



บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงาน
ตอนต้น จำนวน 400 คน แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive
Statistics)

คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน โดยนำเสนอข้อมูล
ในรูปแบบตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง คือ

1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ
2. เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential
Statistics) ดังนี้

1. ใช้สถิติ t-test และ One-Way ANOVA แบบ Scheffe เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกลักษณะทางประชากรกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต (สมมติฐานข้อที่ 1)
2. ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ที่ศึกษา (สมมติฐานข้อที่ 2)
3. ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตสามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตได้ดีที่สุด (สมมติฐานข้อที่ 3)

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 1 แสดงเพศของคนวัยทำงานตอนต้น

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	68	17
หญิง	332	83
รวม	400	100

พบว่าคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83 ส่วนเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 17

ตารางที่ 2 แสดงช่วงอายุของคนวัยทำงานตอนต้น

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
24-26	95	23.8
27-29	114	28.5
30-32	91	22.8
33-35	100	25.0
รวม	400	100

คนในวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 27-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 33-35 ปี และช่วงอายุระหว่าง 24-26 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ ร้อยละ 23.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงรายได้ของคนวัยทำงานตอนต้น

รายได้/เดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
15,000-20,000	231	57.8
20,001-25,000	66	16.5
25,001-30,000	56	14.0
30,001 ขึ้นไป	47	11.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่าคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณเดือนละ 15,000 - 20,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณเดือนละ 20,001-20,500 บาท ร้อยละ 16.5 เดือนละ 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 14.0 และเดือนละ 30,001 ขึ้นไป ร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงระดับการศึกษาของคนวัยทำงานตอนต้น

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	14.3
ปริญญาตรี	267	66.8
ปริญญาโท	76	19.0
ปริญญาเอก	0	0
รวม	400	100

พบว่า คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 19.0 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.3 ส่วนในระดับปริญญาเอกไม่พบในกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 5 แสดงอาชีพของคนวัยทำงานตอนต้น

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รัฐ/รัฐวิสาหกิจ	140	35
พนักงานบริษัท	180	45
อาชีพอิสระ	80	20
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่าคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคืออาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 35 และอาชีพอิสระ มีร้อยละ 20

ตอนที่ 2 เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร

ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร

1. สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่เหตุผล	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับเหตุผล
1.1 มีความมั่นคง	270 (67.5)	52 (13.0)	48 (12.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (7.5)	400 (100)	4.26	มาก
1.2 มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	196 (49.0)	124 (31.0)	53 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	27 (6.8)	400 (100)	4.09	มาก
1.3 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย	159 (39.8)	95 (23.8)	116 (29.0)	3 (0.8)	13 (3.3)	14 (3.5)	400 (100)	3.68	มาก
1.4 เคยใช้บริการด้านอื่นๆ หรือคนรู้จักเคยใช้บริการมาก่อน	83 (20.8)	144 (36.0)	135 (33.8)	38 (9.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	400 (100)	3.68	มาก
1.5 มีบริการที่รวดเร็ว	218 (54.5)	66 (16.5)	66 (16.5)	38 (9.5)	0 (0.0)	12 (3.0)	400 (100)	4.07	มาก
1.6 มีสาขาจำนวนมาก	16 (4.0)	93 (23.3)	84 (21.0)	40 (10.0)	26 (6.5)	141 (35.3)	400 (100)	2.03	ปานกลาง

1.7 มีสาขาอยู่ในทำเลที่ ไปมาได้สะดวก	73 (18.3)	69 (17.3)	88 (22.0)	37 (9.3)	38 (9.5)	95 (23.8)	400 (100)	2.54	ปาน กลาง
1.8 สาขามีการตกแต่ง สถานที่สวยงาม	195 (48.8)	79 (19.8)	51 (12.8)	26 (6.5)	24 (6.0)	25 (6.3)	400 (100)	3.80	มาก
1.9 สาขาใกล้บ้าน	233 (58.3)	38 (9.5)	59 (14.8)	21 (5.3)	24 (6.0)	25 (6.3)	400 (100)	3.90	มาก
1.10 จำนวนร้านค้าที่รับ บัตรเครดิต	192 (48.0)	69 (17.3)	53 (3.3)	24 (6.0)	24 (6.0)	38 (9.5)	400 (100)	3.67	มาก
รวม							400 (100)	3.58	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า คนวัยทำงานตอนต้น เลือกใช้บัตรเครดิตด้วยเหตุผลในเรื่องของสถาบันการเงินอยู่ในระดับสูง คิดเป็น ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 จากข้อความที่เป็นเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีเหตุผลที่อยู่ในระดับสูงถึง 8 ข้อ โดยมีข้อที่อยู่ในระดับสูงที่สุดคือ ความมั่นคงของสถาบันการเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านรูป
ลักษณะของบัตรเครดิต

ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านรูปลักษณะของบัตรเครดิต

2. รูปลักษณะของบัตร เครดิต	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ใช่ เหตุผล	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับ เหตุผล
2.1 รูปแบบและสีสันสวย งาม ทันสมัย	144 (36.0)	101 (25.3)	116 (29.0)	12 (3.0)	0 (0.0)	27 (6.8)	400 (100)	3.74	มาก
2.2 มีรูปของท่านติดบน บัตร	104 (26.0)	179 (44.8)	75 (18.8)	12 (3.0)	16 (4.0)	14 (3.5)	400 (100)	3.75	มาก
2.3 ตัวบัตรมีความเป็นเอก ลักษณะชัดเจน เฉพาะตัว	178 (44.5)	82 (20.5)	116 (29.0)	0 (0.0)	24 (6.0)	0 (0.0)	400 (100)	3.98	มาก
รวม							400 (100)	3.82	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า คนวัยทำงานตอนต้น ให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องของรูปลักษณะของบัตรอยู่ในระดับสูง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 จากข้อความที่เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องของรูปลักษณะทั้งหมด 3 ข้อ โดยมีข้อที่สูงที่สุดคือ ตัวบัตรมีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน เฉพาะตัว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในด้านคุณสมบัติของบัตรเครดิต

ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในด้านคุณสมบัติของบัตรเครดิต

3. คุณสมบัติของบัตรเครดิต	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่เหตุผล	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับเหตุผล
3.1 แสดงความเป็นผู้นำ	187 (46.8)	79 (19.8)	81 (20.3)	10 (2.5)	12 (3.0)	31 (7.8)	400 (100)	3.82	มาก
3.2 แสดงความทันสมัย	202 (50.5)	119 (29.8)	40 (10.0)	0 (0.0)	25 (6.3)	14 (3.5)	400 (100)	4.08	มาก
3.3 แสดงความมีฐานะ	143 (35.8)	110 (27.5)	80 (20.0)	22 (5.5)	28 (7.0)	17 (4.3)	400 (100)	3.67	มาก
3.4 สะดวกในการซื้อสินค้า ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก	222 (55.5)	93 (23.3)	46 (11.5)	13 (3.3)	13 (3.3)	13 (3.3)	400 (100)	4.15	มาก
3.5 ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหรือซื้อบริการ	181 (45.3)	120 (30.0)	68 (17.0)	0 (0.0)	18 (4.5)	13 (3.3)	400 (100)	4.02	มาก
3.6 สามารถถอนเงินสดล่วงหน้าผ่านบัญชีบัตรเครดิต	128 (32.0)	70 (17.5)	97 (24.3)	45 (11.3)	50 (12.5)	10 (2.5)	400 (100)	3.38	มาก
3.7 สามารถถอนเงินสดผ่านบัญชีเงินฝากจากเครื่อง ATM	121 (30.3)	81 (20.3)	68 (17.0)	45 (11.3)	62 (15.5)	23 (7.8)	400 (100)	3.21	ปานกลาง
3.8 เลือกชำระค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรได้ (ตัดบัญชีอัตโนมัติ, ชำระผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์, เครื่อง ATM, เช็ค)	123 (30.8)	103 (25.8)	85 (21.3)	3 (0.8)	57 (14.3)	29 (7.3)	400 (100)	3.36	มาก
3.9 สามารถใช้บริการสอบถามข้อมูลการเงินต่างๆ ทางโทรศัพท์ได้	93 (23.3)	79 (19.8)	94 (23.5)	40 (10.0)	32 (8.0)	62 (15.5)	400 (100)	2.94	ปานกลาง
3.10 สามารถชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านเครื่อง ATM ได้ เช่นค่าน้ำ, ค่าไฟ ค่าเบี้ยประกัน เป็นต้น	115 (28.8)	30 (7.5)	120 (30.0)	76 (19.0)	32 (8.0)	27 (6.8)	400 (100)	3.10	ปานกลาง
3.11 สามารถซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ได้ (Mail Order)	91 (22.8)	48 (12.0)	146 (36.5)	37 (9.3)	44 (11.0)	34 (8.5)	400 (100)	3.01	ปานกลาง
3.12 สิทธิในการผ่อนชำระขั้นต่ำ 10%.	114 (28.5)	81 (20.3)	123 (30.8)	39 (9.8)	14 (3.5)	29 (7.3)	400 (100)	3.39	มาก

3.13 สิทธิในการทำบัตรเสริม	101 (25.3)	61 (15.3)	117 (29.3)	30 (7.5)	11 (2.8)	80 (20.0)	400 (100)	2.93	ปาน กลาง
3.14 สิทธิในการขออนุมัติวง เงินชั่วคราวเพื่อเดินทางไป ต่างประเทศ	97 (24.3)	88 (22.0)	114 (28.5)	33 (8.3)	0 (0.0)	68 (17.0)	400 (100)	3.11	ปาน กลาง
3.15 สิทธิรับความคุ้มครอง ความเสียหายกรณีบัตรหาย หรือถูกขโมย	171 (42.8)	60 (15.0)	65 (16.3)	46 (11.5)	11 (2.8)	47 (11.8)	400 (100)	3.48	มาก
3.16 สิทธิคุ้มครองการซื้อกรณี สินค้าซื้อผ่านบัตรเครดิต เสียหายจากอุบัติเหตุหรือ สูญหาย	126 (31.5)	52 (13.0)	92 (23.0)	43 (10.8)	25 (6.3)	62 (15.5)	400 (100)	3.06	ปาน กลาง
3.17 สิทธิคุ้มครองกรณีเครื่อง บินหรือกระเป๋าสำเนาในการ เดินทาง	99 (24.8)	89 (22.3)	110 (27.5)	24 (6.0)	17 (4.3)	61 (15.3)	400 (100)	3.12	ปาน กลาง
3.18 สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ	110 (27.5)	76 (19.0)	77 (19.3)	49 (12.3)	27 (6.8)	61 (15.3)	400 (100)	3.03	ปาน กลาง
3.19 อัตราค่าธรรมเนียมของ บัตรเครดิต	213 (53.3)	92 (23.0)	43 (10.8)	25 (6.3)	0 (0.0)	13 (3.3)	400 (100)	4.10	มาก
3.20 วงเงินการให้สินเชื่อ	190 (47.5)	76 (19.0)	81 (20.3)	21 (5.3)	0 (0.0)	28 (7.0)	400 (100)	3.87	มาก
3.21 ระยะเวลาการชำระเงิน ปลอดดอกเบี้ย	246 (61.5)	54 (13.5)	75 (18.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	13 (3.3)	400 (100)	4.27	มาก
3.22 อัตราดอกเบี้ย	230 (57.5)	80 (20.0)	51 (12.8)	13 (3.3)	0 (0.0)	26 (6.5)	400 (100)	4.19	มาก
รวม							400 (100)	3.51	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า คนวัยทำงานตอนต้น ให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องคุณสมบัติของบัตรอยู่ในระดับสูง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 จากข้อความที่เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องของรูปลักษณะทั้งหมด 22 ข้อ โดยมีข้อที่สูงที่สุดคือ ระยะเวลาการชำระเงินปลอดดอกเบี้ย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย และ สะดวกในการซื้อสินค้าไม่ต้องพกเงินสด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 และ 4.15 ตามลำดับ

สำหรับ จำนวนและคำร้อยละของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตเรื่องของคุณสมบัติของบัตรที่อยู่ในระดับปานกลาง เรียงจากค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถถอนเงินสดจากเครื่อง ATM สิทธิคุ้มครองกรณีเครื่องบินหรือกระเป๋าเดินทางล่าช้า และ สิทธิในการขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.21, 3.12 และ 3.11 ตามลำดับ

สำหรับจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ สิทธิในการทำบัตรเสริม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.93

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านการส่งเสริมการขาย

ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละของแต่ละเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านการส่งเสริมการขาย

4. การส่งเสริมการขาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ใช่เหตุผล	รวม	ค่าเฉลี่ย	ระดับเหตุผล
4.1. รายการชิงโชค	195 (48.8)	49 (12.3)	95 (23.8)	46 (11.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	400 (100)	3.88	มาก
4.2. จัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม	253 (63.3)	84 (21.0)	59 (14.8)	0 (0.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	400 (100)	4.46	มาก
4.3. ลดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	298 (74.5)	56 (14.0)	33 (8.3)	13 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	400 (100)	4.60	มาก
4.4. ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรหลัก	290 (72.5)	42 (10.5)	43 (10.8)	25 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	400 (100)	4.49	มาก
4.5. ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรเสริม	217 (54.3)	75 (18.8)	57 (14.3)	12 (3.0)	13 (3.3)	26 (6.5)	400 (100)	3.98	มาก
4.6. สะสมคะแนนแลกของกำนัล	212 (53.0)	90 (22.5)	73 (18.3)	25 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	400 (100)	4.22	มาก
4.7. สะสมคะแนนแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ	188 (47.0)	105 (26.3)	88 (22.0)	15 (3.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	400 (100)	4.14	มาก
4.8. สะสมคะแนนแลกคืนเป็นตั๋วเครื่องบิน	227 (56.8)	61 (15.3)	35 (8.8)	60 (15.0)	4 (1.0)	13 (3.3)	400 (100)	4.02	มาก
4.9. สะสมคะแนนแลกคืนเป็นเงินสด	229 (57.3)	61 (15.3)	45 (11.3)	23 (5.8)	17 (4.3)	25 (6.3)	400 (100)	3.97	มาก
4.10 สะสมคะแนนแลกคืนเป็นค่าธรรมเนียมในปีต่อไป	182 (45.5)	78 (19.5)	17 (70.5)	53 (13.3)	4 (1.0)	13 (3.3)	400 (100)	3.86	มาก
4.11 โปรแกรมผ่อนชำระค่าเดินทาง	149 (37.5)	90 (22.5)	77 (19.3)	53 (13.3)	4 (1.0)	27 (6.8)	400 (100)	3.62	มาก
4.12 โปรแกรมผ่อนชำระสินค้า	140 (35.0)	87 (21.8)	88 (22.0)	41 (10.3)	5 (1.3)	39 (9.8)	400 (100)	3.50	มาก
4.13 สิทธิพิเศษเกี่ยวกับความบันเทิงเช่น การแสดงต่างๆ	164 (41.0)	108 (27.0)	58 (14.5)	27 (6.8)	4 (1.0)	39 (9.8)	400 (100)	3.71	มาก
รวม							400 (100)	4.00	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตในการส่งเสริมการขายของบัตรเครดิตโดยรวมมีการใช้เหตุผลในระดับสูง และเหตุผลที่ใช้มากที่สุดคือ การลดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาคือ ฟรี ค่าธรรมเนียมบัตรหลัก และ จัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.49 และ 4.46 ตามลำดับ

ส่วนการจัดโปรแกรมผ่อนชำระสินค้านั้นมีการใช้เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่ำที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทต่างๆ

การเปิดรับสื่อบุคคล	มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	1-3 ครั้ง/เดือน	มากกว่า 2 เดือน/ ครั้ง หรือไม่เคยเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
สมาชิกในครอบครัว	48 (12.0)	142 (35.5)	210 (52.5)	400 (100)	0.60	0.69	ต่ำ
เพื่อน	85 (21.3)	195 (48.8)	120 (30.0)	400 (100)	0.91	0.71	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย	88 (22.0)	178 (44.5)	134 (33.5)	400 (100)	0.89	0.74	ปานกลาง
รวม				400 (100)	1.00		ปานกลาง

จากตารางที่ 10 พบว่า คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 48.8 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากเพื่อน 1-3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ 0.91

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 44.5 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจาก เจ้าหน้าที่บัตรเครดิตเดือนละ 1-3 ครั้ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ 0.89

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่ง คือร้อยละ 52.5 ไม่เปิดรับข่าวสารจากสมาชิกในครอบครัวเลย คิดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับต่ำคือ 0.60

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

การเปิดรับสื่อมวลชน	ทุกวัน	2-5 วัน/ครั้ง	มากกว่า 5 วัน/ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. หนังสือพิมพ์	294 (73.5)	106 (26.5)	0 (0.0)	400 (100)	1.74	0.44	สูง
2. วิทยุ	141 (35.3)	231 (57.8)	28 (7.0)	400 (100)	1.28	0.59	ปาน กลาง
3. โทรทัศน์	12 (3.0)	341 (85.3)	47 (11.8)	400 (100)	0.91	0.37	ปาน กลาง
	มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	1-4 ครั้ง /เดือน	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
4. วารสาร และ นิตยสาร	112 (28.0)	250 (62.5)	38 (9.5)	400 (100)	1.19	0.58	ปาน กลาง
รวม				400 (100)	1.05	0.23	ปาน กลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 73.5 เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ทุกวัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.74 ส่วนอีกร้อยละ 26.5 ที่เหลือ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากหนังสือพิมพ์ 2-5 วัน/ครั้ง

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.8 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากวิทยุ 2-5 วัน/ครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.28 มีคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 35.3 ที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากวิทยุทุกวัน และมีคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 7 ที่ ไม่เคยเลยหรือได้รับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากวิทยุ น้อยมาก

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 85.3 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากโทรทัศน์ 2-5 วัน/ครั้ง และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.91 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 62.5 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากวารสารและนิตยสาร มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 1.19 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

โดยรวมคือ คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง และเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่นๆ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ

การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	ทุกวัน	2-5 วัน/ครั้ง	มากกว่า 5 วัน/ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. อินเทอร์เน็ต	201 (50.3)	158 (39.5)	41 (10.3)	400 (100)	1.40	0.67	สูง
2. จดหมายตรง	81 (20.3)	199 (49.8)	120 (30.0)	400 (100)	0.90	0.70	ปานกลาง
3. แผ่นพับ	81 (20.3)	199 (49.8)	120 (30.0)	400 (100)	0.90	0.70	ปานกลาง
4. โปสเตอร์	35 (8.8)	100 (25.0)	265 (66.3)	400 (100)	0.43	0.65	ต่ำ
5. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	39 (9.8)	135 (33.8)	226 (56.5)	400 (100)	0.53	0.67	ต่ำ
6. ป้ายรถประจำทาง	22 (5.5)	207 (51.8)	171 (42.8)	400 (100)	0.63	0.59	ต่ำ
7. ตัวถังรถ ไฟฟ้า (BTS)	15 (3.8)	161 (40.3)	224 (56.0)	400 (100)	0.48	0.57	ต่ำ
รวม				400 (100)	1.02	0.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่าคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 50.3 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่ออินเทอร์เน็ตทุกวัน และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 1.40 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับสูง

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 49.8 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่อจดหมายตรง (Direct Mail) 2-5 วัน/ครั้ง และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.90 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 49.8 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากแผ่นพับ 2-5 วัน/ครั้ง และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.90 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 66.3 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากโปสเตอร์ มากกว่า 2 เดือน/ ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.43 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 56.5 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง มากกว่า 2 เดือน/ ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.53 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 51.8 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากป้ายรถประจำทาง 2-5 วัน/ครั้ง และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.63 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 56.0 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากตัวถังรถไฟฟ้า มากกว่า 2 เดือน/ ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อดังกล่าวคือ 0.48 ซึ่งจัดเป็นค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ

โดยรวมแล้วคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในระดับปานกลางและเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่นๆ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางประชากรสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต
ของคณวิทำงานตอนต้น

ตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคณวิ
ทำงานตอนต้นจำแนกตามเพศ

เหตุผลในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการเครดิต	ชาย (68)		หญิง (332)		t	P
	X	S.D.	X	S.D.		
สถาบันการเงิน ผู้ออกบัตร	3.4059	0.5730	3.6256	0.9016	1.930	0.054
รูปลักษณ์ของบัตร	3.6324	1.0060	3.8614	1.0026	1.712	0.090
คุณสมบัติของบัตร	3.7540	0.5062	3.4621	1.0597	-3.452***	0.001
การส่งเสริมการขาย	4.3586	0.5037	3.9673	0.9713	-4.826***	0.000

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 13 พบว่าเพศชายใช้เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในเรื่องของคุณสมบัติ
ของบัตรและการส่งเสริมการขายมากกว่าเพศหญิง โดยมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่ง
เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

แต่เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในเรื่องของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและรูปลักษณ์
ของบัตร เพศที่แตกต่างกัน ใช้เหตุผลในการเลือกใช้ในเรื่องดังกล่าวไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไป
ตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 14 แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตจำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต	อายุ 24-26 ปี		อายุ 27-29 ปี		อายุ 30-32 ปี		อายุ 33-35 ปี		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.			
สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.5421	0.5837	3.8325	0.7871	3.8000	0.6261	3.1610	1.1333	14.641***	0.000	(1)>(4) (2)>(4) (3)>(4)
รูปลักษณะของบัตร	3.9684	0.9032	3.7456	1.0202	3.9194	0.7767	3.6833	1.2285	1.820	0.143	
คุณสมบัติของบัตร	3.6273	0.9395	3.8497	0.7399	3.3911	1.1059	3.1264	1.0459	11.072***	0.000	(1)>(4) (2)>(3) (2)>(4)
การส่งเสริมการขาย	3.8737	0.9444	4.1511	1.0102	4.3736	0.4099	3.7431	1.0886	9.625***	0.000	(3)>(1) (3)>(4) (2)>(4)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

(1) หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 24-26 ปี

(2) หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 27-29 ปี

(3) หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 30-32 ปี

(4) หมายถึง ช่วงอายุระหว่าง 32-35 ปี

จากตารางที่ 14 พบว่าคณวิทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นั่นคือ ปัจจัยลักษณะทางประชากรบางประการสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ พบว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 24-26 ปี, กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-29 ปี และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-32 ปี ใช้เหตุผลในเรื่องของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 33-35 ปี

ส่วนเหตุผลในเรื่องของคุณสมบัติของบัตรนั้นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 24-26 ปี ใช้เหตุผลในข้อดังกล่าวมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 33-35 ปี และในเหตุผลเดียวกันนี้กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-29 ปี ใช้มากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-32 ปี และกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 33-35 ปี

ในเรื่องของการส่งเสริมการขาย กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 30-32 ปี ใช้เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 24-26 ปีและกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-29 ปี ส่วนกลุ่มที่มีอายุ

ระหว่าง 27-29 ปี ใช้เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 27-29 ปี ในเรื่องเดียวกัน

ส่วนเหตุผลในด้านรูปลักษณะของบัตรเครดิตนั้น คนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 15 แสดงผลทดสอบความแตกต่าง ของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต	(1)		(2)		(3)		(4)		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.			
สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.7156	0.7207	3.1742	1.3556	4.0393	0.4960	3.0064	0.3260	22.239***	0.000	(1)>(2) (1)>(4) (3)>(2) (3)>(4)
รูปลักษณะของบัตร	3.9885	0.9956	3.0303	1.1090	4.3333	0.3178	3.5106	0.7083	26.266***	0.000	(1)>(2) (1)>(4) (3)>(2) (3)>(4)
คุณสมบัติของบัตร	3.6893	1.0196	3.0668	1.1531	3.7719	0.4236	2.9536	0.6504	14.425***	0.000	(1)>(2) (1)>(4) (3)>(2) (3)>(4)
การส่งเสริมการขาย	4.3127	0.8669	3.6200	1.1857	3.5879	0.7152	3.7758	0.2115	19.516***	0.000	(1)>(2) (1)>(3) (1)>(4)

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

- (1) หมายถึง ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,000-20,000 บาทต่อเดือน
- (2) หมายถึง ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาทต่อเดือน
- (3) หมายถึง ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาทต่อเดือน
- (4) หมายถึง ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทต่อเดือน

จากตารางที่ 15 คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นั่นคือ ปัจจัยลักษณะทางประชากรสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อนำผลมาทดสอบเป็นรายคู่ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,000-20,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาทต่อเดือนใช้ทุกเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 25,001-30,000 บาทต่อเดือนและกลุ่มผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทต่อเดือนเสมอ ยกเว้นเหตุผลในเรื่องของการส่งเสริมการขายที่กลุ่มผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,000-20,000 บาทต่อเดือนใช้เป็นเหตุผลมากกว่าทั้ง 3 กลุ่มที่เหลือ

ตารางที่ 16 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตจำแนกตามกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน

เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต	(1)		(2)		(3)		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.			
สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.8842	0.2597	3.5543	0.9534	3.4855	0.7495	4.210*	0.016	(1)>(2) (1)>(3)
รูปลักษณะของบัตร	4.2690	0.5471	3.8190	10.462	3.5000	1.0088	9.956***	0.000	(1)>(2) (1)>(3) (2)>(3)
คุณสมบัติของบัตร	4.2113	0.8033	3.3800	1.0507	3.4498	0.6433	18.057***	0.000	(1)>(2) (1)>(3)
การส่งเสริมการขาย	4.3738	0.6438	3.9574	0.9504	4.0476	0.9402	4.914*	0.008	(1)>(2)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

(1) หมายถึง ผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

(2) หมายถึง ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

(3) หมายถึง ผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท

จากตารางที่ 16 คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปัจจัยลักษณะทางประชากรสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อนำผลมาทดสอบเป็นรายคู่ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีใช้เหตุผลทุกข้อมากกว่ากลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท

ส่วนในเรื่องของรูปลักษณะของบัตรนั้นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีใช้เป็นเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต มากกว่ากลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 17 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตจำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต	(1)		(2)		(3)		F	P	คู่ที่ต่างกัน
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.			
สถาบันการเงินผู้ออกบัตร	3.8864	0.7222	3.3267	1.0022	3.6550	0.4559	18.558***	0.000	(1)>(2) (3)>(2)
รูปลักษณะของบัตร	3.9262	0.8558	3.6407	1.2182	4.0500	0.5565	5.871*	0.003	(1)>(2) (3)>(2)
คุณสมบัติของบัตร	3.5299	0.9059	3.4235	0.9308	3.6784	1.2367	1.868*	0.003	
การส่งเสริมการขาย	4.3549	0.7353	3.6201	1.0396	4.4029	0.4086	39.549***	0.000	(1)>(2) (3)>(2)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

(1) หมายถึง ผู้ที่ทำงานในองค์กรของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ

(2) หมายถึง ผู้ที่ทำงานในองค์กรเอกชน

(3) หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพอิสระ

จากตารางที่ 17 คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นั่นคือ ปัจจัยลักษณะทางประชากรสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

เมื่อนำผลมาทดสอบเป็นรายคู่ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ที่ทำงานในองค์กรของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มผู้ประกอบอาชีพอิสระ ใช้เหตุผลทุกข้อในการเลือกใช้บัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มผู้ที่ทำงานในองค์กรเอกชน ยกเว้นในเรื่องของคุณสมบัติเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จากตารางสามารถบอกได้ว่า ระดับการศึกษาต่างกันใช้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านของคุณสมบัติของบัตร ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ- เครดิต

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจาก สื่อ
มวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แยกตามประเภท กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต

การเปิดรับข่าว- สารจากสื่อ	ค่าสหสัมพันธ์กับเหตุผล					ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P)				
	(1)	(2)	(3)	(4)	รวม	(1)	(2)	(3)	(4)	รวม
สื่อบุคคล	-0.075	-0.093	-0.053	-0.050	-0.073	0.136	0.063	0.289	0.320	0.148
1. สมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง	-0.027	-0.067	-0.010	-0.048	-0.330	0.597	0.378	0.843	0.333	0.507
2. เพื่อนฝูง/ เพื่อนร่วมสถาบันศึกษา/ เพื่อนร่วมงาน	-0.050	-0.091	-0.077	-0.034	-0.076	0.317	0.070	0.125	0.497	0.131
3. เจ้าหน้าที่บัตรเครดิต	-0.051	-0.004	-0.005	-0.004	-0.017	0.310	0.937	0.921	0.929	0.741
สื่อมวลชน	-0.012	-0.041	-0.026	0.007	-0.020	0.815	0.414	0.600	0.896	0.697
4. หนังสือพิมพ์	-0.107*	-0.110*	-0.043	-0.012	-0.064	0.032	0.028	0.388	0.803	0.205
5. วิทยุ	0.060	-0.008	0.020	0.007	0.027	0.232	0.869	0.697	0.891	0.590
6. โทรทัศน์	-0.041	-0.059	-0.045	0.056	-0.023	0.409	0.238	0.372	0.262	0.651
7. นิตยสาร	0.028	0.060	-0.003	-0.022	0.003	0.579	0.229	0.959	0.655	0.959
สื่อเฉพาะกิจ	-0.044	-0.051	-0.062	-0.012	-0.055	0.179	0.304	0.214	0.805	0.270
8. อินเทอร์เน็ต	0.045	0.081	0.093	0.074	0.096	0.370	0.105	0.065	0.142	0.056
9. จดหมายตรง (Direct Mail)	-0.035	-0.077	-0.064	-0.008	-0.055	0.489	0.126	0.202	0.869	0.274
10. แผ่นพับ	-0.035	-0.077	-0.064	-0.008	-0.055	0.489	0.126	0.202	0.869	0.274
11. ไปสเตอร์	-0.054	0.011	-0.046	-0.065	-0.060	0.285	0.828	0.361	0.198	0.235
12. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	-0.068	-0.064	-0.031	0.020	-0.033	0.176	0.200	0.535	0.687	0.512
13. ป้ายรถประจำทาง	-0.008	-0.020	-0.083	-0.036	-0.064	0.878	0.686	0.099	0.475	0.202
14. ตัวถังรถไฟฟ้า	-0.015	-0.051	-0.054	-0.034	-0.051	0.763	0.305	0.280	0.496	0.270

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(1) หมายถึง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร

(2) หมายถึง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตด้านรูปลักษณ์บัตรเครดิต

(3) หมายถึง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตด้านคุณสมบัติของบัตรเครดิต

(4) หมายถึง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตด้านการส่งเสริมการขาย

รวม หมายถึง เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตทุกด้านรวมกัน

จากตารางที่ 18 พบว่า การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและด้านรูปลักษณะของบัตรเท่านั้น ส่วนเหตุผลอื่นๆ กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากตารางจึงถือได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่อบางชนิดสัมพันธ์กับเหตุผลบางประการในการเลือกใช้บัตรเครดิต จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 บางส่วน นั่นคือ การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันผู้ออกบัตรและรูปลักษณะของบัตร

อย่างไรก็ตาม ผลความสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์เชิงลบ และความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตสามารถอธิบายเหตุผลในการเลือก ใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบัน
การเงินผู้ออกบัตรเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		T	P	ลำดับ ความสำคัญ
				B	Beta			
รายได้	0.160	0.026	0.023	-0.128	-0.160	-3.240	0.001	1
ค่าคงที่				3.819		46.090	0.000	

F = 10.500 (*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001)

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรของคนวัยทำงานตอนต้น ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีเพียง 1 ตัวแปร เท่านั้นคือ รายได้ (จากตัวแปรทั้งหมดที่เลือกใช้พยากรณ์คือ ช่วงอายุ รายได้ ระดับการศึกษา การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ) โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรของคนวัยทำงานตอนต้น ได้ประมาณร้อยละ 2.6 จึงถือได้ว่าตัวแปรรายได้ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรของคนวัยทำงานตอนต้นมากที่สุด

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านรูป
ลักษณะของบัตรเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ**

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		T	P	ลำดับความ สำคัญ
				B	Beta			
การศึกษา	0.216	0.047	0.044	-0.378	-0.216	-4.422	0.000	1
ค่าคงที่				4.597		25.273	0.000	

F = 19.553 (*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001)

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านรูปลักษณะของบัตร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (จากตัวแปรทั้งหมดที่เลือกใช้พยากรณ์คือ ช่วงอายุ รายได้ ระดับการศึกษา การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ) โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านรูปลักษณะของบัตรได้ประมาณร้อยละ 4.7 จึงถือได้ว่าตัวแปรการศึกษา เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านรูปลักษณะของบัตรมากที่สุด

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านรูปลักษณะของบัตรได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านคุณสมบัติของบัตรเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		T	P	ลำดับความ สำคัญ
				B	Beta			
อายุ	0.223	0.050	0.047	-6.625E-02	-0.223	-4.566	0.000	1
การศึกษา	0.284	0.081	0.076	-0.304	-0.176	-3.645	0.000	1
ค่าคงที่				5.479		13.336	0.000	

F = 20.847 (*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001)

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านคุณสมบัติของบัตร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เพียง 2 ตัวแปร เท่านั้นคือ อายุและการศึกษา (จากตัวแปรทั้งหมดที่เลือกใช้พยากรณ์คือ ช่วงอายุ รายได้ ระดับการศึกษา การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ) โดยตัวแปรดังกล่าวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านคุณสมบัติของบัตร ได้ประมาณร้อยละ 8.1 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรอายุ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นมากที่สุด โดยสามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ถึงร้อยละ 5.0 ในขณะที่ตัวแปรการศึกษาอธิบายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เท่านั้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านคุณสมบัติของบัตร ได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตด้านการส่งเสริมการขายเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวพยากรณ์	R	R ²	R ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ การถดถอย		T	P	ลำดับความ สำคัญ
				B	Beta			
รายได้	0.289	0.083	0.081	-0.248	-0.289	-6.015	0.000	1
ค่าคงที่				4.479		51.967	0.000	

F = 36.181 (*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001)

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า รายได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (จากตัวแปรทั้งหมดที่เลือกใช้พยากรณ์คือ ช่วงอายุ รายได้ ระดับการศึกษา การเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ) โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย ได้ประมาณร้อยละ 8.3 จึงถือได้ว่าตัวแปรรายได้ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย มากที่สุด ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย ได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้