

## บทความวิจัย (Research Article)

### ศึกษาพฤติกรรมการและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของคนวัย

### ทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องศึกษาพฤติกรรมการและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจง ความถี่(Frequency) การหาร้อยละ(Percentage) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและความต้องการใช้บัตรเครดิตและทดสอบสมมติฐานโดยใช้ไคสแควร์(Chi-Square Test) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท อาชีพพนักงานเอกชน

พฤติกรรมการการใช้บัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้ VISA CARD ใช้บัตร 2 ใบเหตุผลในการสมัครคือของสมนาคุณของธนาคารเมื่อสมัครบัตรเหตุผลในการใช้บัตรคือ Cash back ส่วนใหญ่ใช้จ่ายค่าน้ำมัน 5 ใช้จ่ายผ่านบัตรแต่ละครั้งต่ำกว่า 5,000 บาทเลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตที่จดหมายส่งทางไปรษณีย์ที่บ้านวิธีชำระหนี้บัตรเครดิตเคาน์เตอร์ธนาคารวิธีชำระหนี้เต็มจำนวน และการชำระหนี้ชำระตรงตามกำหนด

ความต้องการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของรูปแบบและสีสันของบัตรเครดิต ปานกลางให้ความสำคัญในคุณสมบัติของบัตรเครดิตมากให้ความสำคัญในความสะดวกสบายที่ใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดมากให้ความสำคัญในอัตราดอกเบี้ยของธนาคารในการใช้บัตรเครดิตปานกลางให้ความสำคัญในอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของบัตรเครดิต ปานกลางให้ความสำคัญในรูปแบบวิธีการส่งใบเรียกเก็บหนี้ของบัตรเครดิตมากให้ความสำคัญในรูปแบบของช่องทางการชำระหนี้บัตรเครดิตมากให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสม

ในบัตรเครดิตมาแลกของรางวัลมากให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสมในบัตรเครดิตมาเป็น ส่วนลดมากให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสมในบัตรเครดิตมาใช้แทนเงินสดมากให้ความสำคัญกับการแจกของสมนาคุณของธนาคารเมื่อสมัครบัตรเครดิตมากและ ให้ความสำคัญกับโปรแกรมผ่อนชำระ 0% มาก

## Abstract

The main purpose of this research was to Research on Behavior and the Need of Credit Card Usage of Working People In Bangkok To study the behavior and requirements of using credit cards of working people. In Bangkok The questionnaire was used as a tool to collect 400 data. SPSS for Windows was used to analyze the data. Frequency, Percentage to describe personal factors. Behavior and credit card requirements and test hypothesis using chi Chi-Square Test to test the hypothesis of the research. The statistical significance level was 0.05

The research found that personal factors Credit card holders of working age in Bangkok Mostly female, single status is between 31-40 years old. Average monthly income between 30,001-45,000 baht Occupation: private employee

Credit Card Usage Of people working In Bangkok Most applicants use VISA CARD to use 2 cards. The reason for applying is the bank's prizes. The reason for using the card is that most cash back spend money. Each card costs less than 5,000 baht. Choose receive mail invoice at home. Debt settlement through bank counter Full repayment and Payments are settled as scheduled

The need for credit cards of working ages in Bangkok. Most of the credit card companies focus on the style and color of the credit card a medium. The high level of emphasis on the convenience of using credit cards instead of cash. Focus on the bank's interest rate on the use of credit cards at a moderate level. Focus on average annual credit card fee a moderate level. Pay attention to the form of how to send a credit card debt a high level. Pay attention to the form of credit card repayment channels a high level. Pay attention to credit card rewards points a high level. Pay attention to credit card as a discount a high

level.Pay attention to credit card points to use in place of casha high level.Pay attention to the gift of the bank when applying for a credit carda high level.Pay attention to program installment 0%a high level.

## บทนำ

เนื่องด้วยภาวะทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของประเทศไทยในยุคปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาขึ้นมากจากเดิม เพราะการมาของเทคโนโลยีทำให้เราสามารถทำทุกอย่างผ่านออนไลน์ได้หมด แม้กระทั่งการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ เพราะทุกอย่างสามารถจ่ายผ่านกระเป๋าเงินออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Mobile Banking บัตรเครดิต บัตรเดบิต ทั้งสิ้น รวมไปถึงการสมัครบัตรต่างๆก็สามารถสมัครบัตรเครดิตออนไลน์ ได้ด้วยซ้ำไป จึงทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย การใช้ชีวิตที่ทันสมัยขึ้น เช่น การซื้อของผ่านออนไลน์ สำหรับกลุ่มที่ไม่ค่อยมีเวลาในการเดินซื้อของ หรือ ชอบความสะดวกสบายในการจับจ่าย การเดินทางสัญจรที่เปลี่ยนไปจากเดิม ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยเครื่องบิน (ซึ่งได้รับผลกระทบมาจากการขยายธุรกิจและการแข่งขันของธุรกิจการบินที่เป็น Low-cost ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากขึ้น อีกทั้งพฤติกรรมในการใช้ชีวิตของนักธุรกิจของเมืองไทยที่เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม ชอบความรวดเร็ว ทันสมัย และการเพิ่มขึ้นของธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศจึงมีการใช้บริการของเครื่องบินที่เพิ่มขึ้น) การเปลี่ยนไปของการใช้จ่ายเงิน จากเดิมที่เป็นเงินสด ก็จะเปลี่ยนไปเพิ่มปริมาณการใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตชำระแทน สำหรับกลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบาย และชอบสะสมแต้ม ในการใช้จ่ายเพื่อแลกของรางวัล และชอบความทันสมัย ชอบการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อีกทั้ง ประชากรวัยทำงานของคนในกรุงเทพที่เดินทางมาทำงานจากต่างจังหวัด ซึ่งเป็นคนวัยทำงาน และมีกำลังในการซื้อ ปัจจุบัน เริ่มมีวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น และเริ่มลดการใช้เงินสดลง ซึ่งประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคม cashless ในไม่ช้านี้

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในกรุงเทพมหานครเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาของ cashless society ในอนาคตอันใกล้

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

## สมมุติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมของผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานแตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. ความต้องการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคล

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมที่มีผลกระทบต่อ ความต้องการใช้บัตรเครดิต จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ เป็นการศึกษาความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาจะครอบคลุมพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการตั้งแต่วันที่ 2 ธันวาคม 2560 ถึง วันที่ 11 เมษายน 2561 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 131 วัน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงความต้องการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและความต้องการใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ประเภทของการวิจัย

ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Description Research) โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) ทำการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่าง (Survey) โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและรวบรวมข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากขนาดของประชากรตามขอบเขตที่กำหนดไว้ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรวัยทำงานที่แน่ชัดในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ถือบัตรเครดิต จึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรขนาดตัวอย่าง ไม่ทราบจำนวนประชากร

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

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

$Z$  คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

$d$  คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%)  $\gg Z = 1.96$

D ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

เมื่อไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (p) จึงใช้ค่าสูงสุด คือ 0.5

$$n = 3.85$$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 4% หรือเท่ากับ 15 ตัวอย่าง ทั้งหมดรวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษา

ค้นคว้าจากตำราและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมที่มีผลกระทบต่อการใช้บัตรเครดิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

### การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำผลจากการศึกษาจากเอกสาร มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถาม

ออกเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. นำแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิด แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษา คณคว้าวิจัย เพื่อพิจารณาความครบถ้วนความถูกต้อง และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อ ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของข้อคำถาม และความเหมาะสมของเนื้อหาหรือ ค่า IOC แบบสอบถามในการศึกษาคณคว้าฉบับนี้ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.95

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม แก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำตามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา การศึกษาคณคว้าวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมการศึกษาคณคว้าวิจัย

5. นำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเชื่อถือได้หรือความเที่ยง (Reliability) โดยนำ แบบสอบถามที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด และนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเท่ากับ 0.70

### วิธีการในการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกตัวอย่างประเภทไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยเทคนิคการสุ่ม ตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากกลุ่มตัวอย่าง ของคนวัยทำงานใน จังหวัดกรุงเทพมหานครที่ใช้บัตรเครดิต

### การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามนี้ สร้างขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานในจังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามจะประกอบด้วยส่วนของการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย และส่วนของเนื้อหาที่แบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended questions) และแบบปลายเปิด (open-ended questions) จำนวนคำถาม 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมที่มีผลกระทบต่อการใช้บัตรเครดิต ได้แก่ ประเภทของ บัตรเครดิต จำนวนบัตรเครดิตที่ใช้เป็นหลัก เหตุผลในการเลือกสมัครบัตรเครดิต ลักษณะการใช้จ่าย ที่ใช้ผ่านบัตรเครดิตที่มีความถี่มากเป็นอันดับแรก จำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้จ่ายผ่านบัตรในแต่ละครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้จ่ายบัตรเครดิตต่อเดือน วิธีการได้รับใบแจ้งหนี้จากธนาคาร วิธีการชำระหนี้บัตร เครดิต ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (close-ended questions) จำนวนคำถาม 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อความต้องการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ ระดับการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด เช่น

- ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ( Product & Service )
- ปัจจัยด้านราคา ( Price )
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( Place )
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ( Promotion )

ลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ และความต้องการมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ และความต้องการมาก

3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ และความต้องการปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ และความต้องการน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจ และความต้องการน้อยที่สุด

จำนวนคำถาม 12 ข้อ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และการทดสอบสมมติฐานในการทำวิจัยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1 ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2 นำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้วมาดำเนินการให้คะแนนตามเกณฑ์

3 นำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหวังของการศึกษา โดยใช้คอมพิวเตอร์ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัย



4 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ต้องการของการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- การวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและต้องการของการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

- ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

กำหนด P แทน ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ ที่สำรวจได้

n แทน จำนวนความถี่หรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

5 วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบข้อสมมติฐาน

- ใช้สถิติ คือ ไคสแควร์ ( $\chi^2$ -test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ ที่

ระดับนัยสำคัญ 0.05 ข้อมูลพื้นฐานลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมและความต้องการใช้บัตรเครดิตที่แตกต่างกันของคนวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

### สรุปผลงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่ควรนำมา สรุป และอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.การวิเคราะห์ความถี่และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 สถานภาพ โสด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 ช่วงอายุ 31- 40 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

30,001-45,000 บาทจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 อาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5

2.การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ของข้อมูลพฤติกรรมการการใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้ VISA CARD จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 ใช้บัตร 2 ใบจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 เหตุผลในการสมัครคือของสมนาคุณของธนาคารเมื่อสมัครบัตร จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 เหตุผลในการใช้บัตรคือ Cash back จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ใช้จ่ายค่าน้ำมัน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้จ่ายผ่านบัตรแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตที่จดหมายส่งทางไปรษณีย์ที่บ้าน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตที่จดหมายส่งทางไปรษณีย์ที่ทำงานจำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตผ่าน E-Mail จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตผ่าน SMS จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 วิธีชำระหนี้บัตรเครดิตเคาน์เตอร์ธนาคาร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 วิธีชำระหนี้เต็มจำนวน จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 การชำระหนี้ชำระตรงตามกำหนด จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0

3.การวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ของข้อมูลความต้องการใช้บัตรเครดิตของวัยทำงานในจังหวัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของรูปแบบและสีสันของบัตรเครดิตปานกลาง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ให้ความสำคัญในคุณสมบัติประโยชน์ของบัตรเครดิตมาก จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 ให้ความสำคัญในความสะดวกสบายที่ใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดมาก จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ให้ความสำคัญในอัตราดอกเบี้ยของธนาคารในการใช้บัตรเครดิตปานกลางจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 ให้ความสำคัญในอัตราค่าธรรมเนียมรายปีของบัตรเครดิตปานกลาง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ให้ความสำคัญในรูปแบบวิธีการส่งใบเรียกเก็บหนี้ของบัตรเครดิตมาก จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ให้ความสำคัญในรูปแบบของช่องทางการชำระหนี้บัตรเครดิตมาก จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสมในบัตรเครดิตมาแลกของรางวัลมากจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสมในบัตรเครดิตมาเป็นส่วนลดมาก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ให้ความสำคัญกับการนำคะแนนสะสมในบัตรเครดิตมาใช้แทนเงินสดมาก จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ให้ความสำคัญกับการแจกของสมนาคุณของธนาคารเมื่อสมัครบัตรเครดิตมาก จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ให้ความสำคัญกับโปรแกรมผ่อนชำระ 0% มาก จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

### การอภิปรายผลงานวิจัย

จากผลสรุปงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการการใช้บัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกใช้ VISA CARD จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 ใช้บัตร 2 ใบ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 เหตุผลในการสมัครคือของสมนาคุณของธนาคาร

เมื่อสมัครบัตร จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 เหตุผลในการใช้บัตรคือ Cash back จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ใช้จ่ายค่าน้ำมัน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้จ่ายผ่านบัตรแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตที่จดหมายส่งทางไปรษณีย์ที่บ้าน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตที่จดหมายส่งทางไปรษณีย์ที่ทำงาน จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 94.5 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตผ่าน E-Mail จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 ไม่เลือกวิธีรับใบแจ้งหนี้บัตรเครดิตผ่าน SMS จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 วิธีชำระหนี้บัตรเครดิตเคาน์เตอร์ธนาคาร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 วิธีชำระหนี้เต็มจำนวน จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 การชำระหนี้ชำระตรงตามกำหนด จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้คือ ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ สถานะ ช่วงอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการการใช้บัตรเครดิต ของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้บัตรเครดิตการของคนวัยทำงาน ในจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี (ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ซึ่งเป็นทฤษฎีความต้องการที่มีพื้นฐานจากลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) และสอดคล้องกับ

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ เฮอร์เบอร์ก (Herzberg's two factor theory) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พอใจ ปัจจัยอนามัยจะรักษาแรงจูงใจให้อยู่ในระดับสูงแล้วป้องกันแรงจูงใจไม่ให้เกิดขึ้นในทางลบ ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ปัจจัยการจูงใจ (motivation factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจ

## ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. สำหรับธนาคารผู้ประกอบการเกี่ยวกับบัตรเครดิตจะต้องมีการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้ใช้บัตร และค้นหาความต้องการของผู้ใช้บัตรเครดิตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามยุคสมัยและนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงของโลกทุกวินาที

2. สำหรับธนาคารผู้ประกอบการเกี่ยวกับบัตรเครดิตจะต้องมีการจัดโปรโมชั่นร่วมกับร้านค้ารับบัตร ที่มีชื่อเสียงในตลาดอันดับต้นๆ เพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มการจูงใจเพื่อให้ผู้ใช้บัตรกลับมาใช้บริการและใช้ซ้ำ ในด้านโปรโมชั่น จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัตรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในคุณประโยชน์ของบัตรเครดิตมาก ในด้านโปรโมชั่น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้บัตรเครดิต ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้ผู้ใช้บัตรเครดิต เกิดความต้องการใช้บัตรเครดิตและตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตในครั้งต่อไป

2.ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาข้อมูลในเชิงลึก เช่น มีการสัมภาษณ์ผู้ใช้บัตรเครดิตโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2538) พฤติกรรมผู้บริโภค ที่มีผลต่อการแสดงออก ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.thesis.swu.ac.th/swuthesis>

ธงชัย สันติวงษ์ (2515) พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://lib.neu.ac.th/ULIB/dublin.php?ID=3110>

นันทนา เจริญพิบูล (2546) พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.journal.rmutt.ac.th>

ปรมะ สตะเวทิน (2533) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561, จาก <http://www.learningofpublic.blogspot.com>

ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2536) พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจ ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.jang1192.blogspot.com>

พรทิพย์ วรวิจิโรคาทร (2529) แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.dspace.bu.ac.th>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <https://www.se-ed.com/product>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://ebooks.dusit.ac.th/sdubook/ob-content.nsp>

สยามธุรกิจ (2552) ทฤษฎีเกี่ยวกับบัตรเครดิต ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561, จาก

[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU\\_2015\\_5702030353\\_3582\\_1969.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702030353_3582_1969.pdf)

สันทัต เสริมศรี (2539) แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://ebooks.dusit.ac.th/sdubook/ob-content.nsp>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.research-system.siam.edu/images>

Kotler, (2003) ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://passakorn2326.blogspot.com/>

Kotler, P.(2000), ประสบการณ์ที่สร้างความพึงพอใจต่อความต้องการของบุคคล

ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561, จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th>

Lamb, Hair and McDaniel (2000) ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก [http://www.dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/348/1/jaruwan\\_mees.pdf](http://www.dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/348/1/jaruwan_mees.pdf)

Murphy (2002) ทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2561,

จาก <http://www.digi.library.tu.ac.th>