห่งชาติ.
- พิชญา รัตนพล. (2540). *พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรราวดี ทองเลื่อน และคณะ. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมกับความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่ของผู้หญิงอาชีพบริการ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พฤศจิกายน จิรายุทธเจริญสุข และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2554). *ภาพลักษณ์องค์กรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มันพิตา สกฤตรัตนศักดิ์. (2556). *พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ยุทธพงศ์ พุ่งแจ้ง. (2546). *การศึกษาการใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาคือควรลดอัตราปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตปลอดค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจังหวัดลำปาง*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รสริน ศรีสีگانนท์. (2555). *การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)*. สืบค้นจาก <http://www.saruthipong.com/port/document/299-705/299-705-8.pdf>.
- วิมล จินดาเงิน. (2550). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการให้สินเชื่อของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด(มหาชน) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). สืบค้นจาก <http://www.kasikomresearch.com/th/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=32155>.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2554). *ผลงานวิจัย สวทช. สู่เชิงพาณิชย์*. ปทุมธานี : สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Arpita, K. (2012). Factors affecting credit card use in India. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 24(2), 236 – 256.
- Baumann, C., Teoh, W., Chong, S.C., & Yong, S. (2013). Exploring the factors influencing credit card spending behavior among Malaysians. *International Journal of Bank Marketing*, 31(6), 481-500.
- Chakravorti, S. (2003). Theory of credit card networks: a survey of the literature. *Review of Network Economics*, 2(2), 50-68.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Durkin, T.A. (2000). Credit cards: use and consumer attitudes, 1970-2000. *Federal Reserve Bulletin*, 86(9), 623-634.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G-POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 28(1), 1-11.
- Jebarajakirthy, C., & Lobo, A. C. (2014). War affected youth as consumers of microcredit: An application and extension of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 239-248.
- Kara, A., Kaynak, E., & Kucukemiroglu, O. (1996). An Empirical Investigation of US Credit Card Users: Card Choice and Usage Behavior. *International Business Review*, 5(2), 209-230.
- Nitiphong I. (2012b). *Collinearity*. Retrieved from www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, R. M. (2007). A Caution Regarding Rules of Thumb for Variance Inflation Factors. *Quality & Quantity*, 41, 673–690.
- Pedhazur, J., & Elazar J. (1997). *Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction*. U.S.A.: Harcourt Brace College Publishers.
- Sørebø, Ø., Halvari, H., Gulli, F., & Kristiansen, R. (2009). The role of self-determination theory in explaining teachers' motivation to continue to use e-learning technology. *Computers & Education*, 53(4), 1177-1187.





มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
BANGKOK UNIVERSITY

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อธุรกิจสถาบันการเงินและการธนาคาร ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นัยนาแสงเขียว นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดโดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 20 – 25 ปี 2. 26 – 30 ปี 3. 31 – 35 ปี
 4. 36 – 40 ปี 5. 41 – 45 ปี 6. 46 – 50 ปี
 7. 51 – 55 ปี 8. 56 – 60 ปี 9. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท

4. ปริญาเอก 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 2. 15,001 – 25,000 บาท
 3. 25,001 – 35,000 บาท 4. 35,001 – 45,000 บาท
 5. 45,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รัฐบาล 2. พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง
 3. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย 4. นิสิต / นักศึกษา
 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านถือบัตรเครดิตของสถาบันการเงินใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) 2. ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB)
 3. ธนาคารกรุงเทพ (BBL) 4. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (BAY)
 5. ธนาคารกรุงไทย (KTC) 6. ธนาคารยูโอบี (UOB)
 7. ธนาคารออมสิน (GSB) 8. ธนาคารซิตี้แบงก์ (CITIBANK)
 9. ธนาคารธนชาติ (TNC) 10. ธนาคารทหารไทย (TMB)
 11. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์เตอร์ (SCBT) 12. บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ฯ (AEON)
 13. อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ระดับค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ท่านใช้บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย (ตอบ 1 ข้อ)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 2. 5,001 – 10,000 บาท
 3. 10,001 – 15,000 บาท 4. 15,001 – 20,000 บาท
 5. 20,001 – 25,000 บาท 6. 25,001 – 30,000 บาท
 7. 30,000 บาทขึ้นไป

3. ระดับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย (ตอบ 1 ข้อ)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500
2. 501 – 1,500 บาท
3. 1,501 – 2,500 บาท
4. 2,501 – 3,500 บาท
5. 3,501 – 4,500 บาท
6. 4,501 – 5,500 บาท
7. 5,500 บาทขึ้นไป

4. ประเภทสินค้าและบริการที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ร้านอาหาร
2. สินค้าอุปโภค/บริโภค
3. ค่าเดินทาง (ค่าตัวเครื่องบิน รถทัวร์)
4. เครื่องสำอางค์/อาหารเสริม
5. ศูนย์บริการรถยนต์
6. เติมน้ำมัน
7. ค่ารักษาพยาบาล
8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดโดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
นโยบายของธนาคาร (Bank's Policies)						
1	ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับของขวัญฟรี					
2	ท่านใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อจะได้รับคะแนนสะสม					
3	ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อการแลกเปลี่ยนของขวัญ					
4	ท่านชอบที่จะได้รับเงินสดคืนเข้าบัตร ดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดยใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
การเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay)						
1	ท่านรู้ว่าท่านใช้จ่ายโดยบัตรเครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือนอย่างไร					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2	ท่านรู้จำนวนหนี้ค้างชำระที่ท่านเป็นหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
3	ท่านจะตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่าท่านเป็นคนทำจริงๆ และจำนวนนั้นถูกต้อง					
4	ท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำ					
5	ท่านรู้ว่ายังคงค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไร หลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน					
การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด (Awareness about total debt owed)						
1	รายได้ของท่านมักจะเพียงพอกับรายจ่ายเสมอ					
2	ท่านมักจะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะรักษาเงินสดในมือให้มากขึ้น					
3	ท่านมักจะใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตธนาคาร A					
4	ท่านมักใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะเงินเดือนไม่เพียงพอกับการใช้จ่าย					
ผลกระทบในทางบวก (Positive Affects)						
1	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมีความสุข					
2	ท่านชอบใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
3	การวางแผนใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ของท่านทำให้ท่านรู้สึกตื่นเต้น					
4	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านสะดวกในการซื้อของ					
การรับรู้ข้อจำกัด (Perceived Deterrents)						
1	ท่านไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมการมีบัตรเครดิตธนาคาร A					
2	มีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิต					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	ธนาคาร A					
3	องค์กรที่ให้บริการเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร					
4	ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ					
ความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms)						
1	การได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิกในครอบครัวเกิดความประทับใจ					
2	เพื่อนสนิทสนับสนุนท่านให้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
3	ญาติสนิทของท่านส่งเสริมให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
4	เพื่อนร่วมงานสนับสนุนให้ท่านใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด (Default Risk Perception)						
1	ท่านกังวลถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะจะส่งผลกระทบต่อครอบครัวของท่าน					
2	ถ้าท่านไม่สามารถชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ ท่านจะลำบากใจ					
3	ท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่านไม่ชำระหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ได้ เพราะท่านอาจจะต้องทำการกู้ยืมเพิ่มเติม					
4	ท่านรู้สึกว่าเจ้าหน้าที่บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ ถ้าท่านไม่ชำระหนี้ตามกำหนด					
5	ท่านรู้สึกว่าต้องขายหรือจำนำสินทรัพย์เพื่อที่จะนำมาจ่ายหนี้จากการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
การระบุความเป็นตัวตนของตนเอง (Self-identity)						
1	ท่านกังวลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
2	การเสาะหาการใช้เงินจากบัตรเครดิตธนาคาร A เป็นส่วน					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	หนึ่งของชีวิตของท่าน					
3	ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตรเครดิตธนาคาร A					
4	ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้ใช้บัตรเครดิตของธนาคาร A					
ตัวเลือกในการใช้ชีวิต (Lifestyle Choice)						
1	ท่านชื่นชมคนที่มีบ้าน รถ และเสื้อผ้าราคาแพง					
2	ท่านมองว่าความร่ำรวยเงินทองคือหนทางแห่งความสำเร็จ					
3	ท่านชอบความหรูหราในชีวิต					
4	ท่านมักจะซื้อของแบรนด์เนมเพื่อให้คนอื่นประทับใจ					
5	ท่านรู้สึกขัดใจ ถ้าท่านไม่สามารถซื้อในสิ่งที่ท่านต้องการได้					
6	ถ้าท่านได้รับของขวัญ ท่านจะนึกถึงราคาของมัน					
3	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อ สิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นได้					
4	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความ สะดวกมากขึ้นในการจดบันทึกค่าใช้จ่าย					
5	ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปเพราะมีการคืน เงินเข้าบัตร					

ขอให้ท่านแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้
บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวนัยนา แสงเขียว

E-Mail : n-naiyana@hotmail.com



ภาคผนวก ข

เอกสารขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ

116/3 หมู่ 3 ต.หัวโพ อ.บางแพ

จ.ราชบุรี 70160

โทรศัพท์ 085-660-4388

E-mail : n-naiyana@hotmail.com

1 กันยายน 2557

เรื่อง โคร์ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณสุกัญญา ปานวัชราคม

ดิฉัน นางสาวนัยนา แสงเขียว นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้านาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(คุณสุกัญญา ปานวัชราคม)

ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....นัยนา แสงเขียว.....

(นางสาวนัยนา แสงเขียว)

นักศึกษา

116/3 หมู่ 3 ต.หัวโพ อ.บางแพ

จ.ราชบุรี 70160

โทรศัพท์ 085-660-4388

E-mail : n-naiyana@hotmail.com

1 กันยายน 2557

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณแววตา เจนศุกการ

ดิฉัน นางสาวนัยนา แสงเขียว นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้ ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(คุณแววตา เจนศุกการ)

ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ นัยนา แสงเขียว

(นางสาวนัยนา แสงเขียว)

นักศึกษา

116/3 หมู่ 3 ต.หัวโพ อ.บางแพ

จ.ราชบุรี 70160

โทรศัพท์ 085-660-4388

E-mail : n-naiyana@hotmail.com

6 สิงหาคม 2557

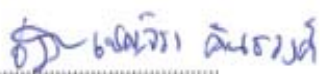
เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

ดิฉัน นางสาวนัยนา แสงเขียว นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานี้ดี ดังนั้น ประสพการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)

อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

ลงชื่อ.....

(นางสาวนัยนา แสงเขียว)

นักศึกษา

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Bank's Policies		นโยบายของ ธนาคาร			
Bank's Policies (BP) Teoh, Chong & Yong (2013)	BP1 : I apply for credit card to get free gifts	ท่านใช้บัตร เครดิตธนาคาร A เพื่อที่จะได้รับ ของขวัญฟรี			
	BP2 : I spend using credit card to earn points	ท่านใช้จ่ายด้วย บัตรเครดิต ธนาคาร A เพื่อ จะได้รับคะแนน สะสม			
	BP3 : I spend using credit card to exchange for gifts	ท่านใช้บัตร เครดิตธนาคาร A เพื่อการ แลกเปลี่ยน ของขวัญ			
	BP4 : I was attracted by the cash rebate system, thus I always spend using credit card	ท่านชอบที่จะ ได้รับเงินสดคืน เข้าบัตร ดังนั้น ท่านจะใช้จ่ายโดย ใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Willingness to Pay		การเต็มใจใน การจ่าย			
Willingness to Pay (WP) Teoh, Chong & Yong (2013)	WP1 : I know exactly how much I spend using credit card every month	ท่านรู้ว่าท่านใช้ จ่ายโดยบัตร เครดิตธนาคาร A ในทุกๆ เดือน อย่างไร			
	WP2 : I know exactly the remaining debt that I owed from previous transactions	ท่านรู้จำนวนหนี้ ค้างชำระที่ท่าน เป็นหนี้จากการ ใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A			
	WP3 : I will check on my bills to ensure all the transactions are made by me and the amount is correct	ท่านจะ ตรวจสอบใบ แจ้งหนี้การใช้ บัตรเครดิต ธนาคาร A เพื่อให้มั่นใจว่า ท่านเป็นคนทำ จริงๆ และ จำนวนนั้น ถูกต้อง			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Willingness to Pay		การเต็มใจใน การจ่าย			
	WP4 : I can easily find out if there is any transaction stated in the statement which was not made by me	ท่านสามารถตรวจสอบใบแจ้งหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ว่ายอดชำระใดที่ท่านไม่ได้เป็นคนทำ			
	WP5 : I know exactly how much I still owing after I have made the monthly payment	ท่านรู้อย่างคงค้างชำระหนี้การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อีกเท่าไรหลังจากที่ท่านชำระหนี้ในทุกๆ เดือน			
Awareness about total debt owed		การตระหนักถึงหนี้ที่ค้างชำระทั้งหมด			
Awareness about total debt owed (ADO) Teoh, Chong & Yong (2013)	ADO1 : My income is always not enough for me to spend	รายได้ของท่านมักจะไม่เพียงพอกับรายจ่ายเสมอ			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Awareness about total debt owed		การตระหนักถึง หนี้ที่ค้างชำระ ทั้งหมด			
	ADO2 : I always use credit card to pay in order to preserve more cash in hand	ท่านมักจะใช้ บัตรเครดิต ธนาคาร A เพื่อที่จะรักษา เงินสดในมือให้ มากขึ้น			
	ADO3 : I often make payment by using cash	ท่านมักจะใช้ จ่ายด้วยบัตร เครดิตธนาคาร A			
	ADO4 : I will use credit card to pay when I have insufficient salary to spend	ท่านมักใช้บัตร เครดิตธนาคาร A เพราะ เงินเดือนไม่ เพียงพอกับการ ใช้จ่าย			
Positive Affects		ผลกระทบใน ทางบวก			
Positive Affects (PA) Jebarajakirthy & Lobo (2014)	PA1 : Using credit cards that I take make me feel happy	การใช้บัตร เครดิตธนาคาร A ทำให้ท่านมี ความสุข			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Positive Affects		ผลกระทบใน ทางบวก			
	PA2 : I like using credit cards	ท่านชอบใช้บัตร เครดิตธนาคาร A			
	PA3 : The very thought of using credit cards excites me	การวางแผนใช้ บัตรเครดิต ธนาคาร A ของ ท่านทำให้ท่าน รู้สึกตื่นเต้น			
		การใช้บัตร เครดิตธนาคาร A ทำให้ท่าน สะดวกในการ ซื้อของ			
Perceived deterrents		การรับรู้ ข้อจำกัด			
Perceived Deterrents (PD) Jebarajakirthy & Lobo (2014)	PD1 : I need to incur service charges when obtaining credit cards	ท่านไม่ต้องการ เสีย ค่าธรรมเนียม การมีบัตร เครดิตธนาคาร A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Perceived deterrents		การรับรู้ ข้อจำกัด			
	PD2 : There is a lot of paper work and documentation prior to obtaining credit cards	มีการเตรียมเอกสารมากมายก่อนที่ท่านจะได้รับบัตรเครดิตธนาคาร A			
	PD3 : Institutions providing credit cards generally take a long time to approve the loan	องค์กรที่ให้บัตรเครดิตธนาคาร A แก่ท่านใช้เวลานานในการอนุมัติบัตร			
		ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A เพราะท่านได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมเป็นประจำ			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
Subjective Norms		ความคล้อย ตามกลุ่มอ้างอิง			
subjective norms (SN) Jebarajakirthy & Lobo (2014)	SN1 : Obtaining credit cards would impress my close family members	การได้รับบัตร เครดิตธนาคาร A ทำให้สมาชิก ในครอบครัว เกิดความ ประทับใจ			
	SN2 : My close friends support my cause of obtaining credit cards	เพื่อนสนิท สนับสนุนท่าน ให้ใช้บัตรเครดิ ตธนาคาร A			
	SN3 : My close friends encourage me to obtain credit cards	ญาติสนิทของ ท่านส่งเสริมให้ ท่านใช้บัตร เครดิต ธนาคาร A			
	SN4 : Obtaining a credit cards would impress my close friends	เพื่อนร่วมงาน สนับสนุนให้ ท่านใช้บัตร เครดิตธนาคาร A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Default Risk Perception		แนวความคิด เกี่ยวกับความเสี่ยงที่ ไม่สามารถชำระหนี้ ได้ตามจำนวนหรือ ตามเวลาที่กำหนด			
Default Risk Perception (DR) Jebarajakirthy & Lobo (2014)	DR1 : I am anxious that if I am unable to repay my credit cards, it will affect my family	ท่านกังวลถ้าท่านไม่ สามารถชำระเงินจาก การใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A เพราะจะ ส่งผลกระทบต่อครอบครัว ของท่าน			
	DR2 : If I am unable to repay a credit cards, I would suffer shame and embarrassment	ถ้าท่านไม่สามารถ ชำระเงินจากการใช้ บัตรเครดิต ธนาคาร A ได้ ท่านจะ ลำบากใจ			
	DR3 : I fear that if I default on repaying a credit cards, I might have to obtain additional loans	ท่านรู้สึกกลัว ถ้าท่าน ไม่ชำระหนี้จากการ ใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A ได้ เพราะ ท่านอาจจะต้องทำ การกู้ยืมเพิ่มเติม			

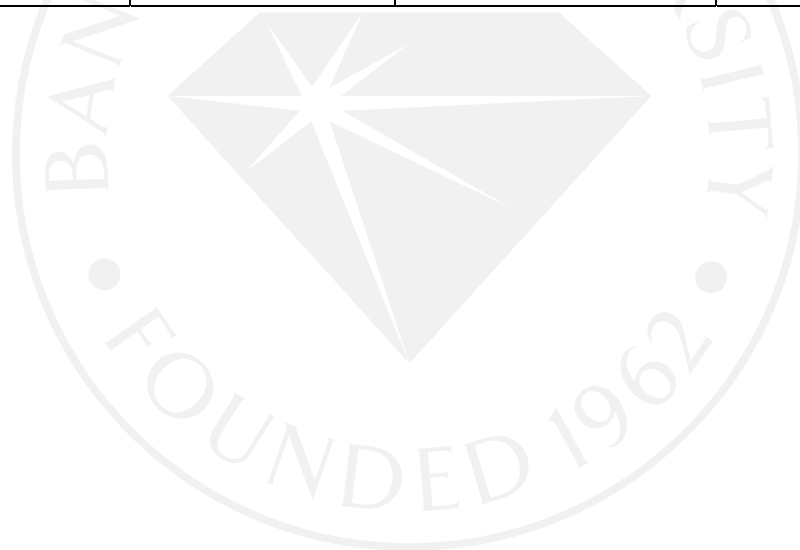
Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Default Risk Perception		แนวความคิด เกี่ยวกับความเสี่ยงที่ ไม่สามารถชำระหนี้ ได้ตามจำนวนหรือ ตามเวลาที่กำหนด			
	DR4 : I feel that I would be threatened/harassed by credit cards offices if I default on repaying a microcredits	ท่านรู้สึกว่าจะเจ้าหน้าที บัตรเครดิตธนาคาร A จะติดตามทวงหนี้ ถ้าท่านไม่ชำระหนี้ ตามกำหนด			
	DR5 : I worry that I would have to sell or pawn my assets in order to repay my credit cards	ท่านรู้สึกว่าจะต้อง ขายหรือจำนำ สินทรัพย์เพื่อที่จะ นำมาจ่ายหนี้จากการ ใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Self-identity		การระบุความเป็น ตัวตนของตนเอง			
Self-identity (SI) Jebarajakirthy & Lobo (2014)	SI1 : I think of myself as a person who is concerned about using credit cards	ท่านกังวลเกี่ยวกับ การใช้บัตรเครดิต ธนาคาร A			
	SI2 : It is part of my life to seek credit cards	การเสาะหาการใช้ เงินจากบัตรเครดิต ธนาคาร A เป็นส่วน หนึ่งของชีวิตของ ท่าน			
	SI3 : I am proud to use credit cards	ท่านภูมิใจที่ได้ใช้บัตร เครดิต ธนาคาร A			
		ท่านรู้สึกเป็นเกียรติที่ ได้ใช้บัตรทองหรือ บัตรแพลทินัมของ ธนาคาร A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Lifestyle Choice		ตัวเลือกในการใช้ ชีวิต.			
Lifestyle Choice (LC) Kara, Kaynak & Kucukemiorogl u (1996)	LC1 : I admire people who expensive homes, cars and clothes	ท่านชื่นชมคนที่มี บ้าน รถ และเสื้อผ้า ราคาแพง			
	LC2 : I regard financial wealth as a route to success	ท่านมองว่าความ ร่ำรวยเงินทองคือ หนทางแห่ง ความสำเร็จ			
	LC3 : I like a lot of luxury in my life	ท่านชอบความ หรูหราในชีวิต			
	LC4 : I always buy branded goods to impress others	ท่านมักจะซื้อของ แบรนด์เนมเพื่อให้ คนอื่นประทับใจ			
	LC5 : It sometimes bothers me quite a bit that I can't afford to buy the things I like	ท่านรู้สึกขัดใจ ถ้า ท่านไม่สามารถซื้อใน สิ่งที่ท่านต้องการได้			
	LC6 : When I receive a gift, it's the thought that counts	ถ้าท่านได้รับ ของขวัญ ท่านจะนึก ถึงราคาของมัน			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior		พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง			
Continuance Intention of Card Usage Behavior (CU) Sørebø, Halvari, Gulli & Kristiansen (2009)	CU1 : I intend to continue using credit card	ท่านตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตธนาคาร A อย่างต่อเนื่อง			
	CU2 : My intentions are to extend my use credit card	ความตั้งใจของท่านคือเพิ่มการใช้บัตรเครดิตธนาคาร A			
	CU3 : Continue using credit cards make me buy things I do not need	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านทำให้ท่านซื้อสิ่งของในสิ่งที่ไม่จำเป็นได้			
	CU4 : Continue using credit cards are more convenient than writing checks	การใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไปของท่านสร้างความสะดวกมากขึ้นในการจดบันทึกค่าใช้จ่าย			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Continuance Intention of Credit Card Usage Behavior		พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง			
	CU5 : Continue using credit cards I opt for a credit card that offers percentage rebate on my purchases	ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคาร A ต่อไป เพราะมีการคืนเงินเข้าบัตร			



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวนัยนา แสงเขียว
อีเมล	n-naiyana@hotmail.com
วัน เดือน ปีเกิด	4 กุมภาพันธ์ 2533
สถานที่ติดต่อ	116/3 หมู่ 3 ตำบลหัวโพ อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนตรุณาราชบุรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	ปี 2556 – ปัจจุบัน ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้า ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 22 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นันทนา แสงเขียว อยู่บ้านเลขที่ 76/3
ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง ห้วยโพธิ์
อำเภอ/เขต บางนาค จังหวัด ราชบุรี รหัสไปรษณีย์ 70160
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560202033
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กันและอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมของลูกจ้างภาครัฐ A ในเขตภาคตะวันออก จังหวัดตากวเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(.....)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร