



การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้า
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา
อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

A Study Behavior of Customers towards credit card

Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives, Chaiya Branch, Suratthani.

ธารินี เหล็กกล้า

THARINEE LEKKLA

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration in Management Sciences

Prince of Songkla University

2559

ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ผู้เขียน นางสาวธารินี เหล็กกล้า
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

..... ประธานกรรมการ
(ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

.....กรรมการ
(ดร.นงเยาว์ เมืองดี)

.....กรรมการ
(ดร.จินตนิษฐ์ ฐิติ)

.....
(ดร.ชนาวุช แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้เขียน นางสาวธารินี เหล็กกล้า

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ พฤติกรรม การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ
ลูกค้าผู้ใช้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์
ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ศึกษาปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร และศึกษาถึง
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-40 ปี สถานภาพสมรสจัด
ทะเบียน การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา มีรายได้เฉลี่ย 15,001-
18,000 บาทต่อเดือน มีหนี้สินกับ ธ.ก.ส 300,001-500,000 บาท และมีวงเงินบัตรเครดิต
40,001-50,000 บาท สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุดคือ ปุ๋ย เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อ
เกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร คือ สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการ
ซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ โดยร้านค้ารับบัตรที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด คือร้านบุญยัง
การเกษตร และกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่างๆในระดับที่มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น
โทรทัศน์ วิทยุ การส่งเสริมการตลาดจากร้านค้ารับบัตร เป็นต้น ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตร
สินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร

Thesis Title A Study Behavior of Customers towards credit card Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives, Chaiya Branch, Suratthani.

Author Miss Tharinee Lekkla

Major Program Business Administration

Academic Year 2015

ABSTRACT

This study was a survey research, behavioral studies using the agricultural credit card of customers who used the Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives Branch Chaiya, Chaiya, Suratthani. The purposes were the studies of behavior to using the agricultural credit card, factors of the marketing mix (7Ps) that affect the behavior of the agricultural credit card, and barriers to using the agricultural credit card.

The result found that the most customers were men aged 36-40 years, registered the marital status listed, and completed primary education. These customers career rubber agriculturist who had the average income about 15,001-18,000 baht per month and debt about 300,001-500,000 baht. The customers hold the agricultural credit card in the amount of 40,001-50,000 baht. They interested to using the agricultural credit card for purchasing the fertilizer. The reason for using the agricultural credit card of customers was its comfortable using because it was used instead of cash to make purchases at participating. The popular store was the Boon Young Agriculture Shop. The customers have been informed the promotions by the media from television, radio, store, and so on. The analysis compared the relationship between the factors from personal and marketing mix behavior indicated that it statistical significantly affected the behavior to using the agricultural credit card.

Keywords : Behavior to using the agricultural credit card, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Agriculture

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ ที่ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนกระทั่ง การศึกษาครั้งนี้ เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา ได้มีความรู้ความเข้าใจ เพื่อจะนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษา ในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงมาด้วยดี ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจที่คอยช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ น้องสาว ที่คอยให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เพื่อนๆที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาร่วมกัน ผู้ทำตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถามทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ท่านผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้าหน่วย หัวหน้างาน พี่ๆพนักงาน พัฒนาธุรกิจ พี่ๆพนักงานการเงิน พี่ๆธุรการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไชยา ที่คอยให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้ศึกษาขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้นด้วย

ธารินี เหล็กกล้า

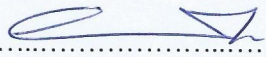
ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้เขียน นางสาวธารินี เหล็กกล้า

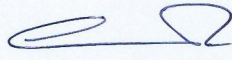
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ



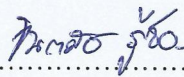
(ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

.....ประธานกรรมการ

(ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์)

.....กรรมการ

(ดร.นงเยาว์ เมืองดี)

.....กรรมการ

(ดร.จินตนิษฐ์ ฐู่อ)

.....

(ดร.ชนาวุช แสงกาสนีย์)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
ABSTRACT	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(5)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	4
2.2 ความรู้เกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตรกร	9
2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	12
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
2.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา	34
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	36
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	40
3.6 สถานที่ใช้ในการศึกษา	40
3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	40

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร	47
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด	54
4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร	63
4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร	87
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	108
5.2 อภิปรายผล	113
5.3 ข้อเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม	116
ภาคผนวก	119
ประวัติผู้เขียน	134

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การแจกแจงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	19
3.1	แสดงจำนวนลูกค้าและกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามตำบลที่อยู่อาศัย	37
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไป(เพศ)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไป(ตำบลที่อยู่อาศัย)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(อายุ)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(สถานภาพ)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(ระดับการศึกษา)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(อาชีพหลัก)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
4.7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(อายุลูกค้าร.ก.ส.)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4.8	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(รายได้เฉลี่ย)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4.9	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(หนี้สิน)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
4.10	แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไป(วงเงินบัตรเครดิต)ของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4.11	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ผ่านบัตร สินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน	48
4.12	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่า การใช้ผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง	48
4.13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ทางการเกษตรใดที่ท่านใช้ผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรมากที่สุด	49
4.14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามใช้จ่าย ผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด	50
4.15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามท่านได้รับ ใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่	50
4.16	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามท่าน ได้จับบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้ผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่	51
4.17	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสามารถ ชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่	51

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระหนี้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร 52
4.19	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้า 53
4.20	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรหรือไม่ 53
4.21	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรโดยภาพรวม 54
4.22	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 55
4.23	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านราคา 56
4.24	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 57
4.25	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านการส่งเสริมการตลาด 58
4.26	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 59
4.27	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านลักษณะทางกายภาพ 60
4.28	ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านกระบวนการในการทำงาน 61
4.29	ระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร 62
4.30	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ 64
4.31	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 65

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง	65
4.33	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับร้านค้าที่ใช้บริการมากที่สุด	66
4.34	เปรียบเทียบความสัมพันธ์อายุกับการได้รับใบเสร็จรับเงิน	67
4.35	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการจดบันทึก	67
4.36	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความสามารถชำระหนี้	68
4.37	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับลักษณะการชำระหนี้คืน	69
4.38	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกับการยกเลิกการใช้บริการ	69
4.39	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา	71
4.40	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน	72
4.41	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง	73
4.42	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับร้านค้าที่ใช้บริการมากที่สุด	74
4.43	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับร้านค้าที่ใช้บริการมากที่สุด	75
4.44	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการจดบันทึก	76
4.45	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความสามารถชำระหนี้	77
4.46	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับลักษณะการชำระหนี้คืน	78
4.47	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลการใช้บริการ	79
4.48	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการยกเลิกการใช้บริการ	80
4.49	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้ บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร จำแนกตาม ววงเงินบัตรเครดิต	81
4.50	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินบัตรเครดิตเชิงกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง	82
4.51	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินบัตรเครดิตเชิงกับร้านค้าที่ใช้บริการมากที่สุด	83
4.52	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินบัตรเครดิตเชิงกับการได้รับใบเสร็จรับเงิน	84
4.53	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินบัตรเครดิตเชิงกับความสามารถชำระหนี้	85
4.54	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินบัตรเครดิตเชิงกับการยกเลิกการใช้บริการ	86

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.55	เปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม การใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร จำแนกตาม จำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 88
4.56	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 89
4.57	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 90
4.58	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 90
4.59	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 91
4.60	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการทำงานกับจำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน 92
4.61	เปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม การใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร จำแนกตาม มูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 93
4.62	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 94
4.63	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคากับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 95
4.64	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 96
4.65	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 97
4.66	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 97
4.67	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการในการทำงานกับมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง 98

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.68	เปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรประจำแนกตามเหตุผลการเลือกใช้บริการ 99
4.69	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และบริการกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 100
4.70	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 101
4.71	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 102
4.72	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 103
4.73	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลากรผู้ให้บริการกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 104
4.74	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 105
4.75	เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการในการทำงานกับเหตุผลการเลือกใช้บริการ 106

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิด	34

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม อาชีพหลักของเกษตรกรไทย คือ การทำนา ทำไร่และทำสวน ซึ่งในการประกอบอาชีพทางการเกษตรนั้น ปัจจัยการผลิตเป็นสิ่งสำคัญ โดยพฤติกรรมเดิมของเกษตรกรในการซื้อปัจจัยการผลิตนั้นจะเป็นระบบเงินเชื่อ โดยการนำปัจจัยการผลิต เช่นปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ ยาฆ่าแมลง เป็นต้น มาจากร้านค้ากลุ่มนายทุน และจะชำระเงินหลังจากจำหน่ายผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวเสร็จ

โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร หรือบัตรเครดิตชาวนาเป็นนโยบายของรัฐบาล (ระหว่างปี 2555-ปัจจุบัน) ที่ต้องการให้เกษตรกร ได้รับสิทธิประโยชน์ความเสมอภาคเหมือนบุคคลอื่นทั่วไป สามารถจัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนการผลิต และแบ่งเบาภาระทางการเงินของเกษตรกรทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สะดวกเร็วขึ้น โครงการดังกล่าวนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับเกษตรกรที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้เกษตรกรในการจับจ่ายสินค้าหรือซื้อสินค้าแทนเงินสด เป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรเข้าถึงบริการทางการเงินที่ทันสมัย เหมือนกับคนในเมืองที่ถือบัตรเครดิต

เพื่อให้นโยบายเป็นไปตามเป้าหมาย ที่ต้องการให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น รัฐบาลจึงมอบหมายให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นผู้ดำเนินการ โดยธนาคารได้รายงานรายชื่อเกษตรกรทั้งหมดที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. และมีเป้าหมายเกษตรกร ที่จะได้รับบัตรสินเชื่อเกษตรกรทั้งหมด 4,000,000 รายในปี 2556 มีวัตถุประสงค์เพื่อเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตรในการจัดหาปัจจัยการผลิต สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของเกษตรกรจากมิจฉาชีพ โดยมีหลักเกณฑ์เพื่อใช้ชำระปัจจัยการผลิต ประกอบด้วย ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าสารเคมีทางการเกษตร ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ข้าวสาร ตามความจำเป็นในการผลิตของเกษตรกรแต่ละราย แต่ไม่สามารถชำระสินค้าอื่น ๆ หรือเบิกเป็นเงินสดได้ และสามารถใช้ได้กับร้านค้าที่ขึ้นทะเบียนกับธนาคารเท่านั้น และเป็นบัตรเอกสิทธิ์เฉพาะตัว โดยมีอัตราดอกเบี้ย MRR (Minimum Retail Rate) เป็น อัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดี ปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 7 ต่อปี และมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย 30 วัน

เนื่องจากผู้ศึกษาทำงานที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไชยา ตำแหน่งพนักงานการเงิน 5 จะมีลูกค้ามาติดต่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตรกรในประเด็นต่างๆ

เช่น วงเงินของบัตรสินเชื่อ ร้านค้าที่สามารถรับชำระค่าสินค้าผ่านบัตร อัตราการคิดดอกเบี้ยของการใช้งานบัตรแต่ละครั้ง และระยะเวลาการชำระคืน เป็นต้น จากประเด็นคำถามดังกล่าวจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงพฤติกรรม รวมไปถึงประเด็นปัญหาที่ลูกค้ามีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุง วางแผน การดำเนินงานของธนาคารต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
3. ข้อมูลที่ได้รับสามารถนำไปปรับปรุงการบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด(Maximize satisfaction)

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากร คือ ผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ระยะเวลาในการดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. 2558-2559
3. เนื้อหาในการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

1.5 นิยามศัพท์

1. ธนาคาร หมายถึง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. ลูกค้าเกษตรกร หมายถึง ลูกค้าผู้กู้เงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
3. โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร หมายถึง โครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี (พ.ศ. 2554-2556) เป็นนโยบายที่รัฐบาลต้องการสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถจัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม เพื่อลดต้นทุนการผลิตและแบ่งเบาภาระด้านการเงินของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวก รวดเร็วขึ้น
4. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ หมายถึง ลักษณะของการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร เช่น จำนวนครั้งการใช้งานเฉลี่ยต่อเดือน มูลค่าการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ลักษณะของการชำระคืน และเหตุผลของการเลิกใช้บริการ เป็นต้น

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษา และอภิปรายผล จากหนังสือรายงานการวิจัยและเอกสารต่างๆ ที่เชื่อถือได้ ดังนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- 2.2 ความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร
- 2.3 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา
 - 2.3.1 ทฤษฎีส่วนประสมผลิตภัณฑ์
 - 2.3.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับเกษตรกร เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สาระนาค ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะ “งานสินเชื่อเพื่อการเกษตร เป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด หนักไว ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต” ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

ปรับบทบาท ผู้ธนาคารพัฒนาชนบท

ทศวรรษที่ 1 (พ.ศ.2509-2519) มุ่งลดบทบาทเงินกู้นอกระบบ

ในทศวรรษแรก ธ.ก.ส. ให้ความสำคัญกับการให้สินเชื่อเพื่อการผลิตระยะสั้น และระยะปานกลาง แก่เกษตรกรให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว เพื่อลดบทบาทของเงินกู้นอกระบบ โดยสร้างนวัตกรรมทางการเงินใหม่ที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน โดยใช้บุคคลในกลุ่มค้ำประกันรับรองรับผิดชอบด้วยกัน สร้างรากฐานความพร้อมของเกษตรกรเพื่อสร้างรายได้ และฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

ทศวรรษที่ 2 (พ.ศ.2520-2529) พัฒนาการให้สินเชื่อและบริการครบวงจร

ช่วงทศวรรษที่ 2 ธ.ก.ส. ได้พัฒนาแนวทางปฏิบัติงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้นโดยการให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน ในรูปแบบของสัญญาเครดิตเงินสด เพื่อให้เกษตรกรเบิกรับเงินกู้โดยสะดวก และเริ่มดำเนินงานบนพื้นฐานความร่วมมือกับส่วนราชการและเอกชน ในการช่วยหาปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกการพัฒนาการเกษตรอย่างครบวงจร ในรูปของวัสดุอุปกรณ์การเกษตร และเชื่อมโยงการตลาด โดยการจัดตลาดกลางพืชผลการเกษตรตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก

ทศวรรษที่ 3 (พ.ศ.2530-2539) ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน-จัดตั้งสถาบันเกษตรกร

ช่วงทศวรรษที่ 3 ได้พยายามขยายการให้บริการเกษตรกรให้ทั่วถึงและครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน ซึ่งปกติจะไม่สามารถขอใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ธ.ก.ส. จึงกำหนดหลักเกณฑ์เป็นการเฉพาะเพื่อให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรดังกล่าว อาทิ การแปรรูปผลผลิตช่วยสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกร ขณะเดียวกันยังสนับสนุนให้เกษตรกรลูกค้ำรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้ำ ธ.ก.ส. (สกต.) เพื่อเป็นองค์กรของเกษตรกรลูกค้ำในการสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาด และได้ริเริ่มโครงการวัฒนธรรมบริการ เพื่อพัฒนาพนักงานให้มีทักษะความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้ำ

ทศวรรษที่ 4 (พ.ศ.2540-2549) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท

ช่วงทศวรรษที่ 4 ธ.ก.ส. ได้ปรับบทบาทและกลยุทธ์การดำเนินงานครั้งสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยขอแก้ไข พ.ร.บ. ธ.ก.ส. ให้ครอบคลุมการให้สินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพอื่นเพื่อเสริมรายได้ รวมทั้งการพัฒนาความรู้และคุณภาพชีวิต ตลอดจนได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับเกษตรกรลูกค้ำ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมั่นคง สร้างความเข้มแข็ง

ชุมชนควบคู่ไปกับการส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังปลูกฝังให้พนักงานดูแล และให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง

นอกจากนี้ ในปี 2542 ธ.ก.ส. ได้จัดตั้งกองทุนขึ้นโดยใช้ชื่อว่า กองทุนธนาคารอิสลาม (Islamic Banking Fund) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม และสามารถดำเนินการได้ภายใต้กรอบ พ.ร.บ. ธ.ก.ส.

ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ.2550-ปัจจุบัน) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย

เข้าสู่ทศวรรษที่ 5 ธ.ก.ส. ยังคงมุ่งมั่นกับการกิจพัฒนาชนบทภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งขยายการให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนสินเชื่อเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิตพอเพียงบนมาตรฐานเดียวกัน ทุกช่วงเวลาที่ผ่านมา ธ.ก.ส. มุ่งมั่นต่อพันธกิจที่มีต่อเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกร และเศรษฐกิจภาคเกษตรในชนบทให้เติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

วัตถุประสงค์ ธ.ก.ส.

1) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรสำหรับ

- (1) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม
- (2) ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้
- (3) พัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

(4) ดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

2) ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม

3) ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มี

ประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

4) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

แนวนโยบายของผู้ถือหุ้นภาครัฐ

กระทรวงการคลังในฐานะกระทรวงเจ้าสังกัดได้กำหนดแนวนโยบายของผู้ถือหุ้นภาครัฐ (Statement of Directions: SOD) ที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจและชี้ประเด็นที่รัฐวิสาหกิจควรให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ ซึ่งแนวนโยบายของผู้ถือหุ้นภาครัฐ มี 3 ระดับ ดังนี้

แนวนโยบายสำหรับรัฐวิสาหกิจในภาพรวม

1. เป็นกลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศบนพื้นฐานการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตามหลักธรรมาภิบาล

แนวนโยบายสำหรับรัฐวิสาหกิจในสาขาสถาบันการเงิน

2. เป็นกลไกของภาครัฐ เพื่อสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุนควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตภายใต้การบริหารจัดการองค์การที่มั่นคง มีมาตรฐาน ตลอดจนใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวนโยบายสำหรับ ธ.ก.ส.

3. มุ่งเน้นการให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่ภาคการเกษตรและชนบทควบคู่กับการเสริมสร้างองค์ความรู้และสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารและบริการประชาชน

จาก SOD ข้างต้น เพื่อให้สามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น กระทรวงการคลังได้กำหนดหลักการและแนวทางการดำเนินงานตาม SOD ดังนี้

1. ปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศให้รองรับการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพิ่มประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญของพนักงานเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเชื่อมั่นและยั่งยืน
3. จัดทำแผนการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนนโยบายรัฐบาลที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตอันส่งผลกระทบต่อธนาคาร
4. ควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยต่างๆ

5. ร่วมจัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าฐานรากของสถาบันการเงินเฉพาะกิจเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายในการช่วยเหลือประชาชนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน

แผนระยะยาว

1. ปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่ภาคการเกษตรและชนบท ควบคู่กับการเสริมสร้างองค์ความรู้และสนับสนุนการพัฒนาอาชีพของเกษตรกร?

2. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารและบริการประชาชน

3. จัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้าของสถาบันการเงินเฉพาะกิจทั้งระบบเพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายในการช่วยเหลือประชาชนให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัย ให้บริการทางการเงินครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร

พันธกิจ (Mission) เพื่อก้าวสู่การเป็นธนาคารพัฒนาชนบทเต็มรูปแบบ ธ.ก.ส. ได้กำหนดพันธกิจสำคัญคือ

1. บริการทางการเงินครบวงจร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตร และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

2. พัฒนาการบริหารและการจัดการทรัพยากร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกร ชุมชน สถาบันการเงินชุมชน และสถาบันเกษตรกร อย่างเกื้อกูล แบ่งปันและเป็นธรรม

3. บริหารจัดการเงินทุน ให้เพียงพอและมีต้นทุนที่เหมาะสมต่อลูกค้าและการดำเนินงาน

4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารและการบริการ

5. มุ่งมั่นหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและยึดมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อความมั่นคงและยั่งยืน

ค่านิยม (Core Values) ธ.ก.ส. ยึดหลัก SPARK ในการบริหารงานเพื่อช่วยสะท้อนความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อประชาชน สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินการตามพันธกิจให้บรรลุวิสัยทัศน์อันพึงประสงค์ ประกอบด้วย

Sustainability (S) ความยั่งยืนทั้งองค์กร ธ.ก.ส. ลูกค้า ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม

Participation (P) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Accountability (A) ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการและบุคลากร

Respect (R) ความเคารพและให้เกียรติต่อตนเองและผู้อื่น

Knowledge (K) การส่งเสริมและยกระดับความรู้ให้เป็นธนาคารแห่งการเรียนรู้

ความสามารถพิเศษขององค์กร (Core Competency)

1. การให้สินเชื่อร่วมกลุ่ม โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม
2. ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามาช้านาน มีการให้บริการอย่างเป็นกันเอง
3. การจัดการการเรียนรู้และพัฒนาให้กับลูกค้า ทั้งด้านการผลิต การจัดการ การตลาด สิ่งแวดล้อมและการดำรงชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง
4. มีเครือข่าย (Networking) ที่ครอบคลุมในการพัฒนาชนบท

2.2 ความรู้เกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตร

บัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เกษตรกรได้มีวงเงินสินเชื่อไว้ในบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้แทนเงินสดสำหรับซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในครัวเรือนที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมอันจะเป็นส่วนช่วยลดต้นทุนทางการผลิตลดภาระทางการเงิน โดยเฉพาะวงจรถกเขียวและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกร รัฐบาลจึงได้มอบหมายให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นผู้รับผิดชอบ

ในการดำเนินงานระยะแรกในปี 2555 ธ.ก.ส. ได้พัฒนาและทดสอบการทำงานของระบบ จนมั่นใจว่าสามารถให้บริการได้แล้ว จึงได้เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการในเดือนกรกฎาคม 2555 โดยจัดทำและส่งมอบบัตรให้แก่เกษตรกรที่เป็นชาวนาลำดับแรก ต่อมาได้ขยายไปยังเกษตรกรกลุ่มอาชีพอื่นทั่วประเทศ จนถึงปีบัญชีของ ธ.ก.ส. (31 มีนาคม 2556) ได้จัดทำบัตรและเปิดใช้งานบัตรแล้วจำนวน 2.0 ล้านบัตร มีการรับร้านค้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 4,000 ร้านค้า มีเกษตรกรผู้ถือบัตร ได้นำบัตรไปรูดซื้อปัจจัยการผลิตประมาณ 400,000 ราย เป็นเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรประมาณ 3,500 ล้านบาท

สำหรับการดำเนินโครงการระยะที่ 2 (ปีบัญชี 2556 – ปีบัญชี 2557) โดยในปีบัญชี 2556 ธ.ก.ส. มีแผนขยายการจัดทำบัตรและส่งมอบบัตร ให้ครอบคลุมเกษตรกรทุกครอบครัวไม่ต่ำกว่า 4 ล้านราย ขยายร้านค้าที่รับบัตรให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ตำบลละไม่ต่ำกว่าหนึ่งแห่งทั่วประเทศ หรือไม่ต่ำกว่า 10,000 ร้านค้า ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมการใช้จ่ายผ่านบัตรให้มียอดขายผ่านบัตรไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านบาท รวมทั้งสร้างคุณค่าของบัตรให้เป็นหลักประกันทางการเงินให้แก่เกษตรกร

ขณะเดียวกัน ธ.ก.ส. ได้ลงทุนเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้รองรับปริมาณงานที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมทั้งเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำบัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นธุรกิจหลักด้านสินเชื่อของธนาคารในอนาคต (ปีบัญชี 2557 เป็นต้นไป)

2.2.1 คุณสมบัติของผู้สมัครบัตรสินเชื่อเกษตรกร

1. เป็นเกษตรกรลูกค้าธนาคารที่มีความประสงค์จะขอสินเชื่อเพื่อค่าใช้จ่ายในการผลิตตามขอบังคับฉบับที่ 44 ของธนาคาร

2. ไม่เป็นหนี้ค้างชำระกับธนาคาร

หมายเหตุ คุณสมบัติของผู้สมัครอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามที่ธนาคารกำหนด

2.2.2 สิทธิประโยชน์สำหรับผู้ถือบัตรสินเชื่อเกษตรกร

1. หลักประกันความมั่นคง

ด้านการผลิต จัดหาปัจจัยการผลิต ได้แก่ สารเคมีทางการเกษตร ปุ๋ย ยา เมล็ดพันธุ์ อาหารสัตว์ อุปกรณ์ทางการเกษตร น้ำมันเชื้อเพลิงและเครื่องจักรกลทางการเกษตรที่มีมูลค่าต่ำกว่า 10,000 บาท ตลอดจนการให้บริการทางการเกษตร

ด้านการดำรงชีวิต จัดหาเครื่องอุปโภคที่จำเป็นปัจจุบันสามารถซื้อข้าวสารได้ที่ สกต. การประกันชีวิตวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท (ดำเนินการร่วมกับลูกค้าชั้นดีของธนาคาร) การประกันสุขภาพ (ดำเนินการร่วมกับลูกค้าเงินฝากโครงการวิเศษ)

ด้านการเงิน - ปลอดดอกเบี้ย 1 เดือน , อัตราดอกเบี้ยลูกค้าชั้นดี (MRR) , หากใช้เงินจำนำข้าวชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ ให้ลดอัตราดอกเบี้ยลง 1.5 % , การชดเชยดอกเบี้ยเป็นระยะเวลา 4 เดือน (เฉพาะสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ) , การชดเชยดอกเบี้ยรูดซื้อน้ำมันร้อยละ 0.52 ไม่เกิน 3,000 บาท

2.2.3 วิธีการชำระเงิน

1. ชำระด้วยเงินสดที่ เคาน์เตอร์ ธ.ก.ส. ตั้งแต่เวลา 08.30 – 15.30 น. ในวันทำการปกติของธนาคาร ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระเงิน

2. ชำระด้วยเช็ค จะตัดชำระเมื่อเช็คเรียกเก็บเงินได้แล้วและอาจต้องมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเรียกเก็บเงินตามเช็คตามประกาศของธนาคาร

3. ชำระโดยยินยอมให้ธนาคารหักชำระจากเงินกู้โครงการรับจำนำข้าวเปลือก โดยสามารถแจ้งความจำนงกับพนักงาน ธ.ก.ส

2.2.4 อัตราดอกเบี้ยสำหรับบัตรสินเชื่อเกษตรกร

ธนาคารกำหนดอัตราดอกเบี้ยสำหรับบัตรสินเชื่อเกษตรกรในอัตรา MRR (Minimum Retail Rate) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. ธนาคารจะงดคิดดอกเบี้ยเป็นระยะเวลา 30 วัน สำหรับต้นเงินที่ลูกค้าสามารถชำระได้ตามกำหนด

2. กรณีที่ลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้เงินกู้บัตรสินเชื่อเกษตรกรที่ถึงกำหนดชำระให้เสร็จสิ้นได้ ในส่วนเงินต้นที่ค้างชำระลูกค้าจะไม่ได้รับการงดคิดดอกเบี้ยตามข้อ 1. และธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเงินกู้จากต้นเงินที่ค้างชำระในอัตราสูงสุดของธนาคาร (MRR+3) พร้อมทั้งเรียกดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นอีกไม่เกินร้อยละ 3.00 ต่อปี (MRR+3+3) นับตั้งแต่วันที่ถัดจากวันที่ถึงกำหนดชำระจนกว่าจะชำระคืนเสร็จสิ้น

2.2.5 การชดเชยดอกเบี้ย

1. งดคิดดอกเบี้ย 4 เดือน สำหรับสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ
2. ได้รับชดเชย กรณีเติมน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

3. กรณีของการจำหน่ายข้าวในระบบจำหน่ายประทวน

2.2.6 งดชำระหนี้

ธนาคารจะตัดยอดงดชำระหนี้รายการที่ใช้บัตรตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ปีละครั้ง โดยในระยะแรกจะส่งเป็น Statement (ใบเตือนการชำระ) ให้ลูกค้า โดยพนักงานสินเชื่อให้ทุกราย และให้ลูกค้ามาชำระก่อน 31 มีนาคม หากชำระไม่ได้ ธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเป็นอัตราดอกเบี้ยสูงสุด (ร้อยละ 10) และคิดดอกเบี้ยปรับอีกร้อยละ 3 เป็นร้อยละ 13 ของยอดคงเหลือจากวันครบกำหนด

2.2.7 วงเงินในบัตร

ขึ้นอยู่กับการผลิตของลูกค้าโดยเฉลี่ยจะคำนวณจาก 1,500 บาทต่อไร่ (ต้นทุนในส่วนของปุ๋ย ยา เมล็ดพันธุ์ ในการทำนาต่อไร่ต่อครั้ง) แต่ทั้งนี้เมื่อรวมกับวงเงินกู้อื่นๆ ที่เป็นหนี้กับธนาคารจะต้องไม่เกินร้อยละ 70 ของผลผลิตส่วนเหลือเพื่อขาย รวมทั้งธนาคารจะพิจารณาจากองค์ประกอบอื่นของลูกค้า เช่น ประวัติชำระหนี้ การช่วยเหลืองานธนาคาร การมีเงินฝากกับธนาคาร ฯลฯ ทั้งนี้ในระยะแรก ธนาคารจะกำหนดวงเงินชั่วคราวให้ลูกค้าก่อน โดยใช้สัดส่วนของจำนวนพื้นที่การผลิตเป็นตัวกำหนด กล่าวคือ ทำนาค่ากว่า 10 ไร่ กำหนดไว้ 5,000 บาท 10 ไร่ขึ้นไป 10,000 บาท 20 ไร่ขึ้นไป 20,000 บาท จนถึง 50 ไร่ ขึ้นไป อยู่ที่ 50,000 บาท หากลูกค้ามีความประสงค์จะขอเพิ่มวงเงิน สาขาจะใช้เกณฑ์ในการพิจารณาดังกล่าวข้างต้นร่วมกับความเพียงพอของหลักประกันเงินกู้

2.2.8 ข้อมูลทั่วไปบัตรสินเชื่อเกษตรกร

การเปิดใช้บัตร :เกษตรกรผู้ถือบัตร จะขอรับบัตรและเปิดการใช้บัตรที่สาขาของธนาคาร หรือพนักงานสินเชื่อจะนัดไปมอบให้ในพื้นที่

หลักประกันวงเงินบัตร: ใช้ หลักประกันปกติของธนาคาร ทั้งนี้ให้ใช้หลักประกัน
รับผิดชอบร่วมกันร่วมเป็นลำดับแรก เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มลูกค้า

อายุบัตร : มีอายุ 3 ปี

การใช้บัตรเพื่อซื้อสินค้า : จะใช้ร่วมกับบัตรประชาชนของผู้ถือบัตรเสมอเนื่องจาก
ระบบจะต้องใส่เลขที่บัตรประชาชน 4 ตัวท้าย ของเจ้าของบัตรก่อนใช้บัตรรูดสินค้า

ค่าธรรมเนียม : ลูกค้าที่ขอมีบัตร ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการขอมีบัตร
ค่าธรรมเนียมรายปี และการต่อบัตรที่หมดอายุ ยกเว้นการทำบัตรใหม่ทดแทนบัตรที่สูญหาย หรือ
ชำรุด จะเสียใบละ 100 บาท

การแจ้งบัตรหาย ทำบัตรใหม่ทดแทนบัตรที่สูญหายหรือชำรุด : ให้ติดต่อที่สาขาที่
ลูกค้าสังกัด หรือติดต่อที่ Call center

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

2.3.1 ทฤษฎีสวนประสมผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้านั้น โดยพื้นฐานมีอยู่ 4 ตัวได้แก่
ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Kotler 1997 ,อ้างถึงใน ชน
สมพล ชาวประเสริฐ 2547:63) ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมี
ความแตกต่างออกไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึง พนักงาน กระบวนการให้บริการ และ
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนั้นเป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทาง
การตลาดของการบริการจึงประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การ
ส่งเสริมการจัดจำหน่าย พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ
สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่
จับต้องไม่ได้

สูดาวง เรืองรุจิระ (2543:107-115) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการจะทำธุรกิจได้
หลังจากเลือกตลาดเป้าหมายแล้ว จะต้องจัดหาผลิตภัณฑ์มาเสนอขาย ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งที่
ตัวตน เรียกว่า สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน เรียกว่า บริการ แต่ทำให้ลูกค้าเป้าหมายพอใจได้
ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนประกอบหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบที่สามารถควบคุม
เปลี่ยนแปลงได้ แต่กิจการอาจเปลี่ยนแปลงให้เป็นที่ถูกใจตลาดเป้าหมายและทำให้อะไรกิจการบรรลุ

วัตถุประสงค์ จะต้องทำความเข้าใจกับส่วนประกอบต่างๆของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพื่อสามารถประยุกต์ให้สอดคล้องกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดเป้าหมาย

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ องค์ประกอบหลายๆอย่าง ที่รวมกันแล้วสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพอใจบางประการจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น หรือผลตอบแทนใดๆที่ผู้ซื้อคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

รังสรรค์ เลิศในสมัย (2549 : 53) ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ (Service) เช่น ธนาคาร โรงแรม การขนส่ง การบิน เป็นสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง เป้าหมายของธุรกิจนั้นเน้นประโยชน์ใช้สอย การบริการจะมีความแตกต่างจากสินค้าที่ทนทานและไม่ทนทานตรงที่ว่า สถานที่ผลิตเป็นทั้งสถานที่ขาย สถานที่บริโภค และเป็นการนำเสนอ ณ สถานที่กำหนดพิเศษ เวลาที่กำหนด เมื่อนำเสนอแล้วก็จะจบสิ้น จะปรับปรุงนำเสนอใหม่หรือคืนสินค้าไม่ได้ การตลาดจึงต้องเป็นการสร้างความมั่นใจต่อผู้ขาย เมื่อได้รับความมั่นใจจากผู้ซื้อครั้งหนึ่งแล้วก็จะเกิดการซื้อซ้ำทำให้ได้กำไรสูงสุด

2. ราคา (Price) ราคาเป็นตัวกำหนดรายได้ของกิจการ กล่าวคือ หากตั้งราคาสูงก็จะทำให้ธุรกิจนั้นมีรายได้สูง หากตั้งราคาต่ำก็จะทำให้รายได้ของธุรกิจนั้นต่ำ ซึ่งอาจนำไปสู่ภาวะขาดทุนได้ อย่างไรก็ตามก็ไม่ได้หมายความว่าธุรกิจจะสามารถตั้งราคาได้ตามใจชอบ ธุรกิจต้องอยู่ในภาวะของการมีคู่แข่ง ดังนั้นการตั้งราคาในธุรกิจบริการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนมากกว่าการตั้งราคาของสินค้ามาก ซึ่งผู้บริหารต้องไม่ลืมว่า ราคาคือเงินที่ลูกค้าจ่ายออกไปเพื่อรับบริการกับธุรกิจหนึ่งๆ ดังนั้นการที่ธุรกิจตั้งราคาไว้สูง ก็หมายความว่าลูกค้าที่มาใช้บริการก็ต้องจ่ายเงินสูงด้วย

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543:241-242) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ราคาคือเครื่องกำหนดในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่างๆ การซื้อขายสำเร็จเมื่อผู้ซื้อเต็มใจจะจ่ายไปในราคาหนึ่ง และผู้ขายพอใจที่จะขายไปในราคาเดียวกัน ปัญหาการตั้งราคาที่เหมาะสมจึงต้องพิจารณาปัจจัยประกอบหลายด้าน เช่น มูลเหตุจูงใจในการซื้อ พฤติกรรมต่างๆของผู้ซื้อ ด้วยทฤษฎีหมาย เป็นต้น

3.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการในการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสาน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

สุดาควง เรื่องรุจิระ (2543:266) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการทำให้กลุ่มผู้บริโภคของเราเกิดความสนใจในตัวสินค้า นักการตลาดจึงต้องหาวิธีการติดต่อสื่อสารที่จะทำให้ผู้เป็นลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินค้าให้ได้ แต่ความสนใจที่ผู้บริโภคมีต่อข่าวสารนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสื่อหรือข้อความที่ใช้เป็นอย่างเดียว แหล่งของข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคหรือผู้รับข่าวสารเกิดความสนใจด้วย นอกจากนี้ในส่วนของผู้รับข่าวสารโดยบุคคลแต่ละคนมีการรับรู้ที่แตกต่างกันและมีการแปลความหมายแตกต่างกันด้วย

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

สุดาควง เรื่องรุจิระ (2543:205-206) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าประเภทใดเพียงใดก็ตาม สินค้าชิ้นนั้นคงใช้ประโยชน์ได้ในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อยเท่ากัน ถ้าเป็นผู้ผลิตที่ไม่ทราบว่าผลิตสินค้าขึ้นมาแล้วไม่ทราบว่าขายที่ไหน การจัดจำหน่ายหรือการอธิบายถึง Place เป็นการศึกษาถึงกิจกรรมและสถาบันและสถาบันทางการตลาดที่สร้างอรรถประโยชน์ทางด้านเวลา สถานที่ และความเป็นเจ้าของเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้

รังสรรค์ เลิศในสัตรู (2549 : 99) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดจำหน่ายแบบเปิดเป็นนโยบายที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะ เป็นการกระจายสินค้าในวงกว้าง เปิดสำหรับผู้ขายทุกราย นโยบายนี้ใช้กับสินค้าที่ต้องการขายในปริมาณมาก แต่จะมีจุดด้อยในการควบคุม เพราะมีปริมาณมากและมีความซับซ้อนในการบริหารการขาย อาจจะทำให้เสียค่าใช้จ่ายมาก ผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่ายสินค้าผ่านทางร้านค้าขนาดใหญ่ ร้านค้าส่งขนาดกลาง ร้านค้าปลีกทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก บริษัทต้องใช้พนักงานจำนวนมาก หรืออาจจะต้องใช้หน่วยรถขายสดกับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ทำให้ต้องลงทุนมหาศาล ความซับซ้อนในการบริหารก็จะมาจากระบบขายที่มีต่อแต่ละที่ที่แตกต่างกัน ไม่สามารถทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ระบบการเก็บข้อมูลการขายและการตลาดมีความซับซ้อนยากแก่การวิเคราะห์และติดตามประเมินผล

สาเหตุที่ต้องมีนโยบายเปิด

1. ความต้องการในอัตรารอบคลุมตลาด (Market Coverage) ให้สูงที่สุด คือสามารถกระจายสินค้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มและทุกที่ได้รวดเร็ว
2. คนกลาง เช่น ร้านค้าส่งไม่ได้ดำเนินกลไกเป็นที่ต้องการ เช่น การกระจายสู่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กและการทำการส่งเสริมการขาย อันเนื่องมาจากขาดสมรรถนะด้านบุคคล ด้านการเงิน โดยเฉพาะการไม่ยอมรับกลไกดังกล่าว ทำให้ผู้ผลิตต้องดำเนินการด้วยตนเองในการกระจายสู่ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

5.บุคลากร (People) พนักงานจะประกอบด้วยบุคลากรทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่ เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานในทุกๆระดับ ซึ่งเป็นคนดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานทุกระดับ กระบวนการให้บริการรวมถึงการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ ส่วนพนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนด้านต่างๆที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

6. กระบวนการในการทำงาน (Process)

เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจ ในการผลิตต้องอาศัยกระบวนการในการตัดสินใจและการปฏิบัติในเรื่องกระบวนการให้บริการต้องการประสานงานกับงานการตลาดและงานการผลิตและนำเสนอบริการ โดยทั่วไปกระบวนการบริการจะเกี่ยวข้องกับ 2 ด้าน คือ

1.ความซับซ้อนของกระบวนการจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของลำดับหรือขั้นตอนในการให้บริการ

2.ความหลากหลายในกระบวนการ หมายถึง ความแตกต่างหรือความหลากหลายที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามลำดับหรือขั้นตอนในการให้บริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันให้ดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

ผู้บริหารที่เก่ง จะต้องเริ่มให้พนักงานส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ตอนแรก ไม่ว่าจะพนักงานรับโทรศัพท์หรือพนักงานต้อนรับจะต้องอบรมพนักงานเป็นอย่างดี โดยพนักงานที่มอบหมายให้ทำหน้าที่ตรงนี้ต้องมีอัธยาศัยที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการที่ลูกค้าประทับใจ เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศของการให้บริการให้มีความประทับใจต่อไป เนื่องจากหากเกิดความผิดพลาดตั้งแต่ขั้นตอนแรก การบริการในขั้นตอนต่อไปจะดีเพียงใดลูกค้าย่อมไม่พอใจ หรือพอใจน้อยลง ภาพความประทับใจเหล่านั้นจะติดอยู่ในอารมณ์ของลูกค้า แต่หาก

ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการตั้งแต่ขั้นตอนแรก แม้จะมีบางขั้นตอนที่อาจสะดุดบ้างแต่ลูกค้าอาจมองข้ามไป

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ซึ่งมีการให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจับต้องได้อย่างใดอย่างหนึ่งที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานและส่งมอบบริการ เช่น เครื่องแบบของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ที่ให้บริการหรือสิ่งที่มีผู้บริโภครู้สึกสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ เช่น ความสะอาดเรียบร้อยของตัวอาคาร

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งด้านการให้ความสำคัญ การออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่มีผู้บริโภครู้สึกต้องคำนึง คือ การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้าคำนึงถึงลักษณะทางกายภาพสิ่งใดก่อนและควรตั้งอยู่ที่ใด เนื่องจากต้องไม่ลืมว่าสิ่งแวดล้อมคือสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจครั้งแรกสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ

นักการตลาดที่ดีจะต้องสร้างสิ่งแวดล้อมให้ทางกายภาพให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพในการให้บริการ แต่คงไว้ซึ่งคุณลักษณะของธุรกิจนั้นๆ เช่น ร้านทันตแพทย์ ลักษณะเฉพาะร้าน คือ ต้องมองเห็นภายใน ต้องสะอาด โปร่งใส เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเหล่านี้จะเป็นตัวแทนของทันตแพทย์ หากร้านสกปรก คู่มือไม่สะอาด ลูกค้าจะเกิดความคิดกลัว ไม่กล้าที่เข้ามาใช้บริการ

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ล้วนมีความสำคัญกับสินค้าประเภทบริการที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งผู้วิจัยจะนำตัวแปรเหล่านี้มาพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาไชยา

2.3.2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ 2538 : 86)

ธงชัย สันติวงษ์ (2546 : ค) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการศึกษาถึงการแสดงของคนในฐานะผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมต่าง ๆ คือ การจัดหาการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ รวมถึงการกำจัดหรือทิ้งสิ่งที่ใช้แล้วนั้นด้วย ทั้งนี้การศึกษาจะมุ่งสนใจที่จะสืบค้นให้ทราบถึงเหตุผลว่าทำไม เพราะอะไร จึงเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นหรือตรงนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อธุรกิจจะได้นำเอาความรู้นั้นมาใช้สำหรับวางแผนกลยุทธ์ดำเนินงาน เพื่อการเอาชนะใจลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลมากยิ่งขึ้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 30) วิชาพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นวิชาที่ศึกษา เรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Need) ของผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคืออะไร ไม่เข้าใจว่าเข้าต้องการอะไรชอบสิ่งใดไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

ปัจจัยที่อยู่ภายในบุคคล

(1) ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งจำเป็นใดๆสำหรับร่างกายทางกายภาพหรือจิตใจ ในแง่ของความรู้สึก ความต้องการคือการขาดในบางสิ่งบางอย่างที่มีผลประโยชน์ที่จำเป็นต้องมีที่อยากได้ด้วยเหตุผลใดๆก็ตามหรือความต้องการเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัด

(2) แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือความรู้สึกที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำ หรือมีพฤติกรรมในรูปแบบที่แน่นอน แรงจูงใจทำให้เราได้รู้ถึงความต้องการของเราเองและเป็นการให้เหตุผลสำหรับการกระทำที่แสดงออกอันเนื่องมาจากความต้องการดังกล่าว

(3) บุคลิกภาพ (Personality) คือลักษณะพิเศษของมนุษย์หรือลักษณะอุปนิสัยที่ได้สร้างขึ้นในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลแต่ละคนแตกต่างไปจากคนอื่นๆ แรงจูงใจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีการกระทำตามที่เขามีความต้องการ แต่บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำที่ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล

(4) การรับรู้ (Awareness) การมีความรู้ในบางสิ่งบางอย่างได้โดยผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ซึ่งการรับรู้นั้นจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงมากที่สุดของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก การรับรู้ของผู้บริโภคจะสามารถแยกได้เป็น 3 ประการ คือ การรับรู้ ทักษะคิด และการเรียนรู้ทั้ง 3 ประการนี้เป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของผู้บริโภค

(5) การรับรู้ (Perception) การตีความของบุคคลที่มีต่อสิ่งของหรือความคิดที่สังเกตเห็นได้ หรืออะไรก็ตามที่ถูกนำมาสู่ความสนใจของผู้บริโภคโดยผ่านทางประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ด้าน

(6) การเรียนรู้ (Learning) การเปลี่ยนแปลงใดๆในความนึกคิดของผู้บริโภค การตอบสนองหรือพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้ปฏิบัติประสบการณ์หรือการเกิดขึ้นของสัญชาตญาณ หรืออีกนัยหนึ่งความรู้ที่ได้จากการรับรู้ถึงสิ่งที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนนั่นเอง

(7) ทักษะคิด (Attitudes) กลุ่มกว้างๆของความรู้สึกที่มีอยู่ภายในตัวของมนุษย์หรือความเห็นที่เป็นรูปธรรมของพฤติกรรมของบุคคล

ปัจจัยที่อยู่ภายนอกบุคคล

(1) อิทธิพลของครอบครัว (Family Influences) เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นมาจากสมาชิกภายในครัวเรือน

(2) อิทธิพลของสังคม (Social Influences) เป็นผลลัพธ์ที่ได้มาจากการติดต่อกันของบุคคลทุกคนกับคนอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากครอบครัวและธุรกิจ อิทธิพลของสังคมเกิดขึ้นได้เช่นจากสถานที่ทำงาน วัด โรงเรียน เป็นต้น

(3) อิทธิพลของธุรกิจ (Business Influences) การติดต่อโดยตรงของบุคคลที่มีต่อธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็สถานที่ของร้านค้าโดยผ่านการขายของบุคคลและการโฆษณาก็ตาม

(4) อิทธิพลของวัฒนธรรม (Cultural Influences) เป็นเรื่องราวของความเชื่อที่มีอยู่ในตัวบุคคลและการลงโทษในสังคมที่ได้มีการพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดเวลาด้วยระบบของสังคมนั้น

(5) อิทธิพลทางเศรษฐกิจหรืออิทธิพลของรายได้ (Economic Or Income Influences) เป็นข้อจำกัดหรือตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในรูปของตัวเงินและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยระบบเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการกินคือผู้ใดเป็นอย่างไรถ้าบุคคลไม่มีงานทำ ไม่มีรายได้ย่อมไม่สามารถหาปัจจัยมาตอบสนองความต้องการต่างๆ

จากข้อความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกถึง การค้นหา การเลือกซื้อ การใช้และการประเมินในสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยเมื่อได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกและแรงจูงใจต่างๆ มากขึ้นก็จะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นก็จะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเองต่อไป

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดหวังว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kanuk, 2007) สำหรับการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึง ลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค นักการตลาดหาคำตอบให้กับคำถามเกี่ยวกับการตลาด โดยเกี่ยวข้องกับ 6Ws และ 1H

ตารางที่ 2.1 การแจกแจงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
1. Who constitutes the market? ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย	Occupants ลักษณะผู้บริโภครทางด้าน 1. ภูมิศาสตร์ 2. ประชากรศาสตร์ 3.จิตวิทยา 4. พฤติกรรม
2. What does the market buy? ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร	Objects สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ 1. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 2. องค์ประกอบ ของผลิตภัณฑ์
3. Why does the market buy? ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	Objectives เพื่อตอบสนองความต้องการ 1. ด้านร่างกาย 2. ด้านจิตวิทยา
4. Who participates in the buying? ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	Organizations บทบาทของกลุ่มที่มีอิทธิพล 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้
5. How does the market buy? ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	Operations ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ
6. When does the market buy? ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	Occasions โอกาสในการซื้อ 1. ช่วงใดของเดือน/วัน 2. โอกาสพิเศษ/ เทศกาล
7. Where does the market buy? ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	Outlets สถานที่จำหน่ายสินค้า/บริการ 1. ห้างสรรพสินค้า 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต 3. ร้านขายของ ฯลฯ

ที่มา : เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 36) กลยุทธ์การตลาด

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้นั้น (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ

(Buyer's Purchase Decision) ดังนั้นโมเดลนี้อาจเรียกว่าโมเดลสิ่งกระตุ้นและการตอบสนองหรือ s-r theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

(1) **สิ่งกระตุ้น (stimulus)** หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ ต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นนี้ถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้าน เหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อในด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ก. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมได้และ ต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่ง ประกอบด้วย

ข. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อ กระตุ้นความต้องการ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี มีการบริการที่ดีเยี่ยมและเท่าเทียมกับธุรกิจร้าน ให้บริการสัตว์เลี้ยง

ค. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price stimulus) เช่น การกำหนดราคาสินค้าที่มีอยู่ให้ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย มีความหลากหลายของราคาสินค้าที่ผู้บริโภค ใช้บริการของธุรกิจร้านให้บริการสัตว์เลี้ยงให้มีทางเลือกมากขึ้น

ง. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจำหน่าย (place stimulus) เช่น การจัดช่องทาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่ว ถึง เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือได้ว่าเป็นการกระตุ้นความ ต้องการซื้อ เลือกสถานที่ที่เหมาะสม และจัดบรรยากาศในร้านให้ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า เป็นต้น

จ. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion stimulus) การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีของพนักงานกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือเป็นสิ่งกระตุ้นความ ต้องการซื้อให้ผู้บริโภคมีการรับและใช้บริการร้านให้บริการสัตว์เลี้ยงมากขึ้น

ฉ. สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (economic stimulus) เช่น ภาวะเศรษฐกิจรายได้ ของ ผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (technological stimulus) เทคโนโลยีใหม่ๆ สามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการมากขึ้น แสดงถึงความแปลกใหม่ของการใช้บริการของ ธุรกิจร้าน ให้บริการสัตว์เลี้ยง ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ทำให้ผู้บริโภคสนใจบริโภค

- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (law and political stimulus) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ใช้บริการ

- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (cultural stimulus) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีในงานเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความต้องการในการใช้บริการร้านให้บริการสัตว์เลี้ยงมากขึ้น

(2) กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (buyer's black box) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ก. ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล

ข. กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

จากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากสิ่งกระตุ้นซึ่งทำให้เกิดความต้องการโดยสิ่งกระตุ้นมี 2 ส่วน คือ สิ่งกระตุ้นจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นภายนอก โดยนักการตลาดจะสนใจสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ซึ่งต้องพยายามค้นหาโดยความรู้สึกลึกลับอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ เช่น ปัจจัยวัฒนธรรม ปัจจัยสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล เป็นต้น และอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

2.3.3 แนวคิดบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิตสามารถกล่าวได้ว่า มีกำเนิดและได้พัฒนาขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณ 88 ปีล่วงมาแล้ว ทั้งนี้ประมาณปี พ.ศ. 2457 บริษัทน้ำมัน general petroleum corporation of california (ปัจจุบันคือ mobil oil) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งให้กับลูกค้าและพนักงานกลุ่มหนึ่งเพื่อไว้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งจัดเป็นบัตรเงินเชื่อสำหรับการจับจ่ายซื้อสินค้าใบแรกของโลก ต่อมาการให้สินเชื่อลักษณะนี้เป็นที่นิยมและได้ถูกนำไปใช้ในกิจการต่างๆ เช่น บริษัท ร้านค้า และโรงแรม โดยกิจการเหล่านั้นได้ออกเหรียญโลหะ (shopper plates) ให้แก่ลูกค้า

ของตนซึ่งลูกค้าเหล่านั้นจะต้องเปิดบัญชีเงินเชื่อเป็นรายเดือน หมายเลขบัญชีของลูกค้าและชื่อบริษัทผู้ออกเหรียญนั้นจะปรากฏอยู่บนเหรียญเครดิตดังกล่าวลูกค้าจะใช้เหรียญเครดิตนั้นเพื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของบริษัทผู้ออกเหรียญโดยไม่ต้องเสียดำเนินกรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

ต่อมา พ.ศ. 2493 นายแฟรงค์ แมคนามารา นักธุรกิจชาวนิวยอร์กกับเพื่อนได้ก่อตั้งบริษัท Diner's Club ขึ้นเพื่อออกบัตร Diner's Club ให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำบัตรเครดิตดังกล่าวไปใช้ในการชำระค่าบริการ โรงแรมและภัตตาคารในนิวยอร์กได้ โดยการชำระเงินให้ชำระตอนสิ้นเดือนและสามารถใช้ได้ไม่จำกัดวงเงินอีกด้วย สมาชิกทั้งหลายจะได้รับรายงานรายชื่อร้านค้าโรงแรมและภัตตาคารต่าง ๆ ที่สามารถใช้บัตรได้โดยไม่ต้องพกพาเงินสด ทั้งนี้ Diner's Club จะเป็นผู้ชำระเงินแทนลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยจะไปเรียกเก็บเงินจากผู้ใช้บริการในภายหลังและจัดทำลำดับความน่าเชื่อถือของลูกค้าผู้ใช้บริการไว้ทั้งหมดตามพฤติกรรมการชำระเงินตามที่ใช้จ่ายบัตร (Diner's Club supplement, april 24, 1989, p. 60)

ธุรกิจของ Diner's Club ได้รับความนิยมนำไปทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา และต่อมาได้ขยายไปเปิดสาขาในต่างประเทศอีกหลายประเทศ กิจการร้านค้าของผู้รับบัตรมีแทบทุกประเภทตั้งแต่ภัตตาคาร บริการน้ำมัน สายการบิน โรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยวและร้านค้าพาณิชย์ทั่วไป นับเป็นจุดเริ่มต้นของบัตรเครดิตชนิดเพื่อการเดินทางและการรับรอง หรือที่เรียกว่า "charge card" ซึ่งแตกต่างจากบัตรเครดิตที่ออกจากร้านน้ำมันในตอนต้น ๆ เพราะ Diner's Club ไม่ได้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าเองแต่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือบัตรและร้านค้าที่มีข้อตกลงรับบัตรเครดิตของ Diner's Club เมื่อสมาชิกไปซื้อสินค้าหรือบริการ

บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินนั้นถือว่ากำเนิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2502 โดยธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) ในรัฐ แคลิฟอร์เนีย (California) ได้ออกบัตรของตนเองชื่อ "Bank Americard" ซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนมากถึง 1.0 ล้านคนใน 2 ปี และขยายมากขึ้นเพิ่มเกือบ 3.0 ล้านคนในปี พ.ศ. 2510 ต่อมาธนาคารได้จัดตั้ง Bank of Americard Service Corporation เพื่อทำหน้าที่ออกบัตรให้ความสะดวกแก่ผู้ถือบัตรและดูแลเก็บค่าบริการต่าง ๆ ตลอดจนขยายความร่วมมือให้กับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการออกบัตรเครดิต ในปี พ.ศ. 2513 มีสถาบันการเงินต่าง ๆ เข้าร่วมมากกว่า 3,000 แห่ง บัตรเครดิตดังกล่าวได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศสหรัฐอเมริกาจนต้องตั้งองค์กรอิสระระหว่างประเทศ Ibanco เพื่อทำหน้าที่ดูแลและขยายบัตรไปทั่วโลกซึ่งต่อมาองค์กร Ibanco นี้ได้เปลี่ยนเป็น Visa International ออกบัตรเครดิต Visa ซึ่งเป็นที่นิยมทั่วไปในปัจจุบัน

ประเภทและลักษณะของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตสามารถจำแนกได้หลายประเภท ซึ่งหากจำแนกตามขอบเขตของการใช้บัตร สามารถจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้ภายในประเทศ และต่างประเทศ (international credit card) เช่น บัตรเครดิต VISA บัตรเครดิต MASTER บัตร Diner's Club และบัตร American Express เป็นต้น บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้เฉพาะภายในประเทศ(local credit card) เช่น บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ประการสุททัย บัตรเครดิตที่สามารถใช้เฉพาะร้านค้า (store card หรือ private label) ได้แก่ บัตรเครดิตเซ็นทรัล บัตรเครดิตพาเวอร์บาย และบัตรเครดิตเทสโก้โลตัส เป็นต้น นอกจากนี้ บัตรเครดิตยังนิยมจำแนกตามลักษณะได้อีกบางประเภทดังนี้ (ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด, 2548, หน้า 34)

charge card ได้แก่ บัตรเครดิตประเภทที่ผู้ถือบัตรจะต้องชำระ ยอดหนี้ให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติได้แก่ 1 เดือน บัตรเครดิตประเภทนี้จุดประสงค์ในการใช้สอยเพื่อชำระค่าบริการทางการเดินทางและท่องเที่ยวพักผ่อน (travel and entertainment card) เป็นสำคัญ มักไม่ค่อยจำกัดวงเงินในการใช้จ่ายล่วงหน้า กลุ่มเป้าหมายคือนักบริหารหรือบุคคลผู้มีฐานะทางการเงินดีที่ต้องมีการเดินทางหรือเลี้ยงต้อนรับแขกอยู่เป็นประจำ บัตรเครดิตประเภทนี้ได้แก่บัตร Diner's Club และบัตร American Express Card (AMEX)

Credit Card หรือ Bank Card เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินออกร่วมกับสถาบันเครดิตระหว่างประเทศ (international credit card) หรือสถาบันการเงินออกบัตรเครดิตเป็นของตนเอง (local credit card) บัตรเครดิตนี้นอกจากเป็นการชำระเช่นเดียวกับ charge card ก็ต้องชำระยอดหนี้สินให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้โดยปกติถ้าชำระภายใน 1 เดือนจะไม่เสียดอกเบี้ยและผู้ถือบัตรเครดิตยังสามารถเลือกชำระเงินคืนเพียงบางส่วนได้ ด้วยการใช้สินเชื่อแบบหมุนเวียน (revolving credit) ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยด้วยก็ได้ ในกรณียอดค้างชำระของบัตรเครดิตจะแปลงสภาพเป็นเงินกู้ที่จะต้องผ่อนชำระเป็นรายงวดเพื่อใช้เป็นช่องทางเพิ่มรายได้ให้กับผู้ถือบัตรอีกทางหนึ่ง และอีกด้านหนึ่งเป็นการเพิ่มความยืดหยุ่นในการชำระหนี้ของผู้ถือบัตร โดยบัตรเครดิตประเภทนี้มีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการสำหรับการดำรงชีพประจำวันเป็นสำคัญ ส่วนใหญ่มักมีการจำกัดวงเงินให้สินเชื่อ (creditline) ไว้ในระดับหนึ่ง บัตรเครดิตชนิดนี้ได้แก่ บัตร Visa บัตร Master Card บัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้บัตรเครดิตประเภท Bank Card นี้ยังสามารถออกร่วมกับบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ที่นิยมเรียกว่า affinity card หรือ co-band card โดยผู้ถือบัตรลักษณะนี้จะได้รับสิทธิประโยชน์หรือส่วนลดจากบริษัทห้างร้านที่ออกบัตรเพิ่มเติมตามที่กำหนดด้วย เช่นบัตรเครดิตที่ธนาคารออกร่วมกับ

ห้างสรรพสินค้า ซึ่งนอกจากลูกค้าจะได้รับเครดิตแล้ว ยังสามารถใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้า หรือบริการบางประการตามที่ห้างสรรพสินค้ากำหนดได้อีกด้วย

store card หรือ private label หมายถึง บัตรเครดิตที่ร้านค้าซึ่งโดยมากจะเป็นร้าน สรรพสินค้าใหญ่ ๆ เป็นผู้ออกให้แก่ลูกค้าโดยตรงสำหรับไว้ใช้ซื้อสินค้าและบริการในเครือข่าย หรือในสถานประกอบการของตนเองซึ่งมีลักษณะคล้ายบัตรเครดิตในยุคแรกเริ่มนั่นเอง โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายของร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้านั้น ๆ

cash card หมายถึงบัตรเครดิตที่เมื่อผู้ถือบัตรนำไปแสดงต่อธนาคารที่เกี่ยวข้องแล้วสามารถ เบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากธนาคารผู้ออกบัตร หรือเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเครื่อง ATM ที่เข้าร่วม ให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยตามเงื่อนไขที่ผู้ออกบัตรกำหนดไว้

debit card จัดเป็นบัตรที่ไม่มีวงเงินสินเชื่อสามารถใช้เบิกเงินสดหรือใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ โดยร้านค้าจะเรียกเก็บเงินโดยการหักจากบัญชี ผ่านระบบเครือข่ายของสถาบันบัตรเครดิต นั้น แม้บัตรเดบิตจะมีลักษณะไม่เหมือนกับบัตรเครดิต 5 ประเภทข้างต้น แต่ในปัจจุบันตาม ประกาศของคณะกรรมการว่าด้วยสัญญา สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคซึ่งประกาศให้ธุรกิจบัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่ต้องควบคุมสัญญา กำหนดให้บัตรเครดิตหมายความรวมถึงบัตรเดบิตด้วย

credit card บัตรเครดิตอาจมีลักษณะหนึ่งลักษณะใดหรือหลายลักษณะร่วมกันตามที่ได้ อธิบายไว้ข้างต้นก็ได้ อย่างไรก็ตามสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค ได้ให้ความหมายของบัตรเครดิตไว้ ดังนี้คือ เป็นบัตรที่ผู้ประกอบการออกให้ผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ผู้ประกอบการ กำหนดเพื่อใช้ชำระสินค้าและบริการ ค่าบริการหรือค่าอื่น ๆ แทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้ เบิกถอนเงินสด แต่ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้าแล้ว

บัตรเครดิตเป็นบัตรที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ หรือบริษัทต่าง ๆ ออก ให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการไปก่อนแทนการใช้เงินสด แล้วค่อยผ่อนชำระหรือผ่อน ชำระคืนภายหลัง ซึ่งบัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิตไม่สามารถให้บริการในด้านสินเชื่อดังกล่าวได้ บัตร เครดิตจัดเป็นการให้สินเชื่อประเภทหนึ่ง ซึ่งจะกำหนดวงเงินเพื่อใช้จ่ายสำหรับการเบิกเงินสด ล่วงหน้าไว้ส่วนหนึ่งและกำหนดวงเงินที่ใช้ซื้อสินค้าไว้ส่วนหนึ่ง ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ นิยมออกบัตรเครดิตประเภทหนึ่งที่เรียกว่า co-branded card หรือบัตรร่วม ซึ่งเป็นความร่วมมือ ระหว่างธนาคารพาณิชย์และธุรกิจต่าง ๆ ในการออกบัตรเครดิตร่วมกัน ลูกค้าจะได้ประโยชน์จาก การให้บริการของธุรกิจนั้น ๆ และยังสามารถชำระค่าสินค้าและบริการจากธนาคารผู้ออกบัตรได้ เช่นเดียวกับบัตรเครดิตธรรมดาสำหรับประเทศไทย เริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรกในปี พ.ศ. 2512 ผู้ออกบัตรเครดิต คือ บริษัท ไคเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร เพราะผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ใช้อยู่ในวงจำกัดเฉพาะผู้บริหารระดับสูงเพียงไม่กี่คน

ปี พ.ศ. 2513 ธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศที่เรียกว่า bank america card หรือที่รู้จักกันในขณะนี้ว่า วิซ่า (Visa) เข้ามาในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตรเครดิต ชื่อ “บัตรเครดิตเอนกประสงค์” ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของคนไทยโดยธนาคารของไทยเป็นผู้ดำเนินการ

ปี พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้สิทธิให้เป็นตัวแทน (franchisee) ในการออกบัตรมาสเตอร์การ์ด (Master Card) ซึ่งเป็นบัตรเครดิตต่างประเทศให้เผยแพร่ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก

ปี พ.ศ. 25 21 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตของตนเองเรียกชื่อ “บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย” และในขณะเดียวกัน ธนาคารศรีนคร จำกัด ก็ได้ออกบัตรเครดิตที่มีชื่อเรียกว่า “บัตรเอนกประสงค์ ธนาคารศรีนคร” ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นการแข่งขันการทำธุรกิจบัตรเครดิตขึ้นในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2522 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของ วิซ่าอินเตอร์ เนชั่นแนล (Visa International) และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทน (franchisee) ออกบัตรเครดิต วิซ่าในประเทศไทย

ปี พ.ศ. 2524 บริษัท ซี ทัวร์ จำกัด (Sea Tour Co.,Ltd.) ตกลงร่วมกับบริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส จำกัด โดยมีธนาคารกรุงเทพ จำกัด ได้ร่วมทุนกันจัดตั้ง บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด (American Express Thailand Co.,Ltd.) ออกบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส

ความสำคัญและประโยชน์ของบัตรเครดิต

ปัจจุบันบัตรเครดิตมีการเพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้นทุกวัน ธุรกิจบัตรเครดิตสร้างผลกำไรให้กับธนาคาร และสถาบันที่ออกบัตรเครดิตค่อนข้างสูง ประชาชนผู้ใช้บัตรเครดิตจำนวนไม่น้อยที่มีบัตรเครดิตหลายใบ และมียอดการใช้จ่ายหลายบัตรในเวลาเดียวกัน ย่อมเป็นสิ่งที่มองเห็นอย่างชัดเจนว่า บัตรเครดิตมีความสำคัญและประโยชน์มากมาย ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้ (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2547, หน้า 25)

1. ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้า (convenience) เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนว่าการซื้อสินค้านั้นผู้ถือบัตรเครดิตไม่จำเป็นต้องเตรียมเงินสดมากเท่าราคาสินค้าแม้ในการซื้อสินค้า บางครั้งผู้ซื้อไม่อาจวางแผนไว้ก่อน แต่มีความจำเป็นต้องใช้หรืออยากได้ในขณะนั้นก็สามารถซื้อสินค้าได้ซึ่งหากเป็นสมัยก่อนที่จะมีบัตรเครดิตใช้ ผู้ซื้อจำเป็นต้องนำเงินสดติดตัวไปจำนวนมาก หรือมิฉะนั้นก็ต้องใช้สื่ออย่างอื่น เช่น เช็ค เป็นต้น แต่บางครั้งผู้ขายอาจไม่ยอมรับเช็คจากผู้ซื้อก็ได้ เพราะไม่แน่ใจว่าเช็คจะมีเงินหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ไม่รู้จักคุ้นเคยกันก็จะไม่รับเช็คกัน

ง่าย ๆ สำหรับบัตรเครดิตนั้นทำให้ผู้ขายนั่นใจได้ว่าเมื่อได้ขายสินค้าแล้ว สามารถเรียกเก็บเงินจากธนาคารหรือผู้ออกบัตรได้ทันทีในขณะที่ผู้ซื้อสินค้าสามารถซื้อสินค้าได้โดยยังที่ไม่ต้องชำระเงินสดในทันที

2. ด้านการเดินทาง (traveling) ปัจจุบันต้องยอมรับว่าโลกแคบลง การที่จะเดินทางติดต่อธุรกิจนั้นสะดวกมากขึ้น ถ้าต้องการเดินทางไปต่างถิ่นเป็นเวลานาน ๆ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้เงินมาก เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร และอื่น ๆ ที่ต้องใช้จ่าย ตัวอย่างเช่น หากเดินทางสัก 1 เดือนจะต้องเสียค่าโรงแรมที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เป็นเงินจำนวนมาก การพกพาเงินสดจำนวนมาก ๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกเสี่ยงต่อการสูญหาย หรือถูกโจรกรรมแต่ถ้ามีบัตรเครดิตแผ่นเล็ก ๆ ซึ่งสามารถใช้แทนเงินสดที่ต้องใช้จ่ายระหว่างเดินทางอยู่ในกระเป๋า ปัญหาการสูญหายที่อาจเกิดขึ้นก็จะไม่ก่อให้เกิดการสูญเสียเหมือนธนบัตรหรือทรัพย์สินสูญหาย เพราะว่าเป็นกรณีบัตรเครดิตสูญหาย เจ้าของบัตรสามารถแจ้งบัตรสูญหายและอายัดการใช้บัตรได้ ผู้ที่เก็บได้ก็ไม่สามารถนำไปใช้ได้ ดังนั้น บัตรเครดิตจึงเหมาะสมกับการเดินทางเป็นอย่างมาก

3. ด้านความน่าเชื่อถือทางการเงิน (financial stability) ก่อนที่ธนาคารหรือผู้ออกบัตรแต่ละใบผู้ออกบัตรจะมีการตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ยื่นขอมีบัตรจากคำขอมีบัตรเครดิต และธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรจะเป็นผู้กำหนดวงเงินให้ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยแบ่งออกเป็น บัตรเงิน และบัตรทอง ซึ่งบัตรทั้งสองประเภทนี้ เป็นตัวแทนแสดงให้ร้านค้าหรือผู้ออกบัตรทราบถึงฐานะของผู้ถือบัตรว่า มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับ

ประโยชน์ที่ผู้ออกบัตรเครดิต ร้านค้า ผู้รับบัตรเครดิต และผู้ถือบัตรเครดิต

1. ประโยชน์ทางด้านผู้ออกบัตรเครดิต (ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), 2547, หน้า 45)

1.1 การระดมเงินฝาก ธนาคารที่ออกบัตรโดยมีเงินฝากค้ำประกันเป็นการระดมเงินฝากโดยตรง ส่วนธนาคารที่ออกบัตรโดยไม่จำเป็นต้องมีเงินฝากค้ำประกัน จะช่วยในการระดมเงินฝากทางอ้อม ประโยชน์ที่ได้รับทางตรงก็คือ ปริมาณเงินฝากที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดบัญชีเงินฝากทั้งผู้ถือบัตรเครดิตและร้านค้าผู้รับบัตรเครดิต

1.2 บัตรเครดิตเป็นเครื่องมือที่ธนาคารต่าง ๆ จะใช้ในการส่งผ่านบริการถึงมือผู้ถือบัตรเครดิตโดยตรง โดยเฉพาะด้านสินเชื่อ

1.3 ทำให้ทราบพฤติกรรมของลูกค้า ธนาคารควรจะทราบข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้า แทนที่จะเป็นข้อมูลจากการสำรวจซึ่งอาจจะมีโอกาสคลาดเคลื่อนสูงมาก ข้อมูลเหล่านี้ธนาคารสามารถนำมาใช้ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด หรือออกบริการใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง

1.4 เพิ่มปริมาณธุรกิจต่างประเทศ จากการที่ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาใน

ประเทศไทย หรือคนไทยไปต่างประเทศ เมื่อมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจำเป็นต้องมีการโอนเงินระหว่างประเทศ ธนาคารจะมีรายได้จากอัตราแลกเปลี่ยนด้วย

1.5 ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่เดิมรายได้หลักที่ธนาคารจะได้รับคือรายได้จากค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี แต่ปัจจุบันธนาคารส่วนใหญ่จะไม่เก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปีซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของแต่ละธนาคาร ทำให้รายได้หลักในปัจจุบันคือรายได้ดอกเบี้ยจากหนี้ค้ำชำระ ค่าธรรมเนียมจากร้านค้า ค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดล่วงหน้า และรายได้รองลงมาได้แก่ รายได้จากอัตราแลกเปลี่ยน

2. ประโยชน์ทางด้านร้านค้าผู้รับบัตรเครดิต

2.1 ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การมีบัตรเครดิตเป็นการเพิ่มอำนาจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งผู้บริโภคอาจต้องการซื้อสินค้าและบริการโดยแรงจูงใจจับพัตัน อีกทั้งผู้ถือบัตรมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยในการชำระหนี้ การรับบัตรเครดิตของร้านค้าจึงมีแนวโน้มที่จะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

2.2 ร้านค้าไม่มีหนี้สูญ หากปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของผู้ถือบัตรเครดิต เพราะผู้ออกบัตรจะเป็นผู้รับความเสี่ยงจากหนี้สูญไว้เอง

2.3 ความสะดวกในการรับชำระหนี้ ร้านค้าที่รับบัตรเครดิตจะประหยัดเวลาในการนับเงินสดและทอนเงินให้กับลูกค้าและปลอดภัยจากการรับชำระค่าสินค้าและบริการผิดพลาด

2.4 มีความปลอดภัยจากการนำเงินฝากธนาคาร การรับชำระหนี้ของร้านค้าจะมีใบหลักฐานในการขายสินค้าเป็นหลักฐานในการนำเงินเข้าบัญชีของร้านค้า นั้น จึงมีความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรมมากกว่าเงินสดฝากธนาคาร

3. ประโยชน์ทางด้านผู้ถือบัตรเครดิต

3.1 เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความคล่องตัวในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยไม่ต้องพกพาเงินสดเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ความสะดวกสบายดังกล่าวอาจครอบคลุมพื้นที่เฉพาะภายในประเทศหรือรวมไปถึงต่างประเทศด้วยนั้น ขึ้นอยู่กับว่าบัตรเครดิตดังกล่าวเป็นบัตรที่ผู้ออกบัตรอนุญาตให้สมาชิกผู้ถือบัตรใช้ซื้อสินค้าและบริการเฉพาะภายในประเทศเท่านั้น หรืออาจจะเป็นบัตรเครดิตสากลที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกภูมิภาคทั่วโลก

3.2 ได้รับวงเงินอนุมัติบัตรเครดิตจำนวนหนึ่ง (revolving credit) เพื่อเป็นขีดจำกัดในการใช้จ่ายของสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตและเป็นจำนวนเงินสูงสุดที่ทั้งสถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรและสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตต่างมีหน้าที่รับผิดชอบซึ่งกันและกัน ในการให้บริการหรือรับบริการทางด้านบัตรเครดิต กล่าวคือ ในกรณีสมาชิกผู้ถือบัตรไม่สามารถชำระหนี้อันเกิดจากการใช้จ่ายบัตรเครดิต สถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรก็จะมีความเสี่ยงสูงสุดไม่เกินวงเงิน

จำนวนนี้ และในทำนองเดียวกัน หากบัตรเครดิตดังกล่าวถูกนำไปใช้โดยมิชอบหรือถูกลักลอบนำไปใช้โดยผู้ถือบัตรเครดิตไม่มีส่วนรู้เห็น เช่น บัตรหาย ถูกขโมย ถูกปลอมแปลงบัตร โดยมีเจตนาที่ทุจริต และกรณีดังกล่าวข้างต้นมิได้ทำการแจ้งการอายัดบัตรเครดิตตามระเบียบของแต่ละบริษัท กำหนดไว้ สมาชิกผู้ถือบัตรก็จะมี ความเสียหายที่จะต้องรับผิดชอบสูงสุดไม่เกินจำนวนเงินนี้เช่นกัน

3.3 ได้รับการเพิ่มอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย (purchasing power) ทางอ้อม กล่าวคือสมาชิกผู้ถือบัตรสามารถซื้อสินค้าและบริการได้โดยไม่ต้องจ่ายชำระเงินทันที เนื่องจากสถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตจะยอมให้เครดิตแก่สมาชิกผู้ถือบัตร โดยมีต้องเสียดอกเบี้ยแต่อย่างใดในช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งระยะเวลาดังกล่าวเรียกว่าระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย โดยเฉลี่ยประมาณ 40-45 วัน ซึ่งหากจะต้องมีการใช้เงินสดในการซื้อสินค้าหรือบริการทันทีแล้วสมาชิกผู้ถือบัตรอาจไม่มีความพร้อมในช่วงเวลานั้นก็ได้ เช่น อาจเป็นช่วงเวลาใกล้ปลายเดือน ต้องรอให้เงินเดือนออกเสียก่อนจึงจะซื้อได้ ซึ่งการให้บริการเช่นนี้ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการสร้างพฤติกรรมฟุ่มเฟือยให้แก่ผู้บริโภค โดยยอมให้นำเงินที่จะได้ในอนาคตมาใช้จ่ายล่วงหน้าในปัจจุบัน อีกทั้งเมื่อถึงกำหนดที่จะต้องชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต สถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรก็ยินยอมให้สมาชิกผู้ถือบัตรของตนสามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ได้ โดยจ่ายชำระขั้นต่ำเพียงบางส่วนตามที่กำหนดไว้ เช่น 5-10 เปอร์เซ็นต์ของยอดใช้จ่ายเดือนนั้น ๆ แต่ผู้ถือบัตรจะต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่ค่อนข้าง

สูงเป็นการทดแทน

3.4 มีการบริการพิเศษช่วยแก้ปัญหาหรือบรรเทาปัญหายามฉุกเฉินเร่งด่วน หรือเฉพาะหน้า เช่น อนุญาตให้ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเคาน์เตอร์ธนาคารหรือเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติที่แต่ละสถาบันการเงินกำหนดไว้ในกรณีที่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตมีความจำเป็นต้องการใช้เงินสด ได้รับการให้คำปรึกษาแนะนำทางกฎหมายในต่างประเทศหรือได้รับวงเงินพิเศษสำหรับค่ารักษาพยาบาล กรณีที่สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตหรือครอบครัวต้องเข้ารับการรักษาด่วนในโรงพยาบาลและต้องเสียค่ารักษาพยาบาลเป็นจำนวนมากกว่าวงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับตามปกติ เป็นต้น

3.5 ได้รับส่วนลดการค้าหรือของแถมจากร้านค้าสมาชิกที่กำหนดไว้โดยสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตจะได้รับส่วนลดหรือของแถมเป็นพิเศษทันที ที่นำบัตรเครดิตไปใช้ซื้อสินค้าหรือบริการตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หรืออาจจะเป็นลักษณะได้รับคะแนนสะสม (bonus point) ตามสัดส่วนปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ซึ่งประโยชน์ในข้อนี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของสถาบันการเงินและบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตในปัจจุบัน

3.6 ได้รับประโยชน์จากสิทธิประโยชน์พิเศษและบริการเสริมอื่นๆ เช่นสมาชิกผู้ถือบัตรจะได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทาง (traveler cheque) หากจะต้องเสียก็จะเสียในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ การให้บริการสำรองตั๋วเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการรถเช่าเป็นพิเศษ เฉพาะสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต การได้รับประกันอุบัติเหตุการเดินทางอัตโนมัติหากชำระค่าตั๋วเดินทางผ่านบัตรเครดิต และได้รับการประกันภัยสินค้าในกรณีขารูดเสียหาย สูญหาย ตลอดจนการให้บริการส่งสินค้าต่าง ๆ ผ่านทางไปรษณีย์ (direct mail) หรือผ่านทางโทรศัพท์ (telemarketing)

3.7 ช่วยเสริมภาพพจน์ตามสมัยนิยมของคนรุ่นใหม่ หรือเป็นที่รู้จักกันในนามกลุ่มยuppies (Yuppies) ทั้งนี้โดยปัจจุบันแล้วบัตรเครดิตได้ถือว่าเป็นเฟอร์นิเจอร์ทางการเงินที่สำคัญอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นว่าเป็นคนทันสมัย โก้เก๋ มีรสนิยมวิไลของผู้ถือบัตรเครดิต และยังเป็นหนึ่งในกลุ่มสิ่งของที่กลุ่มยuppies มีใช้ส่วนตัว เช่น รถยนต์ บัตรเครดิต สมาชิกชมรม สมาคมต่าง ๆ เครื่องคอมพิวเตอร์ คอนโดมิเนียม เครื่องมือและอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ เป็นต้น ในความเป็นจริงแล้วก็คงปฏิเสธได้ยากว่าบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์บางแห่งสามารถช่วยให้สมาชิกผู้ถือบัตรมีสภาพทางสังคมที่ดีขึ้น เพราะได้รับการยอมรับว่ามีสถานภาพทางการเงินที่ดี เนื่องจากผ่านขั้นตอนการอนุมัติให้เป็นผู้ถือบัตรเครดิตที่มีความพิถีพิถันมากเป็นพิเศษ

3.8 ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างประวัติ ความน่าเชื่อถือทางด้านเครดิตส่วนบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญอีกจุดหนึ่งในการพัฒนานิสัยความรับผิดชอบส่วนบุคคล สมาชิกผู้ถือบัตรเครดิตจะต้องระลึกอยู่เสมอถึงสองเรื่องด้วยกัน คือ ตนเองมีขีดความสามารถที่จะใช้จ่ายหรือชำระคืนหนี้ได้มากน้อยเพียงใด และหากตนเองไม่มีความรับผิดชอบในการใช้บัตรเครดิตนี้แล้วก็จะสร้างความเสียหายให้กับตนเองและผู้อื่นด้วย ดังนั้นผู้ถือบัตรเครดิตแต่ละคนควรที่จะพัฒนานิสัยความรับผิดชอบส่วนบุคคลนี้อย่างเคร่งครัด

ข้อเสียของบัตรเครดิต

ข้อเสียของบัตรเครดิต มีดังนี้ (สุภาพร มนัสศรีสุขใส, 2543, หน้า 21)

1. ก่อให้เกิดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย อย่างไรก็ตามการศึกษาเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากเพราะขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภค (consumer) จากการศึกษาของ (board of governors of the federal reserve system) ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าบัตรเครดิตอาจก่อให้เกิดความฟุ่มเฟือยได้หากผู้ถือบัตรเครดิตมีนิสัยชอบซื้อสินค้า

2. บัตรเครดิตทำให้ผู้ถือบัตรและผู้ที่มีผู้ถือบัตร ซื้อสินค้าและบริการแพงเกินความจำเป็นทั้งนี้เนื่องจาก

2.1 ส่วนใหญ่ผู้ออกบัตรยอมให้ผู้ถือบัตรผ่อนชำระได้ แต่อัตราดอกเบี้ยสูงมาก รวมทั้งเป็นการคิดดอกเบี้ยแบบทบต้น ซึ่งจะถูกรีดดอกเบี้ยทบต้นต่อเมื่อผู้ถือบัตรไม่สามารถนำเงินมาชำระค่าสินค้าและบริการได้ทันตามระยะเวลาที่ให้เครดิต

2.2 การที่ผู้ออกบัตรเครดิตคิดส่วนลด (discount) จากร้านค้า ทำให้ร้านค้าส่วนใหญ่ผลักภาระให้ผู้บริโภคด้วยการขึ้นราคาเพื่อไว้ก่อนเพื่อให้คุ้มกับเงินที่ต้องเสียให้แก่ผู้ออกบัตร และในขณะเดียวกันก็ไม่ลดราคาแก่ผู้ซื้อเงินสดด้วย ทั้งนี้เกรงว่าประชาชนจะเปลี่ยนความนิยมในการใช้บัตรเครดิต จึงมีผลทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าที่แพงกว่าปกติไม่ว่าจะซื้อด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสดก็ตาม

3. การดำเนินงานตามแผนงานบัตรเครดิตเป็นเรื่องใหญ่จึงต้องใช้เงินทุนก่อนเข้าสู่

4. เกิดอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ วิธีการปลอมแปลงบัตรเครดิต บัตรเครดิตถูกขโมยไปใช้ ตลอดจนการปลอมแปลงใบหลักฐานในการสมัครบัตรเครดิต ปลอมแปลงใบหลักฐานในการขายสินค้า จึงมีอัตราการเสี่ยงสูง กล่าวคือ มีความเป็นไปได้เกี่ยวกับหนี้สูญ

5. ยังไม่มีกฎหมายรองรับการกระทำผิดในเรื่องบัตรเครดิต เพราะเป็นวิทยาการสมัยใหม่และยังไม่เข้าข่ายการตีความของคณะกรรมการกฤษฎีกาว่าเป็นความผิดร้ายแรง ทั้ง ๆ ที่ความเสียหายที่เกิดขึ้นอาจมากกว่าการปลอมเช็คหรือขโมยเช็คเดินทาง โทษจึงยังน้อยอยู่ทำให้อาจจะมีผู้อยากลองเสี่ยงทำการทุจริตได้

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยพฤกษ์ สูดลวิธ (2548) ได้ศึกษาปัญหาการชำระหนี้เชื่อการเกษตรของเกษตรกรในเขตอำเภอบางปะหัน พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายและเกษตรกรส่วนใหญ่มีภาระหนี้สินเดิมอยู่ก่อนที่จะขอสินเชื่อการเกษตรกับสถาบันการเงินมีภาระหนี้สินซ้ำซ้อน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ นโยบายโดยธนาคารแห่งประเทศไทยในเรื่องการบังคับการปล่อยสินเชื่อที่มีต่อสถาบันการเงิน นโยบายราคาพืชผลทางการเกษตรภัยธรรมชาติ ฝนฟ้าตามฤดูกาล ความรู้ความสามารถด้านเกษตรกรรมของเกษตรกรเอง

ปรีชา กรินชัย (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตภายในประเทศ กรณีศึกษาพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่จำนวน 100 คน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ก็คือจำนวนวงเงินที่ได้รับระยะเวลาการให้เครดิต สถานที่ที่ยอมรับบัตรเครดิต และการส่งเสริมการขายของเจ้าของบัตรเครดิต ล้วนส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิต

ไพโรจน์ ฤทธิ์ล้ำเลิศ (2546: บทคัดย่อ) ได้ให้รายละเอียดในส่วนของภาพลักษณ์ การบริการและการโฆษณาว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) อย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนของภาพลักษณ์และบริการ ส่วนการโฆษณามีอิทธิพลในระดับปานกลางเท่านั้น

ยุคล ชนะวัฒน์ปัญญา (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัย ที่มีผลต่อการชำระคืน เงินกู้ของเกษตรกร และวิธีการชำระเงินกู้ รวมทั้งข้อเสนอแนะของเกษตรกร ที่มีต่อธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขลุง จังหวัดจันทบุรี พบว่าเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.ที่ค้าง ชำระหนี้เงินกู้ เนื่องจากต้องนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในครัวเรือนมากที่สุด ร้อยละ 49.2 รองลงมาหนี้ ภายนอกร้อยละ 42.5 และมีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินร้อยละ 41.7 ตามลำดับ

วชิรินทร์ ภูวพิทยานนท์ (2536) ทำการวิจัย พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัญหา และทัศนคติต่อการใช้บัตรเครดิต เหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้และเลิกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยี่ห้อต่างๆ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกตัวอย่าง โดยวิธีแบ่ง ชั้นภูมิ วิธีบังเอิญ และแบ่งจำนวนตัวอย่างเท่าๆกัน ในแต่ละกลุ่มอาชีพ จำนวน 195 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งนำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS/PC+ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ตารางแจกแจงความถี่ อัตราร้อยละ ฐานนิยม และทดสอบ สมมติฐานด้วยค่าสถิติ Chi-square จากการวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตพบว่ายี่ห้อ บัตรเครดิตที่เคยใช้ไม่แตกต่างกันตามอาชีพ คือ บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย ส่วนบัตรเครดิตที่ใช้ อยู่ในปัจจุบันแตกต่างกันตามอาชีพ คือ ข้าราชการจะเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย พนักงาน รัฐวิสาหกิจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และเอกชนจะเลือกบัตรเครดิตธนาคารไทย พาณิชย์ โดยวัตถุประสงค์การใช้บัตรพบว่าใช้เพื่อซื้อสินค้าราคาสูงส่วนใหญ่ ส่วนสถานที่ใช้คือ ห้างสรรพสินค้ามากกว่าที่อื่น และใช้บัตรเครดิตต่อเดือนประมาณ 1,000 – 5,000 บาท เหตุผลที่ เลิกใช้บริการบัตรเครดิต เพราะสามารถใช้แทนเงินสดได้และใช้สะดวก ผู้บริโภคเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ยี่ห้ออื่นๆเพราะมีบัญชีของธนาคารนั้นอยู่แล้ว ส่วนในอนาคตจะเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตที่เป็น ที่มีการยอมรับมากที่สุด และเหตุผลในการยกเลิกบัตรเครดิต เพราะมีค่าธรรมเนียมสูงมากกว่า เหตุผลอื่น ด้านปัญหาการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้บริโภคมีปัญหาด้านบริการของธนาคารและด้าน บัตรมากที่สุด โดยเฉพาะการแจ้งยอดในการใช้บัตรล่าช้าและต้องใช้เวลาในการทำบัตร ปัญหา ด้านร้านค้า คือ ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมมากกว่า 3% แต่ละร้านคิดค่าธรรมเนียมไม่เท่ากันและ พนักงานร้านขาดความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิต

ศานติ ถาวรสุวรรณ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บัตรเดบิต EasyCard ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดเรียงจากมากไปน้อย คือ ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ประการนี้ ส่วนแต่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเดบิต Easy Card อย่างมีนัยสำคัญทั้งสิ้น

ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ (2544) ได้ทำการศึกษาถึง การบริหารจัดการโครงการแก้ไขปัญหานี้สินภาคประชาชนในมุมมองของเกษตรกร: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าโครงการแก้ไขปัญหานี้สินภาคประชาชน เริ่มขึ้นในปี 2546 ซึ่งเป็นนโยบายเร่งด่วนภายใต้ยุทธศาสตร์การขจัดความยากจนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหานี้สินให้หมดสิ้นไปภายใน 5 ปี (สิ้นสุด พ.ศ. 2551) รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังได้มอบหมายภารกิจให้ธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จัดตั้งศูนย์อำนวยการต่อสู้เพื่อเอาชนะความยากจน (ศตจ. ธ.ก.ส.) เพื่อดำเนินการดูแลการแก้ไขปัญหาคความยากจนให้แก่เกษตรกรที่มีปัญหาภาระหนี้สิน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลการดำเนินงานด้านการฟื้นฟูและพัฒนาศักยภาพของลูกหนี้ผู้ได้รับการแก้ไขปัญหานี้สิน และเสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการโครงการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในอนาคต การดำเนินงานวิจัย ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บข้อมูลในระดับบุคคล ซึ่งใช้การสัมภาษณ์จากแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง และสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรจาก 4 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจัดการสนทนากลุ่มจากตัวแทนของจังหวัดเดียวกันร่วมกับผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความเห็นว่า โครงการนี้ได้ช่วยลดภาระหนี้สินได้อย่างมาก ก่อให้เกิดชุมชนเข้มแข็ง แต่ยังคงมีปัญหานี้สินเรื่องกระบวนการบริหารจัดการ เช่น ขาดความชัดเจนในการดำเนินงาน การให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการแก่เกษตรกรยังไม่ทั่วถึงและถูกต้อง รวมทั้ง ความไม่ต่อเนื่องของการติดตามการดำเนินงานของเกษตรกรที่ได้รับความช่วยเหลือเพื่อประเมินผลโครงการ ดังนั้น ธ.ก.ส. ควรมีการปรับปรุงการบริหารโครงการที่คล้ายคลึงกันในอนาคต โดยใช้กรณีศึกษาจากโครงการดังกล่าว

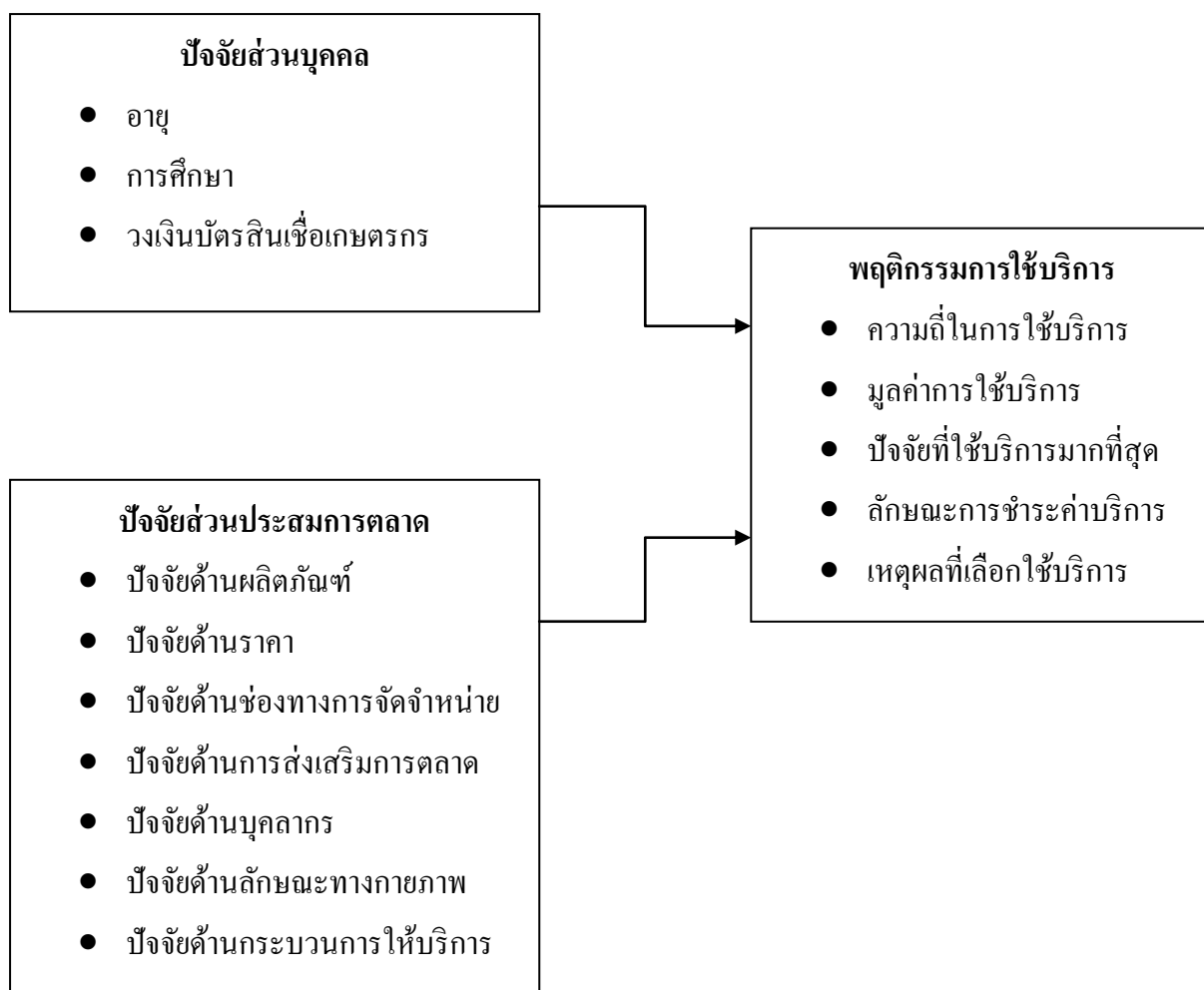
ศูนย์วิจัย ธ.ก.ส.ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนบน (2556) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อและทัศนคติที่มีต่อโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้า ธ.ก.ส. จังหวัดเชียงราย พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ปัจจัยการผลิตที่ใช้มากที่สุด คือ ปุ๋ย รองลงมา คือ เมล็ดพันธุ์ ยาปราบศัตรูพืช น้ำมันเชื้อเพลิง วัสดุการเกษตร และอื่นๆ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรในช่วงก่อนฤดูการผลิต และ

รองลงมาจะเป็นในช่วงระหว่างการผลิต โดยจะใช้บัตรเครดิตเมื่อมีโอกาสสะดวก และในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเมื่อเกษียณกรรม ในส่วนของปัจจัยการผลิต ช่วงเวลาการซื้อ และวงเงินการใช้แต่ละครั้ง พบว่ามีความสัมพันธ์กับรายได้, หนี้สิน และขนาดพื้นที่การผลิตของเกษตรกร สำหรับทัศนคติการใช้บัตรเครดิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในโครงการบัตรเครดิตเนื่องจากช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อปัจจัยการผลิต มีส่วนช่วยลดการกู้ยืมเงินนอกระบบลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และเกษตรกรมีความภาคภูมิใจเหมือนได้ใช้บัตรเครดิต และการกำหนดวงเงินในบัตรเครดิตเกษตรกรสอดคล้องกับขนาดพื้นที่การผลิต การใช้บัตรมีขั้นตอนและวิธีการใช้ไม่ยุ่งยาก และช่วยลดภาระหนี้สินนอกระบบและทัศนคติของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการผลิตที่ซื้อบ่อยและช่วงเวลาการใช้บัตรเครดิต

ศูนย์วิจัย ช.ก.ส.ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนบน (2556) ได้ทำการศึกษาถึง การยอมรับและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตของเกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. จังหวัดระนอง พบว่า เกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. จังหวัดระนองผู้มีบัตรเครดิตเกษตรกรมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โครงการบัตรเครดิตเกษตรกรในระดับมาก ทั้งด้านการให้บริการและการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในระบบงานบัตรเครดิตรวมถึงปัจจัยที่ธนาคารใช้เพื่อกำหนดวงเงินบัตรเครดิต โดยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจะมาจากการประชุมกลุ่มลูกค้าของ ช.ก.ส. มากที่สุด เข้าร่วม “โครงการสนับสนุนการจัดการปัจจัยการผลิตผ่านขบวนการ สกต.” เพื่อจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำให้แก่เกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. ผ่านบัตรเครดิตเกษตรกร เนื่องจากปัจจัยการผลิตตรงตามความต้องการมากที่สุดและจะเข้าร่วมโครงการในปีต่อไป (ถ้ามี) การยอมรับและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้มีบัตรเครดิตเกษตรกรจะต้องศึกษาข้อมูลต่างๆ เช่นวงเงินที่ได้รับ อัตราดอกเบี้ย การส่งชำระหนี้ และวิธีการชำระหนี้ ฯลฯ ก่อนจะใช้บัตรเครดิตเกษตรกร เกษตรกรผู้มีบัตรเครดิตเกษตรกรยอมรับในผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเป็นนวัตกรรมใหม่และนำไปใช้ซื้อปัจจัยการผลิตตามความจำเป็นที่ต้องการใช้โดยเฉพาะปุ๋ยเคมีจากร้านค้าท้องถิ่นที่ขึ้นทะเบียนกับ ช.ก.ส. ทราบถึงช่องทางหรือวิธีการชำระหนี้ที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิต แต่จะชำระหนี้บัตรเครดิตเกษตรกรเป็นลำดับสุดท้าย การยอมรับและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับปานกลาง เกี่ยวกับการขอรับเงินสดแทนปัจจัยการผลิตที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตเกษตรกรจากร้านค้าที่ขึ้นทะเบียนกับ ช.ก.ส. และการขายปัจจัยการผลิตที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตเกษตรกรคืนร้านค้าในราคาต่ำกว่าราคาที่ซื้อเนื่องจากต้องการเงินสด ผลของการทดสอบสมมติฐานพบว่าสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นความแตกต่างในด้านความต้องการใช้ปัจจัยการผลิต (ครั้ง/ปี) ต่างกัน, รายได้จากการเกษตรต่างกัน, เกษตรกรที่มีแหล่งเงินทุนหลักๆ ที่ใช้ทำการเกษตร

และดำเนินชีวิตต่างกัน เหตุผลที่สมัครเข้าร่วมโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรต่างก็มีการยอมรับ และพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรไม่แตกต่างกันซึ่งที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.5 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

2.6 สมมุติฐานการวิจัย

1.ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และวงเงินบัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร

2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกร

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือและวิธีการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถานที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต แหล่งข้อมูลจากห้องสมุดมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานีและระบบอินเทอร์เน็ต

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรในการศึกษา คือ เกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 2,153 ราย (จำนวนลูกค้าที่มีการเปิดบัตรใช้งาน) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีการคำนวณโดยใช้ สูตรคำนวณของ ยามาเน่

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ที่ 0.05 (ร้อยละ 5) โดยนำขนาดของประชากรที่ศึกษา คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

กำหนดให้ e = มีความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5%

Z = ระดับความมั่นใจ 95%

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = กำหนดสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่มเท่ากับ 0.4

จึงได้ค่าดังนี้ $P = 0.4$, $e = 0.05$, $Z = 1.96$

ใช้สูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

$$= \frac{0.4(1-0.4)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

= 368.76 (ได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 369 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สำรวจการสูญเสียของแบบสอบถามอีก 31

ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคือ 400 ตัวอย่าง)

การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้กระบวนการสุ่ม คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากทุกตำบลในอำเภอไชยาใช้ในการศึกษา การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาตามจำนวนผู้ที่มีการเปิดใช้งานบัตรดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนลูกค้าและกลุ่มตัวอย่างที่เปิดใช้งานบัตรแบ่งตามตำบลที่อยู่อาศัย

ตำบล	จำนวนลูกค้าที่เปิดใช้งานบัตร (คน)	สัดส่วน (%)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ต.ตลาดไชยา	39	1.81	7
2. ต.โมถ่าย	346	16.07	64
3. ต.ป่าเว	236	10.96	44
4. ต.ตะกรบ	40	1.86	8
5. ต.เวียง	147	6.83	27
6. ต.ทุ่ง	95	4.41	18
7. ต.เลม็ด	151	7.01	28
8. ต.ปากหมาก	884	41.06	164
9. ต.พุมเรียง	215	9.99	40
รวม	2,153	100	400

ที่มา : ระบบงานบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่เลือกศึกษา ซึ่งเป็นข้อกำหนดและรายละเอียดเกี่ยวกับบัตรสินเชื่อเกษตร แบบสอบถามประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ ตำบลที่อาศัย อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หนี้สินกับ ธ.ก.ส. ในปัจจุบัน และวงเงินบัตรสินเชื่อ เป็นคำถามลักษณะปลายเปิดและปลายปิด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร เป็นการสอบถามถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตร สินค้าที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ร้านค้าที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด พฤติกรรมการชำระคืน และเหตุที่ลูกค้าเลือกใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร เป็นต้น ซึ่งเป็นทั้งลักษณะของคำถามปลายเปิดและปลายปิด

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

ลักษณะข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert scale) โดยมี 5 ระดับ อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541,167) โดยกำหนดดังนี้

5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

โดยนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนจะยึดหลักเกณฑ์การคำนวณค่าช่วงชั้น โดยใช้ค่าสูงสุดลบด้วยค่าต่ำสุดหารด้วยจำนวนช่วงชั้นคือ $5 - (5-1)/5 = .80$ ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร เป็นการสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรคในประเด็นต่างๆ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงถึงระดับของปัญหา การสร้างคำถามในลักษณะอันตรภาค (Interval) แบบสอบถามเป็นแบบวัดส่วนประมาณค่า rating scale ซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ เป็นปัญหามากที่สุด เป็นปัญหามาก เป็นปัญหาปานกลาง เป็นปัญหาน้อย และไม่ปัญหา

ลักษณะข้อคำถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert scale) โดยมี 5 ระดับ อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541,167) โดยกำหนดดังนี้

5.00	หมายถึง	เป็นปัญหามากที่สุด
4.00	หมายถึง	เป็นปัญหามาก
3.00	หมายถึง	เป็นปัญหาปานกลาง
2.00	หมายถึง	เป็นปัญหาน้อย
1.00	หมายถึง	ไม่เป็นปัญหา

โดยนำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนจะยึดหลักเกณฑ์การคำนวณค่าช่วงชั้น โดยใช้ค่าสูงสุดลบด้วยค่าต่ำสุดหารด้วยจำนวนช่วงชั้นคือ $5 (5-1/5 = .80)$ ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	เป็นปัญหามากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	เป็นปัญหามาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	เป็นปัญหาปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	เป็นปัญหาน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เป็นปัญหา

3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเครื่องมือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ผู้ทำวิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตจากผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อขออนุญาตให้พนักงานแจกแบบสอบถามให้แก่ลูกค้าตามจำนวนของขนาดตัวอย่างตามที่กำหนด ทั้งนี้ได้อธิบายรายละเอียดการเก็บข้อมูลและชี้แจงพนักงานผู้เก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความเข้าใจแบบสอบถามแล้ว

2. ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ทดสอบเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา และวงเงินบัตร กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชิงตรรก โดยใช้ค่าสถิติ F-test ถ้าพบว่าปัจจัยใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

3. ทดสอบเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชิงตรรก โดยใช้ค่าสถิติ F-test ถ้าพบว่าปัจจัยใดที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

3.6 สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

การสำรวจครั้งนี้ทำการสอบถามข้อมูลจากลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอยาไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างปี พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2559

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ฉบับ ผู้วิจัยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

ผลการศึกษาในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ ที่อยู่อาศัย อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก อายุการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส. รายได้เฉลี่ย หนี้สินกับ ธ.ก.ส. และวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร รายละเอียดดังตารางที่ 4.1 - 4.10

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไป(เพศ)ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	213	53.2
หญิง	187	43.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชายจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 และเป็นผู้หญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (ตำบลที่อยู่อาศัย) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.ต.ตลาดไชยา	7	1.8
2.ต.โมถ้าย	64	16
3.ต.ป่าเว	44	11
4.ต.ตะกรบ	8	2
5.ต.เวียง	27	6.8
6.ต.ทุ่ง	18	4.5
7.ต.เหม็ด	28	7
8.ต.ปากหมาก	164	41
9.ต.พุมเรียง	40	10
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยใน ต.ปากหมาก จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา ต.โมถ้าย จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 16 ต.ป่าเว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ต.พุมเรียง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ต.เหม็ด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ต.เวียง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ต.ทุ่ง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ต.ตะกรบ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และ ต.ตลาดไชยา มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

จากข้อมูลด้านที่อยู่อาศัยแสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ใน ต.ปากหมาก จึงทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำมาวางแผนการเปิดร้านค้ารับบัตรเพื่อรองรับการใช้บริการจากลูกค้าได้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (อายุ) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
30-35 ปี	59	14.8
36-40 ปี	96	24
41-45 ปี	79	19.8
46-50 ปี	71	17.8
51 ปีขึ้นไป	95	23.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 อายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 17.8 และอายุระหว่าง 30-35 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

จากข้อมูลด้านอายุ ลูก้าส่วนใหญ่จะมีอายุ 36-40 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่อยู่ในช่วงการสร้างเนื้อสร้างตัว สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตมีความทันสมัย ทันต่อเทคโนโลยี ทำให้เราสามารถพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆเพื่อมารองรับความต้องการของลูก้ากลุ่มนี้ได้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (สถานภาพ) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	15	3.8
สมรส	279	69.8
สมรสไม่จดทะเบียน	54	13.5
หย่าร้าง/ม่าย	52	13
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี สถานภาพสมรส จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมา มีสถานภาพสมรสไม่จดทะเบียนจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีสถานภาพ หย่าร้าง/ม่าย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพโสด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (ระดับการศึกษา) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	144	36
มัธยมศึกษา	106	26.5
อนุปริญญา	80	20
ปริญญาตรี	40	10
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา หรือเทียบเท่าจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ระดับการศึกษานุปริญญา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ระดับปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และน้อยที่สุดคือระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (อาชีพหลัก) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประกอบอาชีพหลักทำการเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สวนยางพารา	126	31.5
สวนปาล์มน้ำมัน	118	29.5
ทำนาข้าว	96	24
เลี้ยงสัตว์	26	6.5
ประมง	34	8.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ประกอบอาชีพหลักทำการเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีส่วนยางพารา จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาเป็นส่วนปาล์มน้ำมัน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ทำนาข้าว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ประมง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และน้อยที่สุดเป็น เลี้ยงสัตว์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

จากข้อมูลด้านระดับการศึกษาและอาชีพสามารถนำไปใช้ในการทำการตลาด การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การสื่อความให้เข้าถึงผู้บริโภคในแต่ละระดับการศึกษาและอาชีพซึ่งอาจจะสะท้อนความสามารถในการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป(อายุลูกค้า ธ.ก.ส.) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ปี	6	1.5
4-6 ปี	45	11.2
7-9 ปี	64	16
10-12ปี	104	26
13-15ปี	134	33.5
16 ปีขึ้นไป	47	11.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า อายุการเป็นลูกค้า ธ.ก.ส ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 13-15 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา 10-12 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 7-9 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 16ปีขึ้นไปจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 4-6 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และน้อยที่สุดคือ 1-3 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

จากข้อมูลอายุการเป็นลูกค้าธ.ก.ส. แสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีที่ลูกค้ามีต่อ ธ.ก.ส ที่ เป็นลูกค้ากับธนาคารมานาน ธนาคารจึงสามารถทำการตลาดในเรื่องของ โปรโมชันหรือส่วนลด ต่างๆเป็นการรักษาฐานลูกค้าดังกล่าวไว้ให้อยู่กับธนาคารต่อไป

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป (รายได้เฉลี่ย) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	72	18
15,001-18,000 บาท	148	37
18,001-21,000 บาท	70	17.50
21,001-24,000 บาท	56	14
24,001 บาทขึ้นไป	54	13.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ที่ 15,001-18,000 บาท จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือ ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 18,001-21,000 บาทขึ้นไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 21,001-24,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และน้อยที่สุดคือ 24,001 บาทขึ้นไปจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

จากข้อมูลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 18,000 บาทต่อเดือน ทำให้ธนาคารสามารถคำนวณหาราคาสินค้า หรือ โปรโมชันที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าของธนาคารได้

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไป(หนี้สิน) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

หนี้สินกับ ธ.ก.ส ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 300,000 บาท	83	20.8
300,001-500,000 บาท	179	44.8
500,001-700,000 บาท	64	16
700,001-900,000 บาท	30	7.5
900,001 บาทขึ้นไป	44	11
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า หนี้สินกับ ธ.ก.ส ในปัจจุบัน ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีหนี้สินประมาณ 300,001-500,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาไม่ไม่เกิน 300,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีหนี้สินประมาณ 500,001-700,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีหนี้สิน 900,001 บาทขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุดคือมีหนี้สินประมาณ 700,001-900,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

จากข้อมูลด้านหนี้สินกับธ.ก.ส แสดงให้เห็นว่าแต่ละครัวเรือนมีหนี้สินเท่าไร สามารถลดหรือเพิ่ม หรือ ทางธนาคารมีเครื่องมือหรือผลิตภัณฑ์ใดที่สามารถมาช่วยลูกค้าในการผ่อนชำระได้หรือไม่ เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย การพักชำระต้นเงิน หรือการขยายระยะเวลาชำระ เป็นต้น

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ(วงเงินบัตรเครดิต)ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วงเงินบัตรเครดิตเมื่อเกษตรกร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,000 -10,000 บาท	119	29.8
10,001-20,000 บาท	31	7.7
20,001-30,000 บาท	48	12
30,001-40,000 บาท	42	10.5
40,001-50,000 บาท	160	40
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า วงเงินบัตรเครดิตเมื่อเกษตรกรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวงเงินบัตร 40,001-50,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา 5,000-10,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 20,001-30,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 30,001-40,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุดคือ 10,001-20,000 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

จากข้อมูลด้านวงเงินบัตรเครดิตเมื่อเกษตรกร แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่มีวงเงินเท่าไร วงเงินสินเชื่อเฉลี่ยโดยรวมที่ธนาคารจะต้องตั้งสำรองไว้ประมาณเท่าไร เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้สินเชื่อของลูกค้า

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเมื่อเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเมื่อเกษตรกร เป็นการสอบถามถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตร สินค้าที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ร้านค้าที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด พฤติกรรมการชำระคืน และเหตุที่ลูกค้าเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเมื่อเกษตรกร เป็นต้น โดยรวมและรายด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 4.11 – 4.20

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้จ่ายผ่านบัตร
สินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อ เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	104	26
2 ครั้ง	123	30.8
3 ครั้ง	96	24
4 ครั้ง	53	13.2
5 ครั้ง	24	6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือนของผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่ 2 ครั้ง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา 1 ครั้ง จำนวน
104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 3 ครั้ง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 4 ครั้งจำนวน 53 คิดเป็นร้อยละ
13.2 และน้อยที่สุดคือ 5 ครั้ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าการใช้จ่ายผ่าน
บัตรสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรของท่าน เฉลี่ยบาทต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1,000-5,000 บาท	65	16.2
5,001-10,000 บาท	153	38.2
10,001-15,000 บาท	72	18
15,001-20,000 บาท	48	12
20,001 บาทขึ้นไป	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อ
ครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 153 คน คิดเป็น
ร้อยละ 38.2 รองลงมา 10,001-15,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 1,000-5,000

บาทต่อครั้ง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 15.5 และน้อยที่สุดคือ 15,001 – 20,000 บาทต่อครั้งจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12

จากข้อมูลในเรื่องจำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยต่อเดือนและมูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง แสดงให้เห็นถึงความถี่ในการใช้บริการและมูลค่าที่ใช้บริการต่อครั้ง ธนาคารสามารถคำนวณมูลค่าหนี้สินเฉลี่ยที่ลูกค้าใช้บริการต่อครั้งได้ รวมทั้งสามารถคำนวณหนี้สินทั้งระบบที่เกิดขึ้นจากการใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกรได้

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชิงเกษตรกรมากที่สุด

ปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชิงเกษตรกรมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมล็ดพันธุ์	36	9
ปุ๋ย	164	41
สารเคมีทางการเกษตร	85	21.2
น้ำมันเชื้อเพลิง	32	8
ข้าวสาร	20	5
อาหารสัตว์	34	8.5
อุปกรณ์ทางการเกษตร	29	7.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชิงเกษตรกรมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปุ๋ย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 เมล็ดพันธุ์จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 อาหารสัตว์จำนวน 34 คิดเป็นร้อยละ 8.5 น้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 32 คิดเป็นร้อยละ 8 อุปกรณ์ทางการเกษตรจำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 7.2 และน้อยที่สุดคือ ข้าวสารจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5

จากข้อมูลเรื่องสินค้าที่ลูกค้าใช้บริการผ่านบัตรเครดิตเชิงเกษตรกรมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงอาชีพส่วนใหญ่ของลูกค้า ซึ่งธนาคารสามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เช่น ความหลากหลายของสินค้า เพิ่มตราสินค้า ประเภทของสินค้า ให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกซื้อมากขึ้น เป็นต้น

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามใช้จ่ายผ่านบัตร
สินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด

ใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยา ร้านใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านแสงเพชร	53	13.2
ร้านก้องกังวาลการเกษตร	111	27.8
ร้านบุญยังการเกษตร	166	41.5
ร้านไอ้คแอมการเกษตร	70	17.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอ
ไชยาร้านใดมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้านบุญยังการเกษตร จำนวน 166 คน คิด
เป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ร้านก้องกังวาลการเกษตรจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ร้าน ไอ้ค
แอมการเกษตรจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และน้อยที่สุดคือร้านแสงเพชรจำนวน 53 คนคิด
เป็นร้อยละ 13.2

จากข้อมูลเรื่องร้านค้ารับบัตรที่ถูกค้าใช้บริการมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความนิยม ความ
พึงพอใจในร้านค้าที่ให้บริการ ธนาคารสามารถเข้าไปจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านค้า เพื่อเป็นการ
กระตุ้นยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรให้เพิ่มมากขึ้นได้

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามท่านได้รับ
ใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่

ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการ หรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้รับใบเสร็จรับเงิน	376	94
ไม่ได้รับใบเสร็จรับเงิน	24	6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับใบเสร็จจากร้านค้ารับบัตร
376 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และมีที่ไม่ได้รับใบเสร็จจากร้านค้ารับบัตร 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

จากข้อมูลการได้รับใบเสร็จจากร้านค้าหรือไม่ แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบที่เจ้าของกิจการมีต่อลูกค้า การรูดเงินถูกต้องตรงตามราคาสินค้าหรือไม่และมอบใบเสร็จให้กับลูกค้าเพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามท่านได้จัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตหรือเงินสดหรือไม่

ท่านได้จัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตหรือเงินสดหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้จัดบันทึก	352	88
จัดบันทึก	48	12
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การจัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตหรือเงินสดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ได้จัดบันทึกจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาจัดบันทึกจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12

จากข้อมูลเรื่องการจัดบันทึก แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้จัดบันทึก เนื่องจากทางร้านให้ใบเสร็จมาก็จะเก็บไว้เป็นหลักฐานอยู่แล้ว อีกทั้งยังสามารถขอรายละเอียดการใช้บัตรเครดิตแต่ละครั้งกับทางธนาคารได้

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่

สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สามารถชำระได้ตามกำหนด	271	67.8
ไม่สามารถชำระได้ตามกำหนด	129	32.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สามารถชำระได้ตามกำหนดจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา ไม่สามารถชำระได้ตามกำหนด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2

จากข้อมูลเรื่องการชำระคืน แสดงให้เห็นว่าลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่มีความสามารถในการชำระคืนได้ตามกำหนด บางส่วนที่ชำระคืนไม่ได้ธนาคารจะต้องหาวิธีการแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าไม่เป็นหนี้ค้างชำระต่อไป

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระหนี้บัตรเครดิตเชื้อเกษตรกร

การชำระหนี้บัตรเครดิตเชื้อเกษตรกร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระหมดภายใน 1 เดือน เพื่อที่จะไม่เสียดอกเบี้ย	57	14.2
ชำระตามลำดับของการใช้งานบัตรเครดิตเชื้อเกษตรกร	78	19.5
ชำระตามรายได้ ณ ขณะนั้น	73	18.2
ชำระเมื่อได้รับใบแจ้งยอดการใช้งานภายใน 31 มีนาคม ของปีถัดไป	192	48
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การชำระหนี้บัตรเครดิตเชื้อเกษตรกร ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชำระเมื่อได้รับใบแจ้งยอดการใช้งานภายใน 31 มีนาคม ของปีถัดไป จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา ชำระตามลำดับของการใช้งานบัตรเครดิตเชื้อเกษตรกร จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ชำระตามรายได้ ณ ขณะนั้น จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดคือชำระหมดภายใน 1 เดือน เพื่อที่จะไม่เสียดอกเบี้ย จำนวน 57 คิดเป็นร้อยละ 14.2

จากข้อมูลลักษณะของการชำระคืน แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะชำระคืนเมื่อได้รับใบแจ้งยอดการใช้งาน ภายในวันที่ 31 มีนาคมของทุกปี อาจเกิดจากความเคยชินที่สินเชื่อของธนาคารส่วนใหญ่จะมีรอบการชำระคืนปีละ 1 ครั้ง ซึ่งธนาคารจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงลักษณะการชำระแบบอื่นเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าในการชำระคืนต่อไป

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร

เหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้	148	37
เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)	58	14.5
เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7 %)	75	18.8
สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ	119	29.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงตามความต้องการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม(7%) จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และน้อยที่สุดคือเป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

จากเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรแสดงให้เห็นว่า สินค้าที่เข้าร่วมโครงการมีความสำคัญในการเลือกใช้บริการของลูกค้า ฉะนั้นทางธนาคารถึงควรจัดให้สินค้าที่เข้าร่วมโครงการมีความหลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในการใช้บริการต่อไป

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการยกเลิกการใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

ต้องการยกเลิกการใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ต้องการยกเลิกการใช้บริการ	386	96.5
ต้องการยกเลิกการใช้บริการ	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่ต้องการยกเลิกการใช้บริการจำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.5 รองลงมา ต้องการยกเลิกการใช้บริการจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

จากการสอบถามเรื่องการยกเลิกการใช้งานบัตร แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ต้องการยกเลิกการใช้บริการ มีเพียงส่วนน้อยที่ต้องการยกเลิกการใช้งาน อาจเนื่องมาจากบัตรสูญหาย บัตรชำรุด ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมในการออกบัตรใหม่ เป็นต้น

4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรในด้านต่างๆ

ตารางที่ 4.21 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรโดยภาพรวม

ลำดับ	ส่วนประสมทางการตลาด	คะแนน	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับความสำคัญ
		เฉลี่ย	มาตรฐาน	
1	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.36	0.277	มากที่สุด
2	ด้านราคา	4.36	0.277	มากที่สุด
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.49	0.495	มากที่สุด
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.66	0.473	มากที่สุด
5	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.27	0.660	มากที่สุด
6	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.17	0.790	มาก
7	ด้านกระบวนการในการทำงาน	4.17	0.790	มาก
รวม		4.36	0.413	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ก็พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อ

เกษตรกรทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการทำงานที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.22 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ลำดับ	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	คะแนน	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับ
		เฉลี่ย	มาตรฐาน	ความสำคัญ
1	รูปแบบบัตรเล็กและสวยงาม	4.17	0.790	มาก
2	ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร	4.07	0.718	มาก
3	เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที	4.45	0.564	มากที่สุด
4	มีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง (ใช้คู่กับบัตรประชาชน)	4.45	0.623	มากที่สุด
5	ระบบเทคโนโลยีที่ใช้มีความปลอดภัย	4.66	0.473	มากที่สุด
รวม		4.36	0.277	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีเพียง 2 ข้อ ที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ รูปแบบบัตรเล็กและสวยงาม และความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าธนาคารจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของรูปแบบบัตร ความมั่นคง ชื่อเสียง รวมไปถึงเทคโนโลยีและความปลอดภัยในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 4.23 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านราคา

ลำดับ	ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1	ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	4.17	0.790	มาก
2	อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม (ร้อยละ 7 ต่อปี)	4.07	0.718	มาก
3	มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน	4.45	0.564	มากที่สุด
4	ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่มีความเหมาะสม (100 บาท)	4.45	0.623	มากที่สุด
5	การกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม	4.66	0.473	มากที่สุด
	รวม	4.36	0.277	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีเพียง 2 ข้อคือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม (ร้อยละ 7 ต่อปี)

ด้านราคา พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยนาน ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่มีความเหมาะสม และการกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม ซึ่งธนาคารสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้ต่อไป

ตารางที่ 4.24 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1	สาขามีที่จอดรถสะดวก	4.46	0.473	มากที่สุด
2	จำนวนร้านค้ารับบัตรที่มีเพียงพอ	4.45	0.623	มากที่สุด
3	สถานที่รับบัตรมีความสะดวกในการเข้ารับ บริการ	4.45	0.623	มากที่สุด
4	มี Call Center ให้บริการสอบถามข้อมูล	4.45	0.623	มากที่สุด
5	ความหลากหลายของสินค้าที่เข้าร่วม โครงการ	4.45	0.623	มากที่สุด
รวม		4.49	0.495	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่าระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการ
เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มีความหลากหลายเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
ซึ่งธนาคารจะต้องคิดค้นวิธีเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

ตารางที่ 4.25 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1	ของสมนาคุณสำหรับขอการใช้งานบัตรตาม กำหนด	4.66	0.473	มากที่สุด
2	ปลอดดอกเบี้ยนาน 5 เดือนสำหรับสินค้าที่เข้า ร่วมโครงการ	4.66	0.473	มากที่สุด
3	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์	4.66	0.473	มากที่สุด
4	การส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้ารับบัตร	4.66	0.473	มากที่สุด
5	ได้รับชดเชย กรณีเติมน้ำมันเชื่อเพลิงจากสถานี บริการที่เข้าร่วมโครงการตามเงื่อนไขที่ธนาคาร กำหนด	4.66	0.473	มากที่สุด
รวม		4.66	0.473	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุดและเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า
ลูกค้ามีการรับรู้ในการสื่อสารต่างๆที่ทางธนาคารได้กำหนดขึ้นอีกทั้งมีความพึงพอใจและให้
ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดนั้นๆ ฉะนั้นธนาคารจึงควรพัฒนากลยุทธ์ในการส่งเสริม
การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

ตารางที่ 4.26 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ลำดับ	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1	การเอาใจใส่ของพนักงานธนาคาร	4.66	0.473	มากที่สุด
2	ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร	4.17	0.790	มาก
3	ความรู้เรื่องบัตรสินเชื่อของพนักงาน ธนาคาร	4.17	0.790	มาก
4	การตอบข้อสงสัยของพนักงานธนาคาร	4.17	0.790	มาก
5	การแนะนำและการบริการของบุคลากร ร้านค้ารับบัตร	4.17	0.790	มาก
	รวม	4.27	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากรผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทาง
การตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก 4 ข้อคือ ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร
ความรู้เรื่องบัตรสินเชื่อของพนักงานธนาคาร การตอบข้อสงสัยของพนักงานธนาคาร และการ
แนะนำและการบริการของบุคลากรร้านค้ารับบัตร

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า
การเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ ความรู้ของพนักงาน รวมไปถึงการตอบข้อสงสัยและการให้
คำแนะนำของพนักงาน มีความสำคัญต่อการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นอย่างมาก ฉะนั้น
ธนาคารจึงควรจัดให้มีการอบรมพนักงานทั้งในด้านความรู้ บุคลิกภาพการให้บริการ เพื่อให้
พนักงานสามารถนำมาถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้ต่อไป

ตารางที่ 4.27 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลำดับ	ลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1	ภาพลักษณ์ของธนาคาร	4.17	0.790	มาก
2	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	4.17	0.790	มาก
3	การใช้ฟรีเซ็นเตอร์ในการประชาสัมพันธ์	4.17	0.790	มาก
4	ความน่าเชื่อถือของร้านค้ารับบัตร	4.17	0.790	มาก
5	ระบบการรักษาความปลอดภัยของ ธนาคาร	4.17	0.790	มาก
รวม		4.17	0.790	มาก

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับ
มาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทาง
การตลาดที่ ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า
ธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องของภาพลักษณ์ของธนาคาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การ
ใช้ฟรีเซ็นเตอร์ ความน่าเชื่อถือของร้านค้ารับบัตร รวมไปถึงระบบการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

ตารางที่ 4.28 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ด้านกระบวนการในการทำงาน

ลำดับ	ด้านกระบวนการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับ ความสำคัญ
			มาตรฐาน	
1	ขั้นตอนในการขอมีบัตร	4.17	0.790	มาก
2	ขั้นตอนการขอเพิ่มวงเงินบัตร	4.17	0.790	มาก
3	วงเงินที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสม	4.17	0.790	มาก
4	ความรวดเร็วในการให้บริการของร้านค้ารับบัตร	4.17	0.790	มาก
5	การชำระคืนมีความสะดวก รวดเร็ว	4.17	0.790	มาก
รวม		4.17	0.790	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านกระบวนการในการทำงานโดยรวมอยู่ใน
ระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทาง
การตลาดที่ ด้านกระบวนการในการทำงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ

ด้านกระบวนการในการทำงาน พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า
กระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการเลือกใช้บริการบัตรสินเชื่อ
เกษตรกร ฉะนั้นธนาคารจึงควรกำหนดวิธีการและขั้นตอนต่างๆให้สอดคล้องกับความต้องการและ
มีความสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป เป็นต้น

ตารางที่ 4.29 ระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

ลำดับ	ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1	วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอ	1.41	0.546	ไม่เป็นปัญหา
2	ร้านค้ารับบัตรมีจำนวนน้อย	1.76	0.567	ไม่เป็นปัญหา
3	สินค้าที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวนน้อย	1.76	0.567	ไม่เป็นปัญหา
4	อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป	1.42	0.547	ไม่เป็นปัญหา
5	บัตรเสื่อมและชำรุดง่าย	2.16	0.796	เป็นปัญหาน้อย
6	ไม่สามารถรูดเป็นเงินสดได้	1.41	0.546	ไม่เป็นปัญหา
7	ช่องทางการชำระคีนมีน้อย (ชำระได้ที่ ธ.ก.ส.ทุกสาขาทั่วประเทศเท่านั้น)	1.41	0.546	ไม่เป็นปัญหา
8	ไม่เข้าใจวิธีการชำระคีน	2.16	0.796	เป็นปัญหาน้อย
9	ไม่ได้รับแจ้งใบยอดการใช้งาน	2.16	0.796	เป็นปัญหาน้อย
	รวม	1.74	0.395	ไม่เป็นปัญหา

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ระดับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยรวมอยู่ในระดับไม่เป็นปัญหาและเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ระดับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรอยู่ในระดับไม่เป็นปัญหามี 6 ข้อ ได้แก่ ร้านค้ารับบัตรมีจำนวนน้อย สินค้าที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวนน้อย อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอ ไม่สามารถรูดเป็นเงินสดได้ และช่องทางการชำระคีนมีน้อย (ชำระได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขาทั่วประเทศเท่านั้น) ระดับเป็นปัญหาน้อยมี 3 ข้อ ได้แก่ ไม่เข้าใจวิธีการชำระคีน ไม่ได้รับใบแจ้งยอดการใช้งาน และบัตรเสื่อมและชำรุดง่าย

ระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่เป็นปัญหาน้อย ได้แก่ บัตรเสื่อมและชำรุดง่าย ไม่เข้าใจวิธีการชำระและ ไม่ได้รับใบแจ้งยอดการใช้งาน ซึ่งธนาคารสามารถแก้ไขได้โดยการกำหนดวัสดุที่นำมาผลิตเป็นบัตร การประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการชำระในรูปแบบต่างๆ และรวมไปถึงการสอบถามที่อยู่ของลูกค้า เพื่อให้สามารถนำส่งใบแจ้งยอดการใช้งาน ได้ถูกต้องต่อไป

ระดับความสำคัญของปัญหาและอุปสรรคที่ไม่เป็นปัญหา ธนาคารก็ควรที่จะรักษาระดับมาตรฐานในเรื่องต่างๆ ไว้และพยายามที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และวงเงินบัตรเครดิต โดยใช้การทดสอบด้วยค่า F-Statistic โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.30 ในการทดสอบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้าน จำนวนครั้งในการใช้เฉลี่ยต่อเดือน มูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ร้านค้ารับบัตรที่ใช้บริการมากที่สุด ได้รับใบเสร็จรับเงินจากทางร้านค้าหรือไม่ ได้จับบันทึกรายการใช้จ่ายหรือไม่ สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดหรือไม่ มีลักษณะในการชำระอย่างไร และท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่ ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.31-4.38

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต เชื่อมโยงตามอายุ

พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต	อายุ												F	Prob.
	30-35 ปี		36-40 ปี		41-45 ปี		46-50 ปี		51-60 ปีขึ้นไป					
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.				
1. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อมต่องานเงินเดือน	3.49	1.36	2.90	0.98	3.36	1.30	3.17	1.23	3.16	1.40	2.69	0.03*		
2. มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อมต่องานเงินเดือน	2.43	1.16	2.47	1.31	3.10	1.20	3.03	1.39	2.76	1.31	4.28	0.00*		
3. บัญชีทางการเกษตรที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อมต่องานเงินเดือนมากที่สุด	2.90	1.43	2.89	1.49	3.61	2.01	3.30	1.80	3.17	1.87	2.19	0.07		
4. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อมต่องานเงินเดือนร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยวาน ไดมมากที่สุด	2.35	0.88	2.73	1.05	2.92	0.82	2.48	0.86	2.71	0.86	4.22	0.00*		
5. ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่	1.23	0.42	1.22	0.42	1.56	0.50	1.06	0.23	1.25	0.44	12.52	0.00*		
6. ท่านได้ดำนันทกรบาทการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกมตกรหรือไม่	1.68	0.47	1.62	0.49	1.58	0.50	1.52	0.50	1.42	0.50	3.71	0.01*		
7. ท่านสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่	1.54	0.50	1.39	0.49	1.25	0.44	1.15	0.36	1.24	0.43	8.80	0.00*		
8. การชำระหนี้บัตรเครดิต ท่านมีพฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด	2.32	1.25	2.40	1.22	1.66	0.94	1.68	0.92	1.79	0.94	8.95	0.00*		
9. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเกมตกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร	2.20	1.16	2.23	0.96	2.27	1.31	2.13	0.88	2.27	1.09	0.23	0.92		
10. ท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการสินเชื่อเกมตกรหรือไม่	1.41	0.49	1.30	0.46	1.42	0.50	1.52	0.50	1.57	0.50	4.14	0.00*		
รวม	2.16	0.33	2.11	0.30	2.27	0.32	2.10	0.29	2.13	0.46	2.44	0.05		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	3.49	2.90	3.36	3.17	3.16
30-35 ปี	3.49	-	(0.00)*	(0.55)	(0.12)	(0.09)
36-40 ปี	2.90		-	(0.03)	(0.17)	(0.15)
41-45 ปี	3.36			-	(0.40)	(0.34)
46-50 ปี	3.17				-	(0.96)
51 ปีขึ้นไป	3.16					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตร
สินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน แตกต่างกับผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
อายุต่างกันกลุ่มอื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตร
สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาท
ต่อครั้ง

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	2.43	2.47	3.10	3.03	2.76
30-35 ปี	2.43	-	(0.84)	(0.00)*	(0.01)*	(0.09)
36-40 ปี	2.47		-	(0.00)*	(0.01)*	(0.12)
41-45 ปี	3.10			-	(0.75)	(0.11)
46-50 ปี	3.03				-	(0.18)
51 ปีขึ้นไป	2.76					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี และ อายุ 36-40 ปี มีความพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร เรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยบาทต่อครั้ง แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-45 ปีและอายุ 46-50 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	2.35	2.73	2.92	2.48	2.71
30-35 ปี	2.35	-	(0.01)*	(0.00)*	(0.40)	(0.01)*
36-40 ปี	2.73		-	(0.22)	(0.08)	(0.86)
41-45 ปี	2.92			-	(0.01)*	(0.16)
46-50 ปี	2.48					(0.11)
51 ปีขึ้นไป	2.71					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อ เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี อายุ 41-45 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไปและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-45 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรแตกต่างกับผู้ที่มีอายุ 46-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีพฤติกรรมการใช้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	1.23	1.22	1.56	1.06	1.25
30-35 ปี	1.23	-	(0.88)	(0.00)*	(0.01)*	(0.69)
36-40 ปี	1.22		-	(0.00)*	(0.01)*	(0.57)
41-45 ปี	1.56			-	(0.00)*	(0.00)*
46-50 ปี	1.06				-	(0.00)*
51 ปีขึ้นไป	1.25					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปีอายุ 36-40 ปีและอายุ 41-45 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุ 41-45 ปีอายุ 46-50 ปีและอายุ 51 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันคู่อื่นๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านได้จัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	1.68	1.62	1.58	1.52	1.42
30-35 ปี	1.68	-	(0.43)	(0.20)	(0.04)*	(0.00)*
36-40 ปี	1.62		-	(0.55)	(0.18)	(0.00)*
41-45 ปี	1.58			-	(0.52)	(0.06)
46-50 ปี	1.52				-	(0.19)
51 ปีขึ้นไป	1.42					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมการจดบันทึกแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี มีพฤติกรรมการจดบันทึกแตกต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านสามารถชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	1.54	1.39	1.25	1.15	1.24
30-35 ปี	1.54	-	(0.02)*	(0.00)*	(0.00)*	(0.00)*
36-40 ปี	1.39		-	(0.08)	(0.00)*	(0.03)*
41-45 ปี	1.25			-	(0.21)	(0.87)
46-50 ปี	1.15				-	(0.22)
51 ปีขึ้นไป	1.24					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี พฤติกรรมการชำระหนี้แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี มีพฤติกรรมการชำระหนี้แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องการชำระหนี้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ท่านมีพฤติกรรมการ ชำระตามลักษณะใด

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	2.32	2.40	1.66	1.68	1.79
30-35 ปี	2.32	-	(0.63)	(0.00)	(0.00)*	(0.00)*
36-40 ปี	2.40		-	(0.00)*	(0.00)*	(0.00)*
41-45 ปี	1.66			-	(0.94)	(0.47)
46-50 ปี	1.68				-	(0.50)
51 ปีขึ้นไป	1.79					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี มีลักษณะการชำระหนี้แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี มีลักษณะการชำระหนี้แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บริการ บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามอายุ เรื่องท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตร สินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

อายุ	30-35 ปี 36-40 ปี 41-45 ปี 46-50 ปี 51 ปีขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	1.41	1.30	1.42	1.52	1.57
30-35 ปี	1.41	-	(0.17)	(0.83)	(0.15)	(0.03)*
36-40 ปี	1.30		-	(0.13)	(0.00)*	(0.00)*
41-45 ปี	1.42			-	(0.26)	(0.08)
46-50 ปี	1.52				-	(0.54)
51 ปีขึ้นไป	1.57					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-35 ปี มีพฤติกรรมเกี่ยวกับการต้องการยกเลิกการใช้บัตรหรือไม่ แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-40 ปี มีพฤติกรรมเกี่ยวกับความต้องการยกเลิกการใช้บัตรหรือไม่ แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอายุ ตารางที่ 4.31 – 4.38 เป็นการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็นรายคู่ในเรื่องของพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร แสดงให้เห็นว่าแต่ละช่วงอายุมีจำนวนที่ใช้ต่อเดือน มูลค่าที่ใช้ต่อครั้ง ร้านค้าที่ใช้บริการมากที่สุด การได้รับใบเสร็จ การจดบันทึกรายการใช้จ่าย และความสามารถในการชำระหนี้ แตกต่างกันในช่วงอายุใดบ้าง ซึ่งจากข้อมูลที่ได้ ธนาคารสามารถนำไปคิดค้นผลิตภัณฑ์ พัฒนา รวมถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ โดยการจัดกลุ่มลูกค้าตามช่วงอายุได้

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความสัมพันธระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต	ระดับการศึกษา										F	Prob.
	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อนุศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโทหรือสูง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยครั้งต่อเดือน	3.67	1.18	3.10	1.19	3.72	1.25	2.65	1.09	4.07	1.23	17.94	0.00*
2.มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยของของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง	2.58	1.32	2.54	1.23	2.25	1.12	3.10	1.30	3.03	1.52	7.10	0.00*
3.ปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยครั้งมากที่สุด	2.78	1.12	3.25	1.84	2.42	1.08	3.40	1.92	3.80	1.77	6.27	0.00*
4.ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยครั้งผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยวานใดมากที่สุด	2.65	0.95	2.47	0.82	2.30	0.92	2.84	0.95	3.07	0.69	7.35	0.00*
5.ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่	1.15	0.36	1.25	0.44	1.25	0.44	1.31	0.46	1.10	0.31	2.05	0.09
6.ท่านได้จดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเฉลี่ยครั้งหรือไม่	1.62	0.49	1.53	0.50	1.62	0.49	1.47	0.50	1.87	0.35	4.78	0.00*
7.ท่านสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตได้ตรงตามกำหนดหรือไม่	1.25	0.44	1.22	0.41	1.50	0.50	1.35	0.48	1.17	0.38	5.72	0.00*
8.การชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยครั้ง ท่านมีพฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด	1.98	1.35	2.07	1.10	2.34	1.08	1.80	1.06	1.87	1.04	3.27	0.01*
9.เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร	2.38	1.17	2.10	0.90	1.99	0.99	2.30	1.18	2.70	0.99	3.24	0.01*
10.ท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตหรือไม่	1.55	0.50	1.58	0.50	1.39	0.49	1.34	0.48	1.43	0.50	4.57	0.00*
รวม	2.16	0.30	2.11	0.33	2.08	0.31	2.16	0.39	2.41	0.31	5.41	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 9 ข้อ ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.40 - 4.48

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	
	ค่าเฉลี่ย	3.67	3.10	3.72	2.65	4.07
ประถมศึกษา	3.67	-	(0.01)*	(0.80)	(0.00)*	(0.16)
มัธยมศึกษา	3.10		-	(0.00)	(0.00)*	(0.00)*
อนุปริญญา	3.72			-	(0.00)*	(0.17)
ปริญญาตรี	2.65				-	(0.00)*
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.07					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยม ระดับปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามในระดับอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญามีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในปริญญาตรี และผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท ในเรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ
 ท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ประถมศึกษา	2.58	-	(0.87)	(0.19)	(0.02)*	(0.14)
มัธยมศึกษา	2.54		-	(0.00)*	(0.06)	(0.19)
อนุปริญญา	2.25			-	(0.00)*	(0.00)*
ปริญญาตรี	3.10				-	(0.80)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	3.03					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ในเรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับ
 มัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญา
 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญามีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตร
 สินเชื่อเกษตรกรมากที่สุด

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ประถมศึกษา	2.78	-	(0.12)	(0.28)	(0.04)*	(0.01)*
มัธยมศึกษา	3.25		-	(0.00)*	(0.49)	(0.12)
อนุปริญญา	2.42			-	(0.00)*	(0.00)
ปริญญาตรี	3.40				-	(0.24)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	3.80					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.42 พบว่าในเรื่องปัจจัยทางการเกษตรที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อ
 เกษตรกรมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรม
 แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับ
 การศึกษาในระดับอนุปริญญา และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา มีพฤติกรรม
 แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้า
 รับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา					มัธยมศึกษา หรือสูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย	2.65	2.47	2.30	2.84	
ประถมศึกษา	2.65	-	(0.28)	(0.04)*	(0.23)	(0.05)*
มัธยมศึกษา	2.47		-	(0.20)	(0.00)*	(0.00)*
อนุปริญญา	2.30			-	(0.00)*	(0.00)*
ปริญญาตรี	2.84				-	(0.21)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	3.07					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.43 พบว่าในเรื่องร้านค้าที่ท่านใช้บริการมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถาม
 ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีพฤติกรรมการใช้แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ
 การศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาใน
 ระดับมัธยมศึกษาและระดับอนุปริญญา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี
 และปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องท่านได้จัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า
ประถมศึกษา	1.62	-	(0.02)*	(0.29)	(1.00)	(0.08)
มัธยมศึกษา	1.53		-	(0.18)	(0.37)	(0.00)*
อนุปริญญา	1.62			-	(0.03)*	(0.02)*
ปริญญาตรี	1.47				-	(0.00)*
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	1.87					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ในเรื่องการจัดบันทึก ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับอนุปริญญา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า และ ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องท่านสามารถชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ตรงตาม
 กำหนดหรือไม่

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					ปริญญาโท หรือสูงกว่า
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
ประถมศึกษา	1.25	-	(0.70)	(0.01)*	(0.20)	(0.45)
มัธยมศึกษา	1.22		-	(0.00)*	(0.02)*	(0.60)
อนุปริญญา	1.50			-	(0.02)*	(0.00)*
ปริญญาตรี	1.35				-	(0.04)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	1.17					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ในเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามในระดับอนุปริญญา ผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับอนุปริญญา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า และ ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีที่พฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สิ้นเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องการชำระหนี้บัตรสิ้นเชื่อเกษตรกร ท่านมี
 พฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ประถมศึกษา	1.98	-	(0.66)	(0.09)	(0.37)	(0.69)
มัธยมศึกษา	2.07		-	(0.10)	(0.06)	(0.38)
อนุปริญญา	2.34			-	(0.00)*	(0.05)*
ปริญญาตรี	1.80				-	(0.76)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	1.87					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.46 พบว่าในเรื่องของลักษณะการชำระหนี้บัตรสิ้นเชื่อเกษตรกร
 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญามีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีระดับ
 การศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องเหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรใน
 การชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	
	ค่าเฉลี่ย	2.38	2.10	1.99	2.30	2.70
ประถมศึกษา	2.38	-	(0.17)	(0.06)	(0.69)	(0.20)
มัธยมศึกษา	2.10		-	(0.46)	(0.16)	(0.00)*
อนุปริญญา	1.99			-	(0.04)*	(0.00)*
ปริญญาตรี	2.30				-	(0.06)
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.70					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ในเรื่องเหตุที่ท่านเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา เรื่องท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรสินเชื่อ
 เกษตรกรหรือไม่

ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					
	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
ประถมศึกษา	1.55	-	(0.70)	(0.09)	(0.02)*	(0.32)
มัธยมศึกษา	1.58		-	(0.01)*	(0.00)*	(0.13)
อนุปริญญา	1.39			-	(0.49)	(0.66)
ปริญญาตรี	1.34				-	(0.34)
ปริญญาโทหรือ สูงกว่า	1.43					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ในเรื่องความต้องการยกเลิกการใช้บัตรสินเชื่อผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษา
 ปริญญาตรีและปริญญาโทหรือสูงกว่า และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับ
 มัธยมศึกษา มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านระดับการศึกษา ตารางที่ 4.40 – 4.48 เป็นการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็นรายคู่
 ของระดับการศึกษาที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมในเรื่อง จำนวนครั้งที่ใช้จ่ายต่อเดือน มูลค่าที่ใช้
 ใช้จ่ายต่อครั้ง สินค้าที่ใช้ผ่านบัตรมากที่สุด การจดบันทึกรายการ ความสามารถในการชำระคืน
 ลักษณะของการชำระคืน เหตุผลในการเลือกใช้จ่าย และการต้องการยกเลิกบัตร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า
 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมในเรื่องดังกล่าวแตกต่างกัน ธนาคาร
 จึงสามารถนำข้อมูลจากส่วนนี้ไปวิเคราะห์การรับรู้ของกลุ่มลูกค้าโดยใช้ระดับการศึกษาในการ
 แบ่งกลุ่มลูกค้าก็เป็นได้

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเงินเชื่อของเกษตรกร

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเงินเชื่อ	วงเงินบัตรเครดิตเงินเชื่อ												F	Prob.
	5,000-10,000		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท					
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินเชื่อเฉลี่ยครั้งต่อเดือน	3.29	1.20	3.9	1.28	2.29	1.15	2.80	1.15	3.23	1.63	1.97	0.10		
2. มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินเชื่อของเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง	2.61	1.28	3.06	1.30	2.65	1.63	1.83	0.76	2.71	0.69	8.44	0.00*		
3. บัญชีทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินเชื่อเกษตรกรรมมากที่สุด	3.23	1.60	3.24	1.74	3.06	1.83	2.76	1.65	2.87	2.00	0.92	0.45		
4. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินเชื่อเกษตรกรรมผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยธาราใดมากที่สุด	2.86	0.64	2.10	0.63	2.50	1.24	2.61	1.15	2.63	0.92	6.29	0.00*		
5. ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่	1.36	0.48	1.27	0.45	1.02	0.14	1.00	0.00	1.42	0.50	11.08	0.00*		
6. ท่านได้จดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเงินเชื่อหรือไม่	1.62	0.49	1.54	0.50	1.58	0.50	1.62	0.49	1.35	0.49	2.06	0.09		
7. ท่านสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตเงินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่	1.28	0.45	1.41	0.49	1.23	0.43	1.33	0.48	1.19	0.40	2.67	0.03*		
8. การชำระหนี้บัตรเครดิตเงินเชื่อของเกษตรกร ท่านมีพฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด	2.19	1.23	1.96	1.05	2.06	1.08	1.81	1.22	1.65	0.76	2.10	0.08		
9. เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตเงินเชื่อเกษตรกรรมในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร	2.32	1.10	2.27	1.14	2.20	0.89	2.02	1.00	2.19	0.95	1.11	0.35		
	1.51	0.50	1.37	0.48	1.33	0.48	1.36	0.49	1.84	0.37	7.77	0.00*		
รวม	2.23	0.32	2.21	0.34	2.00	0.32	1.91	0.31	2.11	0.44	10.51	0.00*		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี วงเงินบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรต่างกันมี พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี วงเงินบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร ต่างกันมี ความคิดเห็นต่อการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 5 ข้อ ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.50 – 4.54

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร สิ้นเชื่อเกษตรกร จำแนกตามวงเงินบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร เรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อ เกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง

วงเงินบัตร สิ้นเชื่อ เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	5,000- 10,000	10,001- 20,000	20,001- 30,000	30,001- 40,000	40,001- 50,000
5,000 -10,000	2.61	-	(0.00)*	(0.88)	(0.00)*	(0.71)
10,001-20,000	3.06		-	(0.05)*	(0.00)*	(0.15)
20,001-30,000	2.65			-	(0.00)*	(0.83)
30,001-40,000	1.83				-	(0.00)*
40,001-50,000	2.71					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ในเรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 5,000-10,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 30,001-40,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่าง กับผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาทและ 30,001-40,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่วงเงิน บัตร 30,001-40,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 40,001-50,000 บาท อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามวงเงินบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร
 ผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด

วงเงินบัตรเครดิต เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	5,000-	10,001-	20,001-	30,001-	40,001-
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
		2.86	2.66	2.10	2.50	2.61
5,000 -10,000	2.86	-	(0.07)	(0.00)*	(0.03)*	(0.18)
10,001-20,000	2.66		-	(0.00)*	(0.30)	(0.78)
20,001-30,000	2.10			-	(0.04)*	(0.01)*
30,001-40,000	2.50				-	(0.60)
40,001-50,000	2.61					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ในเรื่องท่านใช้จ่ายผ่านร้านค้ารับบัตรร้านใดมากที่สุดผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 5,000-10,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาทและ 30,001-40,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาท และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 30,001-40,000 บาทและ 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่

วงเงินบัตรสินเชื่อ เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	5,000-	10,001-	20,001-	30,001-	40,001-
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
		1.36	1.27	1.20	1.00	1.42
5,000 -10,000	1.36	-	(0.07)	(0.00)*	(0.00)*	(0.49)
10,001-20,000	1.27		-	(0.00)*	(0.00)*	(0.06)
20,001-30,000	1.02			-	(0.81)	(0.00)*
30,001-40,000	1.00				-	(0.00)*
40,001-50,000	1.42					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ในเรื่องท่านได้รับใบเสร็จจากร้านค้ารับบัตรหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 5,000-10,000 บาทและ 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มียวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาทและ 30,001-40,000 บาท และผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านสามารถชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่

วงเงินบัตรสินเชื่อ เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	5,000-	10,001-	20,001-	30,001-	40,001-
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
		1.62	1.54	1.58	1.62	1.35
5,000 -10,000	1.62	-	(0.02)*	(0.54)	(0.50)	(0.37)
10,001-20,000	1.54		-	(0.02)*	(0.37)	(0.02)*
20,001-30,000	1.58			-	(0.29)	(0.74)
30,001-40,000	1.62				-	(0.20)
40,001-50,000	1.35					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ในเรื่องท่านสามารถชำระหนี้บัตรสินเชื่อเกษตรกรได้ตรงตามกำหนดหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 5,000-10,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่าง กับผู้ที่มีวงเงินบัตร 10,001-20,000 บาท และผู้ที่มีวงเงินบัตร 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมที่แตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการใช้บัตร
 สินเชื่อเกษตรกร จำแนกตามวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร เรื่องท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตร
 สินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

วงเงินบัตรสินเชื่อ เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย	5,000-	10,001-	20,001-	30,001-	40,001-
		10,000	20,000	30,000	40,000	50,000
5,000 -10,000	1.51	-	(0.01)*	(0.03)*	(0.07)	(0.00)*
10,001-20,000	1.37		-	(0.66)	(0.89)	(0.00)*
20,001-30,000	1.33			-	(0.82)	(0.00)*
30,001-40,000	1.36				-	(0.00)*
40,001-50,000	1.84					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ในเรื่องท่านต้องการยกเลิกบัตรสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่ ผู้ตอบ
 แบบสอบถามที่มีวงเงินบัตร 5,000-10,000 บาท มีพฤติกรรมแตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 20,001-
 30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท และ ผู้ที่มีวงเงินบัตรตั้งแต่ 5,000-40,000 บาท มีพฤติกรรม
 แตกต่างกับผู้ที่มีวงเงินบัตร 40,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร ตารางที่ 4.50 - 4.54 แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างเป็น
 รายคู่ของวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกรที่ลูกค้าได้รับ วงเงินบัตรที่ลูกค้าได้รับแตกต่างกันทำให้ลูกค้า
 แสดงพฤติกรรมในเรื่อง มูลค่าที่ใช้เฉลี่ยต่อครั้ง สินค้าที่ซื้อมากที่สุด ร้านค้าที่ใช้จ่ายมากที่สุด การ
 จดบันทึกรายการ และการยกเลิกการใช้บัตรแตกต่างกัน ธนาคารจึงควรพิจารณาถึงการกำหนด
 วงเงินบัตรสินเชื่อที่เหมาะสม เพื่อเป็นการเพิ่มยอดการใช้งานผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้มากขึ้น
 ด้วย

4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร ได้แก่ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง และเหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร โดยใช้การทดสอบด้วยค่า F-Statistic รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.55 – 4.75

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อจำนวนครั้งในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้จ่ายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการทำงาน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.56-4.60

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของแต่ละส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเงินเชื่อเกษตรกร
 จำนวนตามการใช้ผ่านบัตรเงินเชื่อเกษตรกรเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเงินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน										F	Prob.
	1 ครั้ง		2 ครั้ง		3 ครั้ง		4 ครั้ง		5 ครั้ง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.38	0.35	4.37	0.21	4.39	0.36	4.31	0.32	4.36	0.20	0.81	0.52
2. ด้านราคา	4.38	0.35	4.37	0.21	4.39	0.36	4.31	0.32	4.36	0.20	0.81	0.52
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38	0.53	4.43	0.43	4.63	0.53	4.42	0.52	4.50	0.48	3.05	0.02*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.87	0.34	4.80	0.40	4.60	0.49	4.66	0.49	4.51	0.50	6.94	0.00*
5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.49	0.66	4.41	0.57	4.08	0.76	4.51	0.50	4.49	0.66	4.98	0.00*
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.39	0.78	4.31	0.69	3.95	0.87	4.00	0.76	4.27	0.77	4.54	0.00*
7. ด้านกระบวนการในการทำงาน	4.39	0.78	4.31	0.69	3.95	0.87	4.00	0.76	4.27	0.77	4.54	0.00*
รวม	4.47	0.42	4.43	0.33	4.28	0.52	4.26	0.41	4.37	0.35	2.95	0.02*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ครั้ง	ครั้ง					
	ค่าเฉลี่ย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง
1 ครั้ง	4.38	-	(0.65)	(0.03)*	(0.77)	(0.29)
2 ครั้ง	4.43		-	(0.00)*	(0.87)	(0.30)
3 ครั้ง	4.63			-	(0.01)*	(0.07)
4 ครั้ง	4.42				-	(0.32)
5 ครั้ง	4.50					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จำนวน 1 ครั้งแตกต่างกับ 3 ครั้ง จำนวน 2 ครั้งแตกต่างกับ 3 ครั้ง และ จำนวน 3 ครั้งแตกต่างกับ 4 ครั้ง

ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตาม ด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ครั้ง	ครั้ง					
	ค่าเฉลี่ย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง
1 ครั้ง	4.87	-	(0.49)	(0.01)*	(0.07)	(0.00)*
2 ครั้ง	4.80		-	(0.00)*	(0.07)	(0.00)*
3 ครั้ง	4.60			-	(0.41)	(0.19)
4 ครั้ง	4.66				-	(0.06)
5 ครั้ง	4.51					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันมีพฤติกรรมจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จำนวน 1 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 5 ครั้ง จำนวน 2 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 5 ครั้ง เช่นกัน

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตาม ด้านบุคลากรผู้ให้บริการเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ครั้ง	ครั้ง					
	ค่าเฉลี่ย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง
1 ครั้ง	4.49	-	(0.58)	(0.01)*	(0.03)*	(0.26)
2 ครั้ง	4.41		-	(0.01)*	(0.32)	(0.01)*
3 ครั้ง	4.08			-	(0.64)	(0.01)*
4 ครั้ง	4.13				-	(0.09)
5 ครั้ง	4.32					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ แตกต่างกันกับ จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จำนวน 1 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 4 ครั้ง จำนวน 2 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 5 ครั้ง และ จำนวน 3 ครั้ง แตกต่างกับ 5 ครั้ง

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตาม ด้านลักษณะทางกายภาพ เรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเฉลี่ยครั้งต่อเดือน

ครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง
		ค่าเฉลี่ย	4.39	4.31	4.93	4.00
1 ครั้ง	4.39	-	(0.64)	(0.01)	(0.04)*	(0.50)
2 ครั้ง	4.31		-	(0.00)*	(0.02)*	(0.72)
3 ครั้ง	4.39			-	(0.71)	(0.19)
4 ครั้ง	4.00				-	(0.00)*
5 ครั้ง	4.27					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จำนวน 1 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 4 ครั้ง จำนวน 2 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 4 ครั้ง และจำนวน 4 ครั้งแตกต่างกับ 5 ครั้ง

ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตาม ด้านกระบวนการในการทำงาน เรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเฉลี่ย ครั้งต่อเดือน

ครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง
		4.39	4.31	3.95	4.00	4.27
1 ครั้ง	4.39	-	(0.64)	(0.01)*	(0.04)*	(0.50)
2 ครั้ง	4.31		-	(0.00)*	(0.02)*	(0.72)
3 ครั้ง	3.95			-	(0.71)	(0.00)*
4 ครั้ง	4.00				-	(0.04)*
5 ครั้ง	4.27					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านลักษณะทากายภาพแตกต่างกันกับจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ จำนวน 1 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 4 ครั้ง จำนวน 2 ครั้งแตกต่างกับ 3 และ 4 ครั้ง และ จำนวน 3 และ 4 ครั้งแตกต่างกับ 5 ครั้ง

จากตารางที่ 4.56 – 4.60 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ถึงลูกค้าที่ให้ระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทากายภาพ และด้านกระบวนการทำงานแตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรม จำนวนครั้งในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรแตกต่างกัน ธนาคารสามารถนำข้อมูลนี้ไปพัฒนาเพื่อให้ลูกค้ามีการใช้บัตรที่บ่อยขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มยอดการใช้งานโดยรวมให้กับธนาคารต่อไปได้

ตารางที่ 4.61 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประกอบทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในเชิงเศรษฐกร
จำแนกตามมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยส่วนประกอบทางการตลาด	มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของงานเฉลี่ยบาทต่อครั้ง										F	Prob.
	1,000-5,000		5,001-10,000		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-ขึ้นไป			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.38	0.24	4.43	0.28	4.40	0.19	4.25	0.28	4.21	0.30	10.83	0.00*
2.ด้านราคา	4.38	0.24	4.43	0.28	4.40	0.19	4.25	0.28	4.21	0.30	10.83	0.00*
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.45	0.68	4.53	0.46	4.56	0.38	4.47	0.51	4.39	0.45	1.34	0.26
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.88	0.33	4.69	0.46	4.49	0.50	4.52	0.51	4.68	0.47	7.54	0.00*
5.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.06	0.50	4.39	0.65	4.42	0.74	4.22	0.62	4.05	0.66	6.02	0.00*
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.86	0.61	4.32	0.78	4.40	0.87	4.15	0.74	3.89	0.77	7.94	0.00*
7.ด้านกระบวนการในการทำงาน	3.86	0.61	4.32	0.78	4.40	0.87	4.15	0.74	3.89	0.77	7.94	0.00*
รวม	4.27	0.33	4.45	0.42	4.44	0.41	4.29	0.39	4.19	0.42	6.60	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อ มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการทำงาน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.62-4.67

ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์และบริการ เรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้งที่

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้งที่	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	4.38	4.43	4.40	4.25	4.21
1,000-5,000	4.38	-	(0.18)	(0.64)	(0.01)*	(0.00)*
5,001-10,000	4.43		-	(0.41)	(0.00)*	(0.00)*
10,001-15,000	4.40			-	(0.00)*	(0.00)*
15,001-20,000	4.25				-	(0.48)
20,001 ขึ้นไป	4.21					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาท และ 20,001 บาท ขึ้นไป ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาท และ 20,001 บาทขึ้นไป ใช้จ่าย 10,001-15,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาทและ 20,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.63 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตามด้านราคา เรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อก्रेศตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
		4.38	4.43	4.40	4.25	4.21
1,000-5,000	4.38	-	(0.18)	(0.64)	(0.01)*	(0.00)*
5,001-10,000	4.43		-	(0.41)	(0.00)*	(0.00)*
10,001-15,000	4.40			-	(0.00)*	(0.00)*
15,001-20,000	4.25				-	(0.48)
20,0001 ขึ้นไป	4.21					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านราคาแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อกเรศตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000บาท และ 20,0001 บาทขึ้นไป ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาท และ 20,0001 บาทขึ้นไป ใช้จ่าย 10,001-15,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000บาทและ 20,0001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม
การใช้บริการ จำแนกตามด้านส่งเสริมการตลาด เรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร
เฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
		4.88	4.69	4.49	4.52	4.68
1,000-5,000	4.88	-	(0.01)*	(0.00)*	(0.00)*	(0.02)*
5,001-10,000	4.69		-	(0.00)*	(0.02)*	(0.82)
10,001-15,000	4.49			-	(0.69)	(0.07)
15,001-20,000	4.52				-	(0.02)*
20,0001 ขึ้นไป	4.68					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริม
การตลาดแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000บาท แตกต่างกับทุกมูลค่าการใช้จ่าย ใช้จ่าย 5,001-10,000
บาท แตกต่างกับ 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ใช้จ่าย 15,001-20,000 บาท
แตกต่างกับ 20,0001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.65 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม
การใช้บริการ จำแนกตามด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร
เฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	4.06	4.39	4.42	4.22	4.05
1,000-5,000	4.06	-	(0.00)*	(0.00)*	(0.20)	(0.87)
5,001-10,000	4.39		-	(0.79)	(0.10)	(0.30)
10,001-15,000	4.42			-	(0.01)*	(0.00)*
15,001-20,000	4.22				-	(0.16)
20,0001 ขึ้นไป	4.05					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านบุคลากร
ผู้ให้บริการแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000 บาท แตกต่างกับ 5,001-10,000 บาทและ 10,001-
15,000 บาท ใช้จ่าย 10,001-15,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาท และ 20,0001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.66 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรม
การใช้ จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ เรื่องมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	3.86	4.32	4.40	4.15	3.89
1,000-5,000	3.86	-	(0.00)*	(0.00)*	(0.05)*	(0.85)
5,001-10,000	4.32		-	(0.45)	(0.17)	(0.30)
10,001-15,000	4.40			-	(0.01)*	(0.00)*
15,001-20,000	4.15				-	(0.08)
20,0001 ขึ้นไป	3.89					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000 บาท แตกต่างกับ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ใช้จ่าย 10,001-15,000 บาท แตกต่างกับ 15,001-20,000 บาท และ 20,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.67 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ จำแนกตามด้านกระบวนการในการทำงาน เรื่อง มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการใช้จ่าย ต่อครั้ง	ค่าเฉลี่ย	1,000 -	5,001-	10,001 -	15,001-	20,001
		5,000	10,000	15,000	20,000	ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย	3.86	4.32	4.40	4.15	3.89
1,000-5,000	3.86	-	(0.00)*	(0.00)*	(0.05)*	(0.85)
5,001-10,000	4.31		-	(0.45)	(0.17)	(0.00)*
10,001-15,000	4.40			-	(0.07)	(0.00)*
15,001-20,000	4.15				-	(0.08)
20,0001 ขึ้นไป	3.89					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญด้านกระบวนการในการทำงานแตกต่างกันกับมูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ใช้จ่าย 1,000-5,000 บาท แตกต่างกับ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท ใช้จ่าย 5,001-10,000 บาท แตกต่าง 20,000 บาทขึ้นไป และใช้จ่าย 10,001-15,000 บาท แตกต่างกับ 20,000 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.62 – 4.67 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ถึงลูกค้าที่ให้ระดับความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมเรื่องมูลค่าการใช้จ่ายบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกัน ธนาคารสามารถนำข้อมูลนี้ไปกำหนดราคาของสินค้า กำหนดวงเงินบัตรเครดิต เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าได้ต่อไป

ตารางที่ 4.68 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญบางส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อเกชตรกร
จำแนกตามเหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเชชตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเชชตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการ						F	Prob.		
	สะดวกสามารถใช้จ่ายเงินเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้		เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)		เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%)				สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.			\bar{X}	S.D.
1.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.41	0.29	4.39	0.21	4.37	0.27	4.21	0.34	9.81	0.00*
2.ด้านราคา	4.41	0.29	4.39	0.21	4.37	0.27	4.21	0.34	9.81	0.00*
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.58	0.49	4.43	0.45	4.58	0.54	4.41	0.52	3.54	0.02*
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.70	0.46	4.78	0.42	4.55	0.50	4.47	0.50	8.94	0.00*
5.ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.36	0.64	4.31	0.58	4.36	0.63	3.98	0.78	6.54	0.00*
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.28	0.76	4.20	0.71	4.31	0.82	3.85	0.90	5.60	0.00*
7.ด้านกระบวนการในการทำงาน	4.28	0.76	4.20	0.71	4.31	0.82	3.85	0.90	5.60	0.00*
รวม	4.17	0.79	4.43	0.42	4.39	0.33	4.41	0.36	9.15	0.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อ เหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ ที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม เหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ ที่แตกต่างกัน มีระดับความสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.69-4.75

ตารางที่ 4.69 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

เหตุผล	ค่าเฉลี่ย			
	4.41	4.39	4.37	4.21
1.สะดวกสามารถ ใช้แทนเงินสดใน การซื้อสินค้าที่เข้า ร่วมโครงการได้	-	(0.60)	(0.36)	(0.00)*
2.แหล่งเงินทุนที่มี ระยะเวลาในการ ชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)	4.39	-	(0.59)	(0.00)*
3. เป็น แหล่ง เงินทุนที่มีการคิด ดอกเบี้ยในอัตราที่ เหมาะสม (7%)	4.37		-	(0.00)*
4.สินค้าที่เข้าร่วม โครงการตรงกับ ความต้องการ	4.21			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพัทธ์

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกันกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกเหตุผลของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกร

ตารางที่ 4.70 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านราคา

เหตุผล	สาเหตุที่สามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้				
	ค่าเฉลี่ย	4.41	4.39	4.37	4.21
1.สาเหตุที่สามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้	4.41	-	(0.60)	(0.36)	(0.00)*
2.แหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)	4.39	-	-	(0.59)	(0.00)*
3. เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%)	4.37	-	-	-	(0.00)*
4.สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ	4.21	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพัทธ์

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านราคาแตกต่างกัน กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรชำระค่าสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกเหตุผลของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตร

ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เหตุผล	คู่เปรียบเทียบ				
	ค่าเฉลี่ย	4.58	4.43	4.58	4.41
1.สะดวกสามารถ ใช้แทนเงินสดใน การซื้อสินค้าที่เข้า ร่วมโครงการได้	4.58	-	(0.01)*	(0.96)	(0.02)*
2.แหล่งเงินทุนที่มี ระยะเวลาในการ ชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)	4.43	-		(0.04)	(0.86)
3. เป็น แหล่ง เงินทุนที่มีการคิด ดอกเบี้ยในอัตราที่ เหมาะสม (7%)	4.58	-			(0.05)*
4.สินค้าที่เข้าร่วม โครงการตรงกับ ความต้องการ	4.41				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพัทธ์

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรชำระค่าสินค้าและบริการ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเหตุผลสะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ แตกต่างกับ เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี) และสินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ และในเหตุผลเป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%) แตกต่างกับ สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ

ตารางที่ 4.72 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านการส่งเสริมการตลาด

เหตุผล	ค่าเฉลี่ย	สะดวกสามารถ	เป็นแหล่งเงินทุน	เป็นแหล่งเงินทุน	สินค้าที่เข้าร่วม
		ใช้แทนเงินสด ในการซื้อสินค้า ที่เข้าร่วม โครงการได้	ที่มีระยะเวลาใน การชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)	ที่มีการคิดดอกเบี้ย ใน อัตรา ที่ เหมาะสม (7%)	โครงการตรงกับ ความต้องการ
		4.70	4.78	4.55	4.47
1.สะดวกสามารถ ใช้แทนเงินสดใน การซื้อสินค้าที่ เข้าร่วมโครงการ ได้เป็น	4.70	-	(0.16)	(0.05)*	(0.00)*
2.แหล่งเงินทุนที่ มีระยะเวลาใน การชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)	4.78		-	(0.41)	(0.00)*
3. เป็น แหล่ง เงินทุนที่มีการคิด ดอกเบี้ยในอัตรา ที่เหมาะสม (7%)	4.55			-	(0.00)*
4.สินค้าที่เข้าร่วม โครงการตรงกับ ความต้องการ	4.47				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพัทธ์

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันกับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในเหตุผลสะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ แตกต่างกับ เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1ปี) และสินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ ในเหตุผลแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม(1ปี) แตกต่างกับ สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการและในเหตุผลเป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม(7%) แตกต่างกับ สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ

ตารางที่ 4.73 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลการเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านบุคลิกการผู้ให้บริการ

เหตุผล	สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้		เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)		เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%)		สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ	
	ค่าเฉลี่ย	4.36	4.31	4.36	3.98			
1.สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้	4.36	-	(0.54)	(0.98)	(0.00)*			
2.แหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)	4.31		-	(0.64)	(0.00)*			
3. เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%)	4.36			-	(0.00)*			
4.สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ	3.98							-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านบุคคลากรแตกต่างกันกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระยะยาวและสินเชื่อระยะสั้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกเหตุผลของการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.74 การเปรียบเทียบรายคู่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระยะยาวและสินเชื่อระยะสั้น จำแนกตามด้านลักษณะทางกายภาพ

เหตุผล	ค่าเฉลี่ย	สะดวกสามารถ	เป็นแหล่งเงินทุน	เป็นแหล่งเงินทุนที่	สินค้าที่เข้าร่วม
		ใช้แทนเงินสดใน	ที่มีระยะเวลาใน	มีการคิดดอกเบี้ย	โครงการตรงกับ
		การซื้อสินค้าที่เข้า	การชำระคืนที่	ในอัตราที่	ความต้องการ
		ร่วมโครงการได้	เหมาะสม (1 ปี)	เหมาะสม (7%)	
		4.28	4.20	4.31	3.85
1.สะดวกสามารถ	4.28	-	(0.40)	(0.64)	(0.01)*
ใช้แทนเงินสดใน					
การซื้อสินค้าที่เข้า					
ร่วมโครงการได้					
2.แหล่งเงินทุนที่มี	4.20		-	(0.41)	(0.00)*
ระยะเวลาในการ					
ชำระคืนที่					
เหมาะสม (1 ปี)					
3. เป็นแหล่ง	4.31			-	(0.00)*
เงินทุนที่มีการคิด					
ดอกเบี้ยในอัตราที่					
เหมาะสม (7%)					
4.สินค้าที่เข้าร่วม	3.85				
โครงการตรงกับ					
ความต้องการ					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพัทธ์

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อระยะยาวและสินเชื่อระยะสั้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกเหตุผลของการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4.75 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดกับเหตุการณ์เลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ จำแนกตามด้านกระบวนการในการทำงาน

เหตุผล	สะดวกสามารถ ใช้แทนเงินสดใน การซื้อสินค้าที่ เข้าร่วมโครงการ เข้าร่วมโครงการ ได้		เป็นแหล่งเงินทุน ที่มีระยะเวลาใน การชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)		เป็นแหล่งเงินทุนที่ มีการคิดดอกเบี้ย ในอัตราที่ เหมาะสม (7%)		สินค้าที่เข้าร่วม โครงการตรงกับ ความต้องการ	
	ค่าเฉลี่ย	4.43	4.39	4.41	4.14			
1.สะดวกสามารถ ใช้แทนเงินสดใน การซื้อสินค้าที่เข้า ร่วมโครงการได้	4.43	-	(0.40)	(0.64)	(0.01)*			
2.แหล่งเงินทุนที่มี ระยะเวลาในการ ชำระคืนที่ เหมาะสม (1 ปี)	4.39	-	(0.41)	(0.00)*				
3. เป็นแหล่ง เงินทุนที่มีการคิด ดอกเบี้ยในอัตราที่ เหมาะสม (7%)	4.41	-	(0.00)*					
4.สินค้าที่เข้าร่วม โครงการตรงกับ ความต้องการ	4.14	-						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(.) ตัวเลขในวงเล็บคือค่าความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านกระบวนการในการทำงาน แตกต่างกันกับ เหตุผลในการเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรชำระค่าสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกเหตุผลของการเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

จากตารางที่ 4.69 – 4.75 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่กรณีที่ถูกค่าไ้ระดับความสำคัญในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ

ด้านกระบวนการในการทำงาน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ลูกค้ามีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ
เกษตรกรแตกต่างกัน ฉะนั้น ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกร
ธนาคารจึงมีหน้าที่ในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการให้คุณภาพ มีความหลากหลาย เพื่อที่จะ
สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา มีวัตถุประสงค์ในงานวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาไชยา การศึกษาวิจัยใช้ประชากรในการศึกษา คือ เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 2,153 ราย (จำนวนลูกค้าที่มีการเปิดบัตรใช้งาน) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีการคำนวณโดยใช้ สูตรคำนวณของ ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน วิธีการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยการสอบถามข้อมูลจากลูกค้าผู้มาใช้บริการที่ธนาคาร

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงถึงร้อยละ 53.2 เนื่องจากคนที่เข้ามาเป็นลูกค้าเงินกู้ยืมสามารถจะเป็นสมาชิกได้ครัวเรือนละ 1 คนเท่านั้น และส่วนใหญ่ของสังคมไทยจะให้ผู้ชายทำหน้าที่เป็นเสาหลักของครอบครัว หากแบ่งลูกค้าตามตำบลที่ลูกค้าอยู่อาศัย จะมีที่อยู่อาศัยในตำบลปากหมากมากที่สุดทั้งในด้านของปริมาณลูกค้าและมูลค่าของการให้สินเชื่อ ซึ่งดูได้จากข้อมูลการเปิดใช้งานบัตรสินเชื่อเกษตรกรจำนวน 884 คน คิดเป็นร้อยละ 41 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 164 คน ซึ่งมากที่สุดให้อำเภอไชยา ช่วงอายุที่มากที่สุด อยู่ในช่วง 36-40 ปี 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ซึ่งเป็นบุคคลในวัยทำงาน สร้างความมั่นคงให้กับครอบครัว และ ช่วงอายุ 51-60 ปี 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารมานาน ซึ่งมีความจงรักภักดีต่อธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจดทะเบียน ร้อยละ 69.8 และสมรสไม่จดทะเบียน ร้อยละ 13.5 เนื่องจาก

การจะเข้าเป็นลูกค้าจะมีการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นว่ามีการเข้ามาเป็นลูกค้าซ้ำซ้อนกันหรือไม่ กอปรกับการจดทะเบียนสมรสยังเป็นการแสดงถึงการสมรสที่ถูกต้องตามกฎหมายของประเทศไทยอีกด้วย ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ร้อยละ 36 ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุส่วนใหญ่ของลูกค้าของธนาคาร เนื่องจากการเข้าถึงการศึกษาในสมัยก่อนเข้าถึงได้ยากและจะต้องทำงานเพื่อหาเลี้ยงครอบครัวจึงทำให้ได้รับการศึกษาที่น้อยหากเทียบกับปัจจุบัน ซึ่งอาชีพเกษตรกรรมที่ลูกค้าทำมากที่สุด คือ สวนยางพารา ร้อยละ 31.5 และ สวนปาล์ม น้ำมัน ร้อยละ 29.5 ซึ่งสอดคล้องตรงกับพื้นที่สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่ของอำเภอไชยาและเป็นพืชเศรษฐกิจของทางภาคใต้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการเป็นลูกค้ากับธนาคารอยู่ในช่วง 13-15 ปี ร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ 10-12 ปี ร้อยละ 26 ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของลูกค้าธนาคาร มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15,001-18,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37 มีหนี้สินเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 300,001-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.8 และมีวงเงินบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรที่ได้รับอนุมัติอยู่ระหว่าง 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเกษตรกร

การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา มีการใช้จ่ายเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 26

มีมูลค่าการใช้จ่ายเฉลี่ย 5,000-10,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา คือ ใช้จ่ายเฉลี่ย 1,000-5,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.2

ปัจจัยทางการเกษตรที่ลูกค้า ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเกษตรกรมากที่สุดคือ ปุ๋ย คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ สารเคมีทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 21.2 ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์วิจัย ธ.ก.ส.ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนบน (2556) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตและทัศนคติที่มีต่อโครงการบัตรเครดิตเกษตรกรของลูกค้า ธ.ก.ส. จังหวัดเชียงราย พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเกษตรกร ปัจจัยการผลิตที่ใช้มากที่สุด คือ ปุ๋ย รองลงมา คือ เมล็ดพันธุ์ ยาปราบศัตรูพืช น้ำมันเชื้อเพลิง วัสดุการเกษตร และอื่นๆ ตามลำดับ

ร้านค้ารับบัตรที่ลูกค้า ใช้บริการมากที่สุดคือ ร้านบุญยังการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือร้านก๋องกังวาล คิดเป็นร้อยละ 27.8 และได้รับใบเสร็จรับเงินจากทางร้านค้ารับบัตร 376 คนคิดเป็นร้อยละ 94 ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้จดบันทึกรายละเอียดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 88 อาจเป็นผลมาจาก ลูกค้าสามารถขอข้อมูลการใช้จ่ายกับทางธนาคารได้โดยตรง ซึ่งใบแจ้งยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร จะแสดง วันที่ รหัสสินค้า ร้านค้าที่รับบัตร จำนวนต้นเงินและดอกเบี้ยที่เกิดขึ้น ซึ่งลูกค้าสามารถใช้ในการวางแผนการชำระเงินได้

ลูกค้าส่วนใหญ่สามารถชำระหนี้ที่เกิดจากบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรได้ตามกำหนด คิดเป็นร้อยละ 67.8 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ ยุคล ชนะวัฒน์ปัญญา (2554, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาถึงปัจจัย ที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้ของเกษตรกร และวิธีการชำระเงินกู้ รวมทั้งข้อเสนอแนะของเกษตรกร ที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขลุง จังหวัดจันทบุรี พบว่าเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.ที่ค้างชำระหนี้เงินกู้ เนื่องจากต้องนำไปเป็นค่าใช้จ่ายในครัวเรือนมากที่สุด ร้อยละ 49.2 รองลงมาหนี้ภายนอกร้อยละ 42.5 และมีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินร้อยละ 41.7 ตามลำดับ

เหตุผลส่วนใหญ่ที่ลูกค้าเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตรมากที่สุดคือ สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ คิดเป็นร้อยละ 37 และส่วนใหญ่ลูกค้าไม่ต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 96.5 มีบางส่วนที่ต้องการยกเลิกการใช้บริการซึ่งจากการสอบถามเนื่องมาจาก ไม่มีความจำเป็นต้องใช้บัตร บัตรได้สูญหายไปแล้วและไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมเพื่อออกบัตรใหม่จึงขอยกเลิกการใช้บัตร เป็นต้น

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ลูกค้ามีระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด และหากวิเคราะห์ความถึงระดับความสำคัญเป็นรายด้านทุกด้านก็มียุทธศาสตร์ความสำคัญมากที่สุดเช่นกัน ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการทำงานที่มีระดับความสำคัญระดับมาก กล่าวคือ

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุด ในข้อ เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที บัตรมีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง(ใช้คู่กับบัตรประชาชน) และระบบเทคโนโลยีที่ใช้มีความปลอดภัย

ด้านราคา มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุด ในข้อ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่มีความเหมาะสม (100 บาท) และการกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ สาขาที่มีจุดสะดวก จำนวนร้านค้ารับบัตรที่มีเพียงพอ สถานที่รับบัตรมีความสะดวกในการเข้ารับบริการ มี Call Center ให้บริการสอบถามข้อมูล และความหลากหลายของสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ มีของสมนาคุณสำหรับยอดการใช้งานบัตรตามกำหนด ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน 5 เดือนสำหรับสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์ การส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้ารับ

บัตร และได้รับชดเชย กรณีเติมน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีระดับความสำคัญระดับมากที่สุดในข้อ การเอาใจใส่ของพนักงานธนาคาร

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญที่ระดับมากในทุกข้อ คือ ภาพลักษณ์ของธนาคารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้ฟรีเซนต์ในการประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือของร้านค้ารับบัตรและระบบการรักษาความปลอดภัยของธนาคาร

ด้านกระบวนการในการทำงาน มีระดับความสำคัญระดับมากในทุกข้อ คือ ขั้นตอนในการขอมบัตร ขั้นตอนการขอเพิ่มวงเงินบัตร วงเงินที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการของร้านค้ารับบัตร และการชำระคืนมีความสะดวก รวดเร็ว

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับที่ไม่เป็นปัญหา กล่าวคือ

ในระดับที่ไม่เป็นปัญหา ได้แก่ วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับวงเงินที่ลูกค้าได้รับส่วนใหญ่ อยู่ที่ 40,000-50,000 บาท ซึ่งเป็นวงเงินสูงสุดที่ลูกค้าจะได้รับ ร้านค้ารับบัตรมีจำนวนน้อยไม่เป็นปัญหากับลูกค้าเนื่องจากร้านค้าที่รับบัตรเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ที่กระจายตัวอยู่ตามแต่ละตำบลและมีสินค้าที่เข้าร่วมโครงการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการคิดอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมาก คือร้อยละ 7 ตามอัตราดอกเบี้ยลูกค้าชั้น 3A+ และไม่สามารถรูดเป็นเงินสดได้ ช่องทางการชำระคืนมีน้อย (ชำระได้ที่ ธ.ก.ส.ทุกสาขาทั่วประเทศเท่านั้น) ก็ไม่เป็นปัญหากับลูกค้าเช่นกันเพราะธนาคารมีสาขาครอบคลุมตามแต่ละอำเภอและบางอำเภอก็จะมีสาขาย่อยหรือหน่วยบริการซึ่งลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่างๆได้เหมือนกับสาขาหลัก

ในระดับที่เป็นปัญหาน้อย ได้แก่ ไม่เข้าใจวิธีการชำระคืน คือ บัตรสินเชื่อเกษตรกรจะไม่สมุดบัญชีเงินกู้ให้ลูกค้าว่าจะต้องส่งชำระเมื่อไหร่และต้องส่งชำระเท่าไร และไม่ได้รับใบแจ้งยอดการใช้งาน อาจจะเนื่องมาจากการส่งไปรษณีย์ การเปลี่ยนแปลงที่อยู่ของลูกค้า เป็นต้น บัตรเสื่อมและชำระง่าย จากปัญหาที่พบ คือลูกค้าจะเก็บบัตรทุกชนิดไว้รวมกัน จึงเกิดการเสียดสีระหว่างกันทำให้บัตรเป็นรอย เครื่องอ่านบัตรจึงไม่สามารถประมวลผลข้อมูลในบัตรได้ เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร

ด้านอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 ในด้าน จำนวนครั้งในการใช้เฉลี่ยต่อเดือน มูลค่าการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ร้านค้ารับบัตรที่ใช้บริการมากที่สุด ได้รับใบเสร็จรับเงินจากทางร้านค้าหรือไม่ ได้จัด

บันทึกการขายใช้จ่ายหรือไม่ สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดหรือไม่ มีลักษณะในการชำระอย่างไร และท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้าน ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง ปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรมากที่สุด ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด ท่านได้จดบันทึกการขายและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่ ท่านสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่ การชำระหนี้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ท่านมีพฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร และท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

ด้านวงเงินบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร พบว่า วงเงินบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้าน มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของท่านเฉลี่ยบาทต่อครั้ง ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่ ท่านสามารถชำระหนี้บัตรเครดิตสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่ และท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ได้แก่ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยครั้งต่อเดือน มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของเฉลี่ยบาทต่อครั้ง และเหตุผลการเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร กล่าวคือ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรเฉลี่ยต่อครั้ง มีระดับความสำคัญ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการทำงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร มีระดับความสำคัญ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการทำงาน ที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม เหตุผลการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการ มีระดับความสำคัญ ในทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลตามคำถาม 6ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

Who constitutes the market? ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36 – 40 ปี สถานภาพสมรสจดทะเบียน การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 18,000 บาทต่อเดือน มีหนี้สินกับ ธ.ก.ส 300,001 – 500,000 บาท และมีวงเงินบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกร 40,001 – 50,000 บาท

What does the market buy? ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรอุดหนุนซื้อปุ๋ยมากที่สุด รองลงมาจะเป็นสารเคมีทางการเกษตรและเมล็ดพันธุ์พืชตามลำดับ

Why does the market buy? ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ พบว่า เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร คือ สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้

Who participates in the buying? ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรในระดับมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

When does the market buy? ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ในที่นี้จะเป็นการดูจำนวนครั้งในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ ใช้จ่ายผ่านบัตร 2 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ยครั้งละ 5,001 -10,000 บาท

Where does the market buy? ผู้บริโภคซื้อที่ไหน พบว่า กลุ่มลูกค้าใช้บริการบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรที่ร้านบุญยังการเกษตร รองลงมาจะเป็นร้านกึ่งกึ่งงานการเกษตร เนื่องจากทั้ง 2 ร้านเป็นร้านค้าขนาดใหญ่และมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป็นจำนวนมาก

How does the market buy? ผู้บริโภคซื้ออย่างไร พบว่า กลุ่มลูกค้าให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับที่มากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็พบว่าทุกด้าน กลุ่มลูกค้าให้ระดับความสำคัญระดับมากที่สุดทุกข้อเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีการรับรู้ในการทำการตลาดในด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

จากคำตอบที่ได้จากคำถาม 6Ws และ 1H สามารถสรุปลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรของกลุ่มตัวอย่าง ได้ว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-40 ปี สถานภาพสมรสจดทะเบียน การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา มีรายได้เฉลี่ย 15,001-18,000 บาทต่อเดือน มีหนี้สินกับ ธ.ก.ส 300,001-500,000 บาท และมีวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกร 40,001-50,000 บาท สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุดคือ ปุ๋ย เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร คือ สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ โดยร้านค้ารับบัตรที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุด คือร้านบุญยังการเกษตร และกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่างๆ ในระดับที่มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ การส่งเสริมการตลาดจากร้านค้ารับบัตร เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงาน

จากผลการศึกษาลูกค้ามีระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านที่มีต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรอยู่ในระดับมากที่สุด

1.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุด ในข้อ เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที บัตรมีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง(ใช้คู่กับบัตรประชาชน) และระบบเทคโนโลยีที่ใช้มีความปลอดภัย ฉะนั้นธนาคารจึงควรพัฒนาระบบงานให้มีความปลอดภัยและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

ขึ้นไปอีกเพื่อที่จะให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและมีการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น

2.ด้านราคา มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุด ในข้อ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่มีความเหมาะสม (100 บาท) และการกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม แสดงให้เห็นว่าธนาคารควรหาสินค้ามาเข้าร่วมโครงการที่มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนานเพิ่มขึ้นอีก ทั้งลูกค้ายังมีความประสงค์ที่จะชำระค่าสินค้าและบริการปีละ 1 ครั้งตามเดิม หากมีการเปลี่ยนระยะเวลาการชำระอาจจะทำให้ลูกค้ามีการใช้บริการน้อยลงก็เป็นได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ สาขาที่มีจอตลอดสะดวก จำนวนร้านค้ารับบัตรที่มีเพียงพอ สถานที่รับบัตรมีความสะดวกในการเข้ารับ

บริการ มี Call Center ให้บริการสอบถามข้อมูล และความหลากหลายของสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ แสดงให้เห็นว่าธนาคารควรให้ความสำคัญกับที่ตั้งของสาขาที่จะเปิดให้บริการใหม่ หรือ ที่ตั้งของ ร้านค้ารับบัตร ให้มีที่จอดรถเพียงพอต่อการเข้ารับบริการของลูกค้า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ มีของ สมนาคุณสำหรับยอดการใช้งานบัตรตามกำหนด ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน 5 เดือนสำหรับ สินค้าที่เข้าร่วมโครงการ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์ การส่งเสริมการตลาดร่วมกับ ร้านค้ารับบัตร และได้รับชดเชย กรณีเติมน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการตาม เงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีการติดตามการส่งเสริมการตลาดในทุกช่องทาง ฉะนั้นธนาคารจึงสามารถใช้ช่องทางต่างๆเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ลูกค้าทราบได้

5. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีระดับความสำคัญที่ระดับมากที่สุดในข้อ การเอาใจใส่ของ พนักงานธนาคาร แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ฉะนั้นธนาคารจึงควรให้ความสำคัญ โดยการจัดอบรมทักษะ ความรู้ต่างๆเพื่อพนักงานจะได้บริการ ให้ตรงใจลูกค้าต่อไป

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญระดับมากในทุกข้อ คือ ภาพลักษณ์ของ ธนาคารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การใช้ฟรีเซนต์ในการประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือของ ร้านค้ารับบัตรและระบบการรักษาความปลอดภัยของธนาคาร แสดงให้เห็นว่า ธนาคารรักษาสิ่ง เหล่านี้ต่อไปเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมาใช้บริการกับธนาคารใน ครั้งต่อไป

7. ด้านกระบวนการในการทำงาน มีระดับความสำคัญที่ระดับมากในทุกข้อ คือ ขั้นตอนใน การขอมีบัตร ขั้นตอนการขอเพิ่มวงเงินบัตร วงเงินที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสม ความรวดเร็วใน การให้บริการของร้านค้ารับบัตร และการชำระคืนมีความสะดวก รวดเร็ว แสดงให้เห็นว่าธนาคาร ควรรักษาและพัฒนาขั้นตอนกระบวนการต่างๆให้รวดเร็วและเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามากขึ้น ไปอีก

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อ เกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา อำเภอลำพูน จังหวัดสุราษฎร์ ธานีซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องกลุ่มตัวอย่าง คือ ศึกษาเพียงอำเภอลำพูนเท่านั้น การในวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้ กลุ่มตัวอย่างจากทุกสาขาอำเภอลำพูนเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าทั้งจังหวัด และนำผลการศึกษามา เปรียบเทียบกันระหว่างสาขาเพื่อที่จะได้มีการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพในด้านต่างๆในการ ให้บริการกับลูกค้าต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- จารุวรรณ บุญสมบัติ. (2556). *บัตรสินเชื่อเกษตรกร ช่วยเหลือหรือสร้างหนี้สินให้เกษตรกร ในอำเภอซี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยพฤกษ์ สุดถวิล. (2548). *ปัญหาการชำระสินเชื่อการเกษตรของเกษตรกร ในอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- ดร.สาธิต วงศ์อนันต์นนท์. (2555). *โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร. บทความวิชาการ. กลุ่มงานวิจัย และข้อมูล สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.*
- ทิมวิชัย. (2556). *การยอมรับและพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรเพื่อซื้อปัจจัยการผลิตของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง*. ศูนย์วิจัย ธ.ก.ส.ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนบน. กรุงเทพฯ
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.(2558).ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร.วันที่ค้นข้อมูล 20 เมษายน 2558.จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เว็บไซต์ : <http://intranet.baac.or.th>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.(2557).ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.วันที่ค้นข้อมูล 15 ตุลาคม 2557.จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เว็บไซต์ : <http://www.baac.or.th>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.(2557).บัตรสินเชื่อเกษตรกร.วันที่ค้นข้อมูล 10 ตุลาคม 2557 จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เว็บไซต์ : <http://www.baac.or.th>
- ปรีชา กรินชัย. (2539). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตภายในประเทศ กรณีศึกษาพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ สำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- มารยาท โยทองยศและผศ.ปราณี สวัสดิสรณ์. (2551). *การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย*. วันที่ค้นข้อมูล 20 เมษายน 2558. จาก ศูนย์บริการวิชาการสถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม เว็บไซต์ : <http://research.bu.ac.th>
- บุคค ชนะวัฒน์ปัญญา. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการชำระคืนเงินกู้ของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาขลุง จังหวัดจันทบุรี*. มหาวิทยาลัยบูรพา

- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). *การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการ SMEs*. กรุงเทพฯ
- วรนุช ชัยกิตติภรณ์. (2545). *การติดตามการนำโครงการลดภาระหนี้ให้แก่เกษตรกรรายย่อยตามนโยบายของรัฐ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยบูรพา
- วาเรศ อุปปาติก. (2541). *การเงินการธนาคาร*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันชัย วงศ์บุญมาและคณะ. (2556). *พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชิงเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย*. ศูนย์วิจัย ธ.ก.ส. ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนบน. กรุงเทพฯ
- ศานติ ถาวรสุวรรณ. (2546). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิต Easy Card ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์. (2554). *การบริหารจัดการโครงการแก้ไขปัญหานี้่สินภาคประชาชนในมุมมองของเกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ศิริวรรณ เสาร์รัตน์, สมชาย หิรัญกิตติและชวลิต ประภาวนนท์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: วางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มไซเท็กซ์
- ไพโรจน์ ฤทธิล้ำเลิศ. (2546). *ภาพลักษณ์ บริการและการโฆษณา ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต. (2558). *ทฤษฎีความรู้*. วันที่ค้นข้อมูล 20 เมษายน 2558 จาก โรงเรียนวชิรธรรมสาธิต เว็บไซต์: <http://www.wt.ac.th>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไผยา

คำชี้แจง

- 1.แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ของลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร อ.ไผยา จ.สุราษฎร์ธานี มีทั้งหมด 4 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร
 - ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร
 - ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร
 - 2.คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบต่อใด ๆ ทั้งสิ้น แต่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำพฤติกรรมของลูกค้ามาเป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับการบริหารงานของธนาคารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
 - 3.ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อทุกส่วนเพื่อความสมบูรณ์ในการประมวลผลการวิจัยทางการศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเป็นอย่างยิ่ง
- ผู้วิจัยขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวธารินี เหล็กกล้า

นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

แบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาไชยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. ท่านอาศัยอยู่ตำบล.....

3.อายุ.....ปี

1. 30-35 ปี

2. 36-40 ปี

3. 41-45 ปี

4. 46-50 ปี

5. 51-60 ปีขึ้นไป

4. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรสจดทะเบียน

3. สมรสไม่จดทะเบียน

4. หย่าร้าง/ม่าย

5. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษา

3. อนุปริญญา

4. ปริญญาตรี

5. ปริญญาโท

6. อื่นๆระบุ.....

6.ท่านประกอบอาชีพหลักทำการเกษตรในด้านใด

1.สวนยางพารา

2.สวนปาล์มน้ำมัน

3.ทำนาข้าว

4. เลี้ยงสัตว์

5. ประมง

6. อื่นๆระบุ.....

7. ท่านประกอบอาชีพเสริมที่นอกเหนือจากการทำการเกษตรในด้านใด

1. ค้าขาย

2. รับจ้างทั่วไป

3. เสริมสวย

4. อื่นๆระบุ.....

5. ไม่ได้ประกอบอาชีพเสริม

8.อายุการเป็นลูกค้า ธ.ก.สปี

1. 1-3 ปี

2. 4-6 ปี

3. 7-9 ปี

4. 10-12ปี

5. 13-15ปี

6. 16 ปีขึ้นไป

9. รายได้เฉลี่ย.....บาทต่อเดือน

1. ไม่เกิน 15,000 บาท 2. 15,001-18,000 บาท 3. 18,001-21,000 บาท
 4. 21,001-24,000 บาท 5. 24,001 บาทขึ้นไป

10. หนี้สินกับ ธ.ก.ส ในปัจจุบัน..... บาท

1. ไม่เกิน 300,000 บาท 2. 300,001-500,000 บาท 3. 500,001-700,000 บาท
 4. 700,001-900,000 บาท 5. 900,001 บาทขึ้นไป

11. วงเงินบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกร.....บาท

1. 5,000 -10,000 บาท 2. 10,001-20,000 บาท 3. 20,001-30,000 บาท
 4. 30,001-40,000 บาท 5. 40,001-50,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกร

คำชี้แจง ตอบคำถามที่ตรงกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรของท่านมากที่สุด

12. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรเฉลี่ย.....ครั้งต่อเดือน

1. 1 ครั้ง 2. 2 ครั้ง 3. 3 ครั้ง
 4. 4 ครั้ง 5. 5 ครั้ง

13. มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรของท่านเฉลี่ย.....บาทต่อครั้ง

1. 1,000-5,000 บาท 2. 5,001-10,000 บาท 3. 10,001-15,000 บาท
 4. 15,001-20,000 บาท 5. 20,001 บาทขึ้นไป

14. ปัจจัยทางการเกษตรใดที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรมากที่สุด

1. เมล็ดพันธุ์ 2. ปุ๋ย 3. สารเคมีทางการเกษตร
 4. น้ำมันเชื้อเพลิง 5. ข้าวสาร 6. อาหารสัตว์
 7. อุปกรณ์ทางการเกษตร

15. ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรผ่านร้านค้ารับบัตรในอำเภอไชยาร้านใดมากที่สุด

1. ร้านแสงเพชร 2. ร้านก้องกังวาลการเกษตร
 3. ร้านบุญยังการเกษตร 4. ร้านไอ้กแอมการเกษตร

16. ท่านได้จัดบันทึกรายการและจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเชื่อกเกษตรกรหรือไม่

1. ไม่ได้จัดบันทึก (ตอบข้อ 18) 2. จัดบันทึก (ตอบข้อ 17)

17. ครั้งล่าสุดท่านใช้บัตรเมื่อ.....

เพื่อ.....

เป็นจำนวนเงิน.....บาท

18. ท่านได้รับใบเสร็จรับเงินจากร้านค้ารับบัตรที่ท่านใช้บริการหรือไม่
1. ได้รับใบเสร็จรับเงิน 2. ไม่ได้รับใบเสร็จรับเงิน
19. ท่านสามารถชำระหนี้บัตรสินเชื่อได้ตรงตามกำหนดหรือไม่
1. สามารถชำระได้ตามกำหนด 2. ไม่สามารถชำระได้ตามกำหนด
20. การชำระหนี้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ท่านมีพฤติกรรมการชำระตามลักษณะใด
1. ชำระหมดภายใน 1 เดือน เพื่อที่จะไม่เสียดอกเบี้ย
2. ชำระตามลำดับของการใช้งานบัตรสินเชื่อเกษตรกร
3. ชำระตามรายได้ ณ ขณะนั้น
4. ชำระเมื่อได้รับใบแจ้งยอดการใช้งานภายใน 31 มีนาคม ของปีถัดไป
21. เหตุผลใดที่ท่านเลือกใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรในการชำระค่าสินค้าและบริการทางการเกษตร
1. สะดวกสามารถใช้แทนเงินสดในการซื้อสินค้าที่เข้าร่วมโครงการได้
2. เป็นแหล่งเงินทุนที่มีระยะเวลาในการชำระคืนที่เหมาะสม (1 ปี)
3. เป็นแหล่งเงินทุนที่มีการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่เหมาะสม (7%)
4. สินค้าที่เข้าร่วมโครงการตรงกับความต้องการ
22. ท่านต้องการยกเลิกการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรหรือไม่
1. ไม่ต้องการยกเลิกการใช้บริการ
2. ต้องการยกเลิกการใช้บริการ เพราะ.....

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตร
สินเชื่อเกษตรกร

คำชี้แจง ให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบ
เดียวและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
3	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 1. รูปแบบบัตรเล็กและสวยงาม 2. ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตร 3. เมื่อบัตรสูญหายสามารถแจ้งอายัดและออกบัตรใหม่ได้ทันที 4. มีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเอง(ใช้คู่กับบัตรประชาชน) 5. ระบบเทคโนโลยีที่ใช้มีความปลอดภัย ด้านราคา 6. ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี 7. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม (ร้อยละ 7 ต่อปี) 8. มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน 9. ค่าธรรมเนียมออกบัตรใหม่มีความเหมาะสม (100 บาท) 10. การกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 11. สาขาที่มีจุดรถสะดวก 12. จำนวนร้านค้ารับบัตรที่มีเพียงพอ 13. สถานที่รับบัตรมีความสะดวกในการเข้ารับบริการ 14. มี Call Center ให้บริการสอบถามข้อมูล 15. ความหลากหลายของสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
<p>ด้านการส่งเสริมการตลาด</p> <p>16. ของสมนาคุณสำหรับยอดการใช้งานบัตรตามกำหนด</p> <p>17. ปลอดดอกเบี้ยนาน 5 เดือนสำหรับสินค้าที่เข้าร่วมโครงการ</p> <p>18. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น วิทยุ โทรทัศน์</p> <p>19. การส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้ารับบัตร</p> <p>20. ได้รับชดเชย กรณีเติมน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่เข้าร่วมโครงการตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด</p> <p>ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ</p> <p>21. การเอาใจใส่ของพนักงานธนาคาร</p> <p>22. ความน่าเชื่อถือของพนักงานธนาคาร</p> <p>23. ความรอบรู้เรื่องบัตรสินเชื่อของพนักงานธนาคาร</p> <p>24. การตอบข้อสงสัยของพนักงานธนาคาร</p> <p>25. การแนะนำและการบริการของบุคลากรร้านค้ารับบัตร</p> <p>ด้านลักษณะทางกายภาพ</p> <p>26. ภาพลักษณ์ของธนาคาร</p> <p>27. การโฆษณาประชาสัมพันธ์</p> <p>28. การใช้ฟรีเซนต์ในการประชาสัมพันธ์</p> <p>29. ความน่าเชื่อถือของร้านค้ารับบัตร</p> <p>30. ระบบการรักษาความปลอดภัยของธนาคาร</p> <p>ด้านกระบวนการในการทำงาน</p> <p>31. ขั้นตอนในการขอมีบัตร</p> <p>32. ขั้นตอนการขอเพิ่มวงเงินบัตร</p> <p>33. วงเงินที่ได้รับอนุมัติมีความเหมาะสม</p> <p>34. ความรวดเร็วในการให้บริการของร้านค้ารับบัตร</p> <p>35. การชำระคืนมีความสะดวก รวดเร็ว</p>					

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

คำชี้แจง ท่านมีปัญหาและอุปสรรคใดในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรในระดับใด

- 5 หมายถึงเป็นปัญหามากที่สุด
 4 หมายถึงเป็นปัญหามาก
 3 หมายถึงเป็นปัญหาปานกลาง
 2 หมายถึงเป็นปัญหาน้อย
 1 หมายถึงไม่เป็นปัญหา

ปัญหาและอุปสรรค	ระดับปัญหา				
	5	4	3	2	1
1.วงเงินที่ได้รับอนุมัติไม่เพียงพอ 2.ร้านค้ารับบัตรมีจำนวนน้อย 3.สินค้าที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวนน้อย 4.อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป 5.บัตรเสื่อมและชำรุดง่าย 6.ไม่สามารถรู้จุดเป็นเงินสดได้ 7.ช่องทางการชำระคีนมีน้อย (ชำระได้ที่ ธกส.ทุกสาขาทั่วประเทศเท่านั้น) 8.ไม่เข้าใจวิธีการชำระคีน 9.ไม่ได้รับแจ้งใบยอดการใช้งาน					

ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ(ระบุ)

.....

.....

.....

.....ขอขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม.....

ภาคผนวก ข

หนังสือขอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
และหนังสือราชการในการขอลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

