

ผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม และประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> ซึ่งจะเสนอผลการวิจัยเรียงตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร
2. ผลการวิเคราะห์บทบาทของสื่อที่ใช้เผยแพร่บัตรเครดิตชวัญนคร
3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร
4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตชวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร
5. ผลการวิเคราะห์การยอมรับบัตรเครดิตชวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร
6. ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร

จากข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับจากสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนครในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 200 คน สามารถแจกแจงได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต  
จำแนกตามข้อมูลทั่วไปและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

ข้อมูลทั่วไป/สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	133	66.5
	หญิง	67	33.5
รวม		200	100.0
2. อายุ	21 - 30 ปี	57	28.5
	31 - 40 ปี	66	33.0
	41 - 50 ปี	60	30.0
	51 ปีขึ้นไป	17	8.5
รวม		200	100.0
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	56	28.0
	ปริญญาตรี	122	61.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	22	11.0
รวม		200	100.0

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป/สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม		จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	37	18.5
	ลูกจ้าง/ธุรกิจเอกชน	111	55.5
	ประกอบกิจการส่วนตัว	49	24.5
	อื่น ๆ	3	1.5
รวม		200	100.0
5. สถานภาพทางครอบครัว	โสด	70	35.0
	แต่งงาน	126	63.0
	หย่า/แยกกันอยู่/หม้าย	4	2.0
รวม		200	100.0
6. รายได้/เดือน	5,000 - 10,000 บาท	76	38.0
	10,001 - 20,000 บาท	50	25.0
	20,001 - 30,000 บาท	28	14.0
	30,001 - 40,000 บาท	12	6.0
	40,001 - 50,000 บาท	11	5.5
	50,001 บาทขึ้นไป	23	11.5
รวม		200	100.0

จากข้อมูลสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 200 คน พบว่า

เพศ สมาชิกบัตรเครดิตเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เป็นเพศชายจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 เพศหญิงจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

อายุ สมาชิกบัตรเครดิตที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (วัยทำงาน) มีจำนวนมากที่สุด คือ 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมาคือสมาชิกบัตรเครดิตที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (วัยกลางคน) มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ สมาชิกบัตรเครดิตที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (วัยหนุ่มสาว) มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ซึ่งเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และน้อยที่สุดคือ สมาชิกบัตรเครดิตที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป (วัยก่อนเกษียณ) มีจำนวนเพียง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ระดับการศึกษา สมาชิกบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และสมาชิกบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรีมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

อาชีพ สมาชิกบัตรเครดิตที่ทำงานในธุรกิจเอกชน มีจำนวนมากที่สุดคือ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือสมาชิกบัตรเครดิตที่ประกอบกิจการส่วนตัวมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือสมาชิกบัตรเครดิตที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ส่วนที่เหลือคือสมาชิกบัตรเครดิตที่เป็นข้าราชการบำนาญ นักศึกษา และ แม่บ้านจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

สถานภาพทางครอบครัว สมาชิกบัตรเครดิตที่สมรสแล้วมีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือสมาชิกบัตรเครดิตที่เป็นโสดมีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และสมาชิกบัตรเครดิตที่หย่า/แยกกันอยู่/หม้ายมีจำนวนเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

รายได้ต่อเดือน สมาชิกบัตรเครดิตที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และสมาชิกบัตรเครดิตที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และสมาชิกบัตรเครดิตที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป

มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และสมาชิกบัตรเครดิตที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 12 คน และ 11 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ 5.5 ตามลำดับ ซึ่งเป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

## ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (บ้าน)

บ้านที่อาศัยอยู่	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของตนเอง	119	59.5
อาศัยพ่อแม่	52	26.0
บ้านเช่า	21	10.5
อื่น ๆ	8	4.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีบ้านเป็นของตนเอง คือมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคืออาศัยพ่อแม่มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และเช่าอาศัยมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ส่วนที่เหลือคือสมาชิกบัตรเครดิตที่อาศัยอยู่กับบุตร ญาติพี่น้อง มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

### ตารางที่ 3

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (รถยนต์)

ประเภททรัพย์สิน	การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน			
	มี		ไม่มี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์	147	73.5	53	26.5

จากตารางที่ 3 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีรถยนต์เป็นของตนเอง คือมีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่ไม่มีรถยนต์เป็นของตนเองมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 4

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามความคิดเห็นต่อการกู้ยืมเงิน

การกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนหรือเพื่อการสร้างตัวไม่ใช่เรื่องน่าเสียหาย	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	90	45.0
เห็นด้วย	102	51.0
ไม่แน่ใจ	5	2.5
ไม่เห็นด้วย	2	1.0
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	0.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า การกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุนหรือเพื่อการสร้างตัวไม่ใช่เรื่องน่าเสียหายมีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาเห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 ไม่แน่ใจมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และไม่เห็นด้วยมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และน้อยที่สุดคือไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ผลการวิเคราะห์หีบห่อของสื่อที่ใช้เผยแพร่บัตรเครดิตขัณฑ์นคร

สมาชิกบัตรเครดิตจำนวน 200 คน ได้รับข่าวสารเผยแพร่บัตรเครดิตขัณฑ์นครจากสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งสามารถแจกแจงตามประเภทของสื่อได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตที่ได้รับข่าวสารเผยแพร่บัตรเครดิตขัณฑ์นคร จำแนกตามสื่อประเภทต่าง ๆ

(ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1. โทรทัศน์	108	54.0
2. วิทยุ	0	0.0
3. หนังสือพิมพ์	75	37.5
4. นิตยสาร	38	19.0
5. แผ่นพับใบสมัครบัตรเครดิตขัณฑ์นคร	143	71.5
6. ไปสเตอร์/สติ๊กเกอร์	85	42.5
7. เพื่อน/ญาติพี่น้อง	32	16.0
8. พนักงานของธนาคาร	144	72.0

จากตารางที่ 5 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเผยแพร่บัตรเครดิตจากสื่อประเภทต่าง ๆ มากกว่า 1 สื่อขึ้นไป โดยจำแนกตามสื่อได้ดังนี้คือ

1. สื่อมวลชน

โทรทัศน์ สมาชิกบัตรเครดิตได้รับข่าวสารเผยแพร่จากโทรทัศน์มีจำนวน 108 คน

คิดเป็นร้อยละ 54.0



หนังสือพิมพ์ สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากหนังสือพิมพ์มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

นิตยสาร สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากนิตยสารมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

## 2. สื่อเฉพาะกิจ

แผ่นพับ ไบสมัครบัตรเครดิตขวัญนคร สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากแผ่นพับไบสมัครบัตรเครดิตขวัญนคร มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5

โปสเตอร์ สติ๊กเกอร์ สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากโปสเตอร์ สติ๊กเกอร์มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

## 3. สื่อบุคคล

เพื่อน ญาติพี่น้อง สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากเพื่อน ญาติพี่น้อง มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

พนักงานของธนาคาร สมาชิกบัตรเครดิต ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากพนักงานของธนาคารมีจำนวนมากที่สุดคือ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตารางที่ 6

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต

จำแนกตามประเภทของสื่อที่มีบทบาทจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
1. โทรทัศน์	14	7.0
2. วิทยุ	0	0.0
3. หนังสือพิมพ์	3	1.5
4. นิตยสาร	1	0.5
5. แผ่นพับ ใบสมัครบัตรเครดิตขวัญนคร	64	32.0
6. โปสเตอร์/สติ๊กเกอร์	5	2.5
7. เพื่อน/ญาติพี่น้อง	11	5.5
8. พนักงานของธนาคาร	102	51.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 200 คน ได้รับการจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครจากสื่อประเภทต่าง ๆ เรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ

1. พนักงานของธนาคาร สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่าพนักงานของธนาคารจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครมีจำนวนมากที่สุดคือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0
2. แผ่นพับ ใบสมัครบัตรเครดิตขวัญนคร สมาชิกบัตรเครดิต ที่คิดว่าแผ่นพับใบสมัครฯ จูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0
3. โทรทัศน์ สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่าโทรทัศน์จูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

4. เพื่อน ญาติพี่น้อง สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่าเพื่อน ญาติพี่น้อง จูงใจให้สมัคร เป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5
5. โปสเตอร์ สติ๊กเกอร์ สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่าโปสเตอร์ สติ๊กเกอร์ จูงใจให้ สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5
6. หนังสือพิมพ์ สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่าหนังสือพิมพ์ จูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตร เครดิตขวัญนครมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5
7. นิตยสาร สมาชิกบัตรเครดิตที่คิดว่านิตยสารจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ขวัญนครมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

#### ตารางที่ 7

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต

จำแนกตามสื่อที่มีบทบาทจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อมวลชน	18	9.0
สื่อเฉพาะกิจ	69	34.5
สื่อบุคคล	113	56.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีบทบาทจูงใจให้สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ขวัญนครมากที่สุด คือมีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ มี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนสื่อมวลชนมีบทบาทจูงใจน้อยที่สุด คือมีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

### 3. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิตส่วนบุคคล

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิต ผู้วิจัยวัดจากความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน 4 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ความบ่อยครั้งในการเดินทางไปต่างถิ่น ความบ่อยครั้งในการติดต่อกับพนักงานของธนาคาร ความบ่อยครั้งในการพูดคุยสังสรรค์กับบุคคลอื่น และความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ จากแหล่งข่าวต่าง ๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ความบ่อยครั้ง ในการรับข่าวสาร	โทรทัศน์		วิทยุ		หนังสือพิมพ์		นิตยสาร	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	181	90.5	108	54.0	172	86.0	47	23.5
2-4 วัน/ครั้ง	16	8.0	65	32.5	23	11.5	61	30.5
5-6 วัน/ครั้ง	3	1.5	12	6.0	3	1.5	66	33.0
ไม่เคย	0	0.0	15	7.5	2	1.0	26	13.0
รวม	200	100.0	200	100.0	200	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตมีการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ทุกวันมีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 สมาชิกบัตรเครดิตเปิดรับข่าวสารจากวิทยุทุกวันมีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 สมาชิกบัตรเครดิตเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทุกวันมีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารพบว่า สมาชิกบัตรเครดิตเปิดรับข่าวสาร 5-6 วัน/ครั้ง มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0

จากสื่อทั้ง 4 ประเภท เมื่อนิยามถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของสมาชิกบัตรเครดิต แล้ว พบว่า สื่อที่สามารถเข้าถึงสมาชิกบัตรเครดิตได้มากที่สุดคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และ นิตยสาร ตามลำดับ

#### ตารางที่ 9

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเดินทางไปต่างถิ่น

การเดินทางไปต่างถิ่น	จำนวน	ร้อยละ
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	17	8.5
2-3 ครั้ง/เดือน	105	52.5
เดือนละ 1 ครั้ง	51	25.5
ไม่เคย	27	13.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตที่เดินทางไปต่างถิ่น 2-3 เดือนต่อครั้ง มีจำนวนมากที่สุด คือ 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 และไม่เคยเดินทางไปต่างถิ่นมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่เดินทางไปต่างถิ่น 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป มีจำนวนเพียง 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 10

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต  
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม (พนักงานธนาคาร)	จำนวน	ร้อยละ
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	101	50.5
2-3 ครั้ง/เดือน	68	34.0
เดือนละ 1 ครั้ง	28	14.0
ไม่เคย	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตที่ติดต่อกับพนักงานของธนาคาร 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุดคือ 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่ติดต่อกับพนักงานของธนาคาร เดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และไม่เคยเลยมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 11

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเข้าถึงสื่อบุคคล

การเข้าถึงสื่อบุคคล (เพื่อน/ญาติพี่น้อง)	จำนวน	ร้อยละ
4 ครั้ง/เดือนขึ้นไป	59	29.5
2-3 ครั้ง/เดือน	84	42.0
เดือนละ 1 ครั้ง	55	27.5
ไม่เคย	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตที่มีการพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ญาติพี่น้อง 2-3 ครั้งต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุดคือ 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ 4 ครั้งต่อเดือนขึ้นไปมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่มีการพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ญาติพี่น้อง เดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และไม่เคยเลยมีจำนวน 2 คน หรือร้อยละ 1.0

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต

จำแนกตามความบ่อยครั้งในการแสวงหาข่าวสารความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมจากแหล่งข่าวต่าง ๆ

การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	103	51.5
2-4 วัน/ครั้ง	44	22.0
5-6 วัน/ครั้ง	42	21.0
ไม่เคย	11	5.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตที่มีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมทุกวันมีจำนวนมากที่สุดคือ 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ 2-4 วันต่อครั้ง มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ส่วนสมาชิกบัตรเครดิตที่มีการแสวงหาข่าวสาร 5-6 วันต่อครั้ง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และไม่เคยเลย 11 คน หรือร้อยละ 5.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตชวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร

การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตชวัญนคร นั้นได้จำแนกคุณลักษณะของบัตรเครดิตชวัญนครไว้ 3 ประการคือ ผลดีทางด้านการเงิน ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย และผลดีทางด้านสังคม ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้



ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 13

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิตจำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตส่วนบุคคล

ความคิดเห็น คุณลักษณะของบัตรเครดิต	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย X
- ใช้ชำระค่าสินค้า/บริการได้ โดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย	96 (48.0)	101 (50.5)	2 (1.0)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.46
- สามารถผ่อนชำระเงินได้	53 (26.5)	125 (62.5)	13 (6.5)	6 (3.0)	3 (1.5)	200 (100.0)	4.09
- เพิ่มความคล่องตัว เมื่อ ต้องการซื้อสินค้า/บริการทันที	75 (37.5)	95 (47.5)	24 (12.0)	5 (2.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	4.19
- ใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสด ล่วงหน้าได้จากเครื่อง ATM	62 (31.0)	106 (53.0)	22 (11.0)	8 (4.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	4.09
- ใช้บัตรเครดิตสั่งซื้อสินค้า ทางไปรษณีย์ได้	28 (14.0)	81 (40.5)	71 (35.5)	16 (8.0)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.57
- การพบบัตรเครดิตช่วยให้ ปลอดภัยจากการถูกจี้ปล้น	90 (45.0)	72 (36.0)	32 (16.0)	5 (2.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	4.22
- ได้รับการประกันในกรณี ที่บัตรหาย	65 (32.5)	89 (44.5)	44 (22.0)	2 (1.0)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.09
- ได้รับการประกันอุบัติเหตุ	72 (36.0)	81 (40.5)	42 (21.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	4.09
- บัตรเครดิตช่วยให้ได้รับการ ยอมรับยกย่องจากสังคม	30 (15.0)	91 (45.5)	58 (29.0)	18 (9.0)	3 (1.5)	200 (100.0)	3.64

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของสมาชิกบัตรเครดิต ที่มีต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตขวัญนคร ซึ่งความคิดเห็นทั้ง 9 ประการนี้อยู่ในระดับ "เห็นด้วย" ตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้ เรียงตามลำดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตโดยเฉลี่ย ได้ดังนี้

1. บัตรเครดิตใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการได้โดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย โดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกบัตรเครดิตมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตขวัญนครในด้านนี้มากที่สุด
2. การพบบัตรเครดิตช่วยให้ปลอดภัยจากการถูกจี้ปล้น
3. บัตรเครดิตเพิ่มความคล่องตัวเมื่อต้องการซื้อสินค้าหรือบริการทันที
4. สามารถผ่อนชำระเงินจากการใช้บัตรเครดิตได้
5. การใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากเครื่อง เอ.ที.เอ็ม.
6. การได้รับการประกันภัยในกรณีที่บัตรหาย
7. การได้รับการประกันอุบัติเหตุกรณีใช้บัตรเครดิตซื้อตั๋วเดินทาง  
(ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิต ข้อ 4-7 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน)
8. บัตรเครดิตช่วยให้ได้รับการยอมรับและยกย่องจากสังคม
9. การใช้บัตรเครดิตส่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ได้

#### ตารางที่ 14

แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของบัตรเครดิตขวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิต

จำแนกตามคุณลักษณะของบัตรเครดิต

คุณลักษณะของบัตรเครดิต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	จำนวน
ผลดีทางด้านการเงิน	4.2775	0.5392	200
ผลดีทางด้านความสะดวกลดภัย	4.0417	0.5460	200
ผลดีทางด้านสังคม	3.6350	0.8977	200

จากตารางที่ 14 พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกบัตรเครดิตเห็นด้วยกับคุณลักษณะทั้ง 3 ประการ ของบัตรเครดิตขวัญนคร

5. ผลการวิเคราะห์การยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลของสมาชิกบัตรเครดิตส่วนบุคคล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับบัตรเครดิต ซึ่งประกอบด้วยการใช้เวลาตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตและความคิดเห็นที่มีต่อบัตรเครดิต ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต

จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตส่วนบุคคล

ระยะเวลาตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
ตัดสินใจไม่ถึง 1 สัปดาห์	105	52.5	3.34
ใช้เวลานาน 1-4 สัปดาห์	17	35.0	
ใช้เวลานาน 5-8 สัปดาห์	12	6.0	
ใช้เวลานานกว่า 8 สัปดาห์	13	6.5	
รวม	200	100.0	

จากตารางที่ 15 พบว่า สมาชิกบัตรเครดิตจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ใช้เวลาตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตไม่ถึง 1 สัปดาห์ รองลงมาใช้เวลา 1-4 สัปดาห์ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และใช้เวลาเกินกว่า 8 สัปดาห์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับที่ใช้เวลานาน 5-8 สัปดาห์ คือมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 สรุปได้ว่า โดยเฉลี่ยแล้วการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลในด้านระยะเวลาในการตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตอยู่ในเกณฑ์ยอมรับมาก

## ตารางที่ 16

แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิกบัตรเครดิต จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อบัตรเครดิต

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$
ความนิยมในการใช้บัตรเครดิต จะเพิ่มมากขึ้นต่อไปอีก	85 (42.5)	105 (52.5)	9 (4.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	200 (100.0)	4.37
บัตรเครดิตเป็นสิ่งจำเป็นของคน ในยุคปัจจุบัน	48 (24.0)	106 (53.0)	35 (17.5)	10 (5.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.95
บัตรเครดิตเป็นสื่อกลางในการ แลกเปลี่ยนที่เหมาะสมกับสังคมไทย	25 (12.5)	73 (36.5)	79 (39.5)	19 (9.5)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.48

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีต่อบัตรเครดิตชั่วคราว ซึ่งมี  
ความคิดเห็น 2 ประการที่อยู่ในระดับ "เห็นด้วย" ตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้ คือ

- ความนิยมในการใช้บัตรเครดิตจะเพิ่มมากขึ้นต่อไปอีก
- บัตรเครดิตเป็นสิ่งจำเป็นของคนในยุคปัจจุบัน

และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ "ไม่แน่ใจ" คือ

- บัตรเครดิตเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนที่เหมาะสมกับสังคมไทย

## 6. ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ตั้งไว้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 4 ข้อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของสมมติฐาน ดังนี้

### สมมติฐานข้อที่ 1

"คุณลักษณะของบัตรเครดิตชวิญนครมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวิญนคร"

ตัวแปรที่ใช้ในการวัดคุณลักษณะของบัตรเครดิต คือ ผลดีทางด้านการเงิน ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย และผลดีทางด้านสังคม รายละเอียดของการวิเคราะห์พิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้

### ตารางที่ 17

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบัตรเครดิตกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวิญนคร

คุณลักษณะของบัตรเครดิต	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ผลดีทางด้านการเงิน	0.2230	0.002
ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย	0.4284	0.000
ผลดีทางด้านสังคม	0.3522	0.000

จากตารางที่ 17 พบว่า คุณลักษณะของบัตรเครดิตในเรื่องผลดีทางด้านการเงิน ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย และผลดีทางด้านสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับบัตรเครดิตชวิญนครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าสมาชิกบัตรเครดิตที่เห็นด้วยกับคุณลักษณะของบัตรเครดิตทั้ง 3 ด้านมาก จะมีระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวิญนครมากด้วย แต่ความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง

ผลการทดสอบดังกล่าว เป็นไปตามสมมติฐานในข้อที่ 1

## สมมติฐานข้อที่ 2

"พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนครมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนคร"

รายละเอียดของการวิเคราะห์ พิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้

### ตารางที่ 18

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของสมาชิกบัตรเครดิต  
กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนคร

การเปิดรับสื่อมวลชน	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
โทรทัศน์	0.0002	0.998
วิทยุ	0.0077	0.914
หนังสือพิมพ์	0.0542	0.446
นิตยสาร	0.1679	0.017

จากตารางที่ 18 พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนคร แต่พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทนิตยสารมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าสมาชิกบัตรเครดิตที่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทนิตยสารมาก จะมีระดับการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนครมากด้วย

## ตารางที่ 19

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิต

กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขั้วคูณ

ปัจจัย	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก	-0.0291	0.683
การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	0.0985	0.165
การเข้าถึงสื่อบุคคล	0.0700	0.324
การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม	0.0987	0.164

จากตารางที่ 19 พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิต ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขั้วคูณ

ผลการทดสอบจากตารางที่ 18-19 ส่วนใหญ่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ในบางส่วน แต่เป็นไปตามสมมติฐานเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทนิตยสารที่มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขั้วคูณ

สมมติฐานข้อที่ 3

"สมาชิกบัตรเครดิตขั้วคูณที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับบัตรเครดิตขั้วคูณที่แตกต่างกัน"

รายละเอียดของการวิเคราะห์พิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้



## ตารางที่ 20

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t.Value	2 - tail Prob
ชาย	133	3.12	0.620	-0.63	0.529
หญิง	67	3.17	0.547		

จากตารางที่ 20 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลของเพศชายกับเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ตารางที่ 21

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
21 - 30	57	3.2251	0.6046	0.9373	0.4237
31 - 40	66	3.0505	0.5773		
41 - 50	60	3.1306	0.5799		
51 ขึ้นไป	17	3.1961	0.6903		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 21 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลของสมาชิกบัตรเครดิตที่อยู่ในช่วงอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 22

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
ต่ำกว่าปริญญาตรี	56	3.1845	0.5883	0.2495	0.7794
ปริญญาตรี	122	3.1175	0.6116		
สูงกว่าปริญญาตรี	22	3.1212	0.5399		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 22 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 23

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครจำแนกตามรายได้

รายได้/เดือน	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
5,000-10,000	76	3.1469	0.6073	0.7349	0.5983
10,001-20,000	50	3.0667	0.6145		
20,001-30,000	28	3.2381	0.4168		
30,001-40,000	12	3.9722	0.4915		
40,001-50,000	11	3.0455	0.5778		
50,001 ขึ้นไป	23	3.2609	0.7518		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 23 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตของผู้บริโภคของสมาชิกบัตรเครดิตในระดับรายได้ต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 24

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตของผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	37	3.0991	0.5464	0.2294	0.8758
ลูกจ้าง/ธุรกิจเอกชน	111	3.1426	0.5755		
ประกอบกิจการส่วนตัว	49	3.1361	0.6869		
อื่น ๆ	3	3.3889	0.5092		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 24 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตของผู้บริโภคของสมาชิกบัตรเครดิตในกลุ่มอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 25

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคล

จำแนกตามการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (บ้าน)

บ้านที่อาศัยอยู่	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
เป็นของตนเอง	119	3.1415	0.5458	0.3573	0.7839
อาศัยพ่อแม่	52	3.1474	0.6849		
บ้านเช่า	21	3.0317	0.6338		
อื่น ๆ	8	3.2708	0.6663		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 25 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลของสมาชิกบัตรเครดิตในลักษณะการเป็นเจ้าของบ้านที่ต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ตารางที่ 26

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคล

จำแนกตามการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (รถยนต์)

	N	$\bar{X}$	S.D.	t. Value	2 - tail Prob
มี	53	3.2453	0.541	1.55	0.122
ไม่มี	147	3.0975	0.611		

จากตารางที่ 26 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตชัณฺครของสมาชิกบัตรเครดิตที่เป็นเจ้าของรถยนต์ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### ตารางที่ 27

แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นต่อการกู้ยืมเงินกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชัณฺคร

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์	ระดับนัยสำคัญ
ความคิดเห็นต่อการกู้ยืมเงิน	0.0875	0.227

จากตารางที่ 27 พบว่า ความคิดเห็นต่อการกู้ยืมเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตชัณฺคร

ผลการทดสอบจากตารางที่ 20-27 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานในข้อที่ 3

#### สมมติฐานข้อที่ 4

"สมาชิกบัตรเครดิตชัณฺครที่ได้รับการจูงใจจากสื่อที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับบัตรเครดิตชัณฺครที่แตกต่างกัน"

รายละเอียดของการวิเคราะห์ พิจารณาได้จากตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตารางที่ 28

แสดงความแตกต่างของระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครจำแนกตามสื่อที่ช้กจูงใจ

สื่อ	N	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	F Prob
สื่อมวลชน	18	3.1852	0.6259	0.0767	0.9262
สื่อเฉพาะกิจ	69	3.1232	0.5904		
สื่อบุคคล	113	3.1372	0.5990		
รวม	200	3.1367	0.5956		

จากตารางที่ 28 พบว่า การยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครของสมาชิกบัตรเครดิตที่ได้รับการจูงใจจากสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าสมาชิกบัตรเครดิตที่ได้รับการจูงใจจากสื่อที่แตกต่างกันมีระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบดังกล่าว ไม่เป็นไปตามสมมติฐานในข้อที่ 4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อค้นหาตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิต จึงได้นำตัวแปรปัจจัยอื่น ได้แก่ คุณลักษณะของบัตรเครดิต สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรมการสื่อสาร มาทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งการวิเคราะห์ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

## ตารางที่ 29

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อค้นหาตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคล

ตัวแปร	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ที่เพิ่มขึ้น	สัมประสิทธิ์การถดถอย		t	ระดับ นัยสำคัญ
			B	Beta		
ผลดีทางด้านความ สะดวกปลอดภัย	0.18351	0.183	0.38186	0.35003	5.292	.000
ผลดีทางด้านสังคม (ค่าคงที่)	0.23309	0.050	0.15561	0.23604	3.569	.005
			2.02402			

$$F = 29.93704 \quad (\text{Sig } F = 0.0)$$

จากตารางที่ 29 พบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2 ตัวแปร คือ ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย และผลดีทางด้านสังคม ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 นี้ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคล ได้ประมาณร้อยละ 23.3

จึงสรุปได้ว่า ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย และผลดีทางด้านสังคมเป็นปัจจัยที่ใช้เป็นตัวพยากรณ์การยอมรับบัตรเครดิตส่วนบุคคลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัยอธิบายได้ร้อยละ 18.3 มีความสำคัญมากกว่าผลดีทางด้านสังคม ซึ่งอธิบายได้เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 5