

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(15)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
สมมติฐานในการวิจัย	3
กรอบแนวความคิด	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต	7
ทฤษฎีทัศนคติของผู้บริโภค	11
แนวคิดเรื่องพฤติกรรมการบริโภคและทฤษฎีการบริโภค	15
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	32
บทที่ 4 ผลของการวิจัย	35
ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	38
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้จ่ายบัตรเครดิต	43
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน	46
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	103
สรุปผลการวิจัย	103
อภิปรายผล	106
ข้อเสนอแนะ	108
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป	109
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก	113
แบบสอบถาม	115
ประวัติผู้วิจัย	121

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	35
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	36
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	36
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษาสูงสุด	37
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	37
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบัตรเครดิตที่ถือ	38
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเหตุผลที่ใช้บัตรเครดิตบ่อย	39
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บัตรเครดิต	40
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระเงินคืนจากการ ใช้จ่ายบัตรเครดิต	40
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประโยชน์ของบัตรเครดิต	41
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกรณีการใช้บัตรเครดิต	41
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริการหรือสินค้าที่ใช้ผ่าน บัตรเครดิต	42
4.14 แสดงปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิต	43
4.15 แสดงปัจจัยในด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิต	44
4.16 แสดงปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิต	44
4.17 แสดงปัจจัยในด้านส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิต	45
4.18 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิต	46
4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	47
4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	48
4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	48
4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	49
4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	51
4.25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	52
4.26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	53
4.27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	53
4.28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	54
4.29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	55
4.30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	56
4.31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	57
4.32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	58
4.33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	58
4.34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	59
4.35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	60
4.36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	61
4.37	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	62
4.38	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	63
4.39	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	63
4.40	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับประโยชน์จากบัตรเครดิต	64
4.41	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับกรณีการใช้บัตรเครดิต	65
4.42	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.43	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	67
4.44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	68
4.45	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	69
4.46	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	70
4.47	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	71
4.48	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	72
4.49	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	73
4.50	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	74
4.51	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	75
4.52	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	75
4.53	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	76
4.54	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	77
4.55	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	79
4.56	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	80
4.57	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	81
4.58	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับประโยชน์จากบัตรเครดิต	81
4.59	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับกรณีการใช้บัตรเครดิต	82
4.60	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.61	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	84
4.62	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	85
4.63	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	86
4.64	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับประโยชน์จากบัตรเครดิต	87
4.65	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับกรณีการใช้บัตรเครดิต	88
4.66	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	89
4.67	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	90
4.68	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	91
4.69	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	92
4.70	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับประโยชน์จากบัตร	93
4.71	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	94
4.72	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	95
4.73	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับเหตุผลในการใช้บัตรเครดิต	96
4.74	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือน	97
4.75	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับวิธีในการชำระเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.76	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับประโยชน์จากบัตรเครดิต	99
4.77	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับกรณีการใช้บัตรเครดิต	100
4.78	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดกับการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ	100

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัย	3
2.1	ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ความรู้สึก ความตั้งใจก่อพฤติกรรม และพฤติกรรม	13
2.2	คำถามที่ใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7Os	16
2.3	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	19
2.4	พฤติกรรมกรซื้อ 4 แบบ	22
2.5	แสดงโมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	24