

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต
ของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
CREDIT CARD USAGE BEHAVIORS OF WORKING AGE
POPULATION IN NONTABURI PROVINCE

ธเนศพล หนูนวล

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Thanetphon Noonual

E-mail: 6314060174@rumail.ru.ac.th

Facul Of Business Administration Program In Finance And Banking,

Ramkhamhaeng University

Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี (2) เพื่อศึกษาอิทธิของปัจจัยทางด้านลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 คน จากประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี งานวิจัยนี้ที่การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) และ ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์สถิติ เชิงคุณภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย พบว่า ประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านมีระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่สำคัญที่สุด พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่า ประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีใช้บริการบัตรเครดิต จำนวน 2-3 ใบ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 5,000-15,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต 11-15 ครั้งต่อเดือน จุดประสงค์เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค การชำระหนี้แบบชำระจำนวนเต็ม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตที่ต่างกัน ปัจจัย

ผลักต้นส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ด้านความถี่ในการการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ปัจจัยผลักต้นส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการ ชำระผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ด้านจุดประสงค์ที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ส่วนปัจจัยผลักต้นส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีด้านด้านจุดประสงค์ที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิต

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) To survey the population factors, the marketing mix (4P's) factors and Credit Card Usage Behaviors of working age population in Nontaburi Province . 2) To study the population factors and marketing mix (4P's) factors that affect to the Credit Card Usage Behaviors of working age population in nontaburi. There are 400 working age population in Nontaburi Province samples of the which are used in this research, using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. In case of testing the hypothesis, using chi-square statistics, must be used and using logistic regression statistics.

The results found that most the repondents were male, 31-40 year old, bachelor degree, single, average income of 15,001 to 25,000 bath per mont. The marketing mix all factors is of the most importance , were of markting Promotion factors is the most important. Most the repondents owned about 2-3 credit card, average cost 5,000 to 15,000 bath per time, average cost 5,001 to 15,000 bath per mont, frequency of credit card use 11-15 per mont, objective was purchasing consumer goods, behavior was full payment.

The results of hypothesis testing showed that the working age population in nontaburi with the different gender, age, education level, status and monthly income got the different effects on the working age population in Nontaburi Province. Furthermore, The Marketing mix (4P's) factor, Price factor affecting to frequency of credit card use per mont. Place factor affecting to Average amount of credit card spending per transaction, Average amount of credit card spending per mont, frequency of credit card use per mont, Purpose

of using credit card service.Promotin factor affecting to Purpose of using credit card service,that affect to the Credit Card Usage Behaviors of working age population in nontaburi.
Keyword : Credit Card Usage Behaviors

บทนำ

ในปัจจุบันเรียกได้ว่าเป็นสังคมที่ใช้เทคโนโลยีมีการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วสามารถเชื่อมต่อและสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ มนุษย์มีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด การใช้บัตรเครดิตในสังคมไทยนั้นได้กลายเป็นเครื่องมือทางการเงินที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในสังคมปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนที่เป็นนักธุรกิจผู้บริหาร ข้าราชการ พนักงานของภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ถือเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกสบายอย่างหนึ่งในยุคปัจจุบัน เพราะเป้าหมายของบัตรเครดิตคือเป็นตัวกลางในการชำระเงินแทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการ เพียงแค่ถือบัตรเครดิตก็สามารถชำระค่าซื้อสินค้าและบริการได้แล้วหรือเรียกอย่างเป็นทางการว่า สังคมไร้เงินสดซึ่งได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลทำให้เงินสดถูกลดความสำคัญลง เพราะบัตรเครดิตเปรียบเสมือนเงินสดเคลื่อนที่ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้กันอย่างมากและยังมีบริการเงินสดซึ่งสามารถกดเงินออกมาใช้ผ่านบัตรเครดิตได้ ในสถานการณ์ปัจจุบันมีโรคระบาด โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจ มีการเลิกจ้างงาน ลดเงินเดือน ทางภาครัฐและเอกชนได้มีการออกมาตรการช่วยเหลือในการผ่อนผันชำระหนี้บัตรเครดิตให้แก่ผู้บริโภค

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's)ที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

คำถามการค้นคว้าอิสระ

1. ประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างไร และลักษณะทางประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตอย่างไร

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และปัจจัยผลักดันเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ

1. เพื่อสำรวจปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

2. เพื่อศึกษาอิทธิของปัจจัยทางด้านลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ด้านเนื้อหาในการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิต ของ ประชากรวัยทำงาน พื้นที่จังหวัดนนทบุรีได้กำหนดตัวแปร สำหรับการศึกษาวิจัย ประกอบไปด้วย

ด้านพื้นที่หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชนและห้างร้านภาคเอกชน พื้นที่จังหวัด นนทบุรี

2. ด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรวัยทำงาน พื้นที่ จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมี จำนวนประชากร และประชากรแฝงจำนวนมากส่งผลให้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ 400 ราย ในหน่วยงานราชการ บริษัทและห้างร้านภาคเอกชน พื้นที่จังหวัดนนทบุรี ระยะเวลาการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในมีดำเนินการในช่วงเดือน มกราคม 2565 เป็นต้นไป

3. ด้านระยะเวลาการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในมีดำเนินการในช่วงเดือน มกราคม 2565 เป็นต้นไป

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ(Independent Variable) มี 2ด้าน ดังนี้ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) มีดังนี้ พฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ จำนวนเงินที่ใช้ผ่านเครดิต วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต และ การชำระหนี้บัตรเครดิต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.สถาบันการเงินภาครัฐและภาคเอกชนที่มีผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต

2.สถาบันการเงินภาครัฐและภาคเอกชน นำผลที่ได้จากการค้นคว้าอิสระมาให้ความรู้ทางการเงิน การวางแผนการใช้บัตรเครดิต ให้แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดการใช้บัตรเครดิตอย่างมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยผลักดันด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรม

"พฤติกรรม" หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออก ทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา:2550)

“พฤติกรรม” (Behavior) หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของสัตว์ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นทันทีหรือเกิดขึ้นหลังจากที่ถูกกระตุ้นมาแล้วระยะหนึ่ง

Engel, Blackwell & Miniard (1990, 3) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” คือ การตอบสนองต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้ การบริโภคและการใช้จ่าย ใช้จ่ายสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระทำดังกล่าวด้วย

Wade and Tavris (เวดและทาวริส 1999) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “พฤติกรรม” เป็นการตอบสนองของคนเราที่สามารถสังเกตได้

Zimbardo and Gerrig (ซิมบาร์ โดและเกอร์ริก 1999) อธิบายว่า พฤติกรรมเป็นการตอบสนองของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้

แนวคิดและทฤษฎีประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุครอบครัวจำนวนสมาชิกในครอบครัวระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

(เอวก์ ภัทรชนกุล : 2556) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่ต้องการของลูกค้ 2. ราคา (Price) ที่สะท้อนถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค 3. การจัดจำหน่าย (Place) สิ่งสร้างขึ้นมาอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ 4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) การสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครับรู้

แนวคิดและทฤษฎีบัตรเครดิต

บัตรเครดิต ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง บัตรหรือสิ่งอื่นใดที่ผู้ประกอบการ ออกให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิกถอน เงินสด โดยลูกค้าต้องชำระค่าธรรมเนียม ค่าบริการ ดอกเบี้ย หรือค่าอื่นใด แต่ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระ ค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้าแล้ว

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ได้ให้นิยามไว้ว่า “บัตรเครดิต” เป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ สถาบันการเงินหรือสถาบันการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) ออกให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อให้ ในการชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนการชำระด้วยเงินสด

แนวคิดและทฤษฎีประชากรวัยทำงาน

(กุลฐาน ตั้งทิวา: 2555) วัยที่เหมาะสมกับการทำงานหรือประกอบอาชีพคือวัยผู้ใหญ่ เพราะเป็นวัยที่มีความพร้อมทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ รวมทั้งสติปัญญา แบ่งออกเป็น 2 ข้อ คือ

1. วัยรุ่นตอนต้น (20-40ปี) วัยนี้เป็นวัยที่เหมาะสมการเริ่มต้นชีวิต การทำงานหลังได้สะสมความรู้ และประสบการณ์มาพอสมควรในวัยเด็กและเรียนจบการศึกษารวมทั้งการปรับตัวในสังคมและมีวุฒิภาวะสมาควบคุมอารมณ์ได้ดี

2. วัยผู้ใหญ่ตอนกลางเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเสื่อมถอยทั้งทางร่างกายและสมอง รวมถึงด้านจิตใจ ทำให้บุคคลในวัยนี้ต้องมีการปรับตัวให้ถูกต้องเหมาะสม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรรณยุกต์ นุชพุ่ม (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และระดับความเข้าใจทางการเงิน โดยการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เครื่องมือสถิติทั้งค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธีกำลังลอจิสต์ รวมถึงการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน 207 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุเฉลี่ย 34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาคือปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 31,823.67 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 17,436.23 บาท และมีเงินออมต่อเดือน ประมาณ 14,387.44 บาท มีการถือครองบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ มีการวางแผนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีสภาพคล่องทางการเงินคงเดิมหลังจากการใช้บัตรเครดิต ในเรื่องความรู้ทางการเงิน ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในการคำนวณอัตราดอกเบี้ยและเครดิตบูโร ในส่วนของการลงทุนและนโยบาย

การคุ้มครองเงินฝาก ส่วนใหญ่ไม่ทราบ ในการศึกษาครั้งนี้ได้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้เต็มจำนวน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนเงินออม การวางแผนการใช้จ่ายบัตรเครดิต ความรู้ทางการเงิน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ซึ่งหมายถึงหากมีจำนวนบัตรเครดิต ในจำนวนมากจะยิ่งส่งผลให้พฤติกรรมการชำระหนี้เต็มจำนวนลดลง

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่ จังหวัดนนทบุรีโดยมีวัตถุประสงค์การศึกษา คือศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่ จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ เก็บข้อมูลผ่าน Google form

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางของ Yamane (1973) โดยที่กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยมีจำนวนประชากร ช่วงอายุ 20-60ปีทั้งหมด 82,398 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่างจากสูตรตาราง Yamane (1973) ได้ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการคัดกรอง มีจำนวน 1ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวน 5 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิต จำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ จำนวนเงินที่ใช้ผ่านบัตรเครดิต จุดประสงค์ในการใช้จ่ายบัตรเครดิต ความถี่ในการใช้จ่ายบัตรเครดิต การชำระหนี้บัตรเครดิต มีจำนวน 6 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิดมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด 19 ข้อ

เป็นคำถามแบบประเมินค่าความสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหาและวัตถุประสงค์ โดยใช้สถิติ IOC คือการวัดความตรงของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปปรับใช้

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ หรือทำการทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC Windows ในการหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมากกว่า 0.7 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจริงได้ รวมถึงจัดทั้งหมด ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.819 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 0.7) จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการการใช้บัตรเครดิต ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติอนุมาน

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีที่ต่างกัน ใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test)

2. เพื่อศึกษาปัจจัยผลักดันด้านส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงคุณภาพ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี สามารถ
สรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน โด่คัดเลือกจากคำถามคัดกรองจาก
ผู้ใช้บริการบัตรเครดิต จำนวน 391 คน มาเป็นข้อมูลในการศึกษา จึงพบว่า โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่ จำแนกตามปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นดังนี้ เพศชาย จำนวน 278 คน (ร้อยละ
71.10) อายุ 31-40 ปี จำนวน 182 คน (ร้อยละ 46.50) ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 284
คน (ร้อยละ 72.6) สถานภาพโสด จำนวน 288 คน (ร้อยละ 73.70) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000
บาท จำนวน 134 คน (ร้อยละ 34.30)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 391 คน มีปัจจัยหลักด้านส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน โดย
นำเสนอด้วยการเรียงอันดับจากปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ดังนี้

อันดับที่ 1 ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.48)

อันดับที่ 2 ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42)

อันดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37)

อันดับที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.30)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน โด่คัดเลือกจากคำถามคัดกรองจาก
ผู้ใช้บริการบัตรเครดิต จำนวน 391 คน มาเป็นข้อมูลในการศึกษา จึงพบว่า โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเป็นดังนี้ ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ จำนวน 2-3 ใบ
จำนวน 183 คน (ร้อยละ 46.8) ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง 5,000-15,000 บาท
จำนวน 182 คน (ร้อยละ 46.50) ด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท จำนวน
217 คน (ร้อยละ 55.50) ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต 11-15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 93 คน (ร้อยละ
23.80) ด้านจุดประสงค์ที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค จำนวน 123 คน (ร้อย
ละ 31.5) และด้านการชำระหนี้บัตรเครดิต แบบชำระจำนวนเต็ม จำนวน 293 คน (ร้อยละ 61.10)

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและงานวิจัยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน รวมถึงทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้ทำการสกัดตัวแปรและรูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี 2 ด้าน ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ในด้านตัวแปรประชากรศาสตร์นั้น พบว่า

เพศ ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ด้านการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงย่อมมีความต้องการใช้บัตรเครดิตที่ต่างกัน เพราะเพศหญิงจะทำหน้าที่ดูแลค่าใช้จ่ายในครอบครัว ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภค บริโภคมากกว่าเพศชาย ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลทำให้การใช้จ่ายบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐารีย์ ฐิติเตชะนันท์ (2558) พบว่า พนักงานที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 เนื่องจากความต่างกันทางด้านกายภาพแล้ว ยังมีทัศนคติ ความชอบที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตที่แตกต่างกันไป

อายุ ต่างกันพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ ด้านจำนวนเงินที่ใช้ผ่านบัตรเครดิต จุดด้านประสงคในการใช้บัตรเครดิต ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต และด้านการชำระหนี้บัตรเครดิต ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า แต่ละช่วงอายุย่อมมีภาระหน้าที่ การรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายไม่เหมือนกัน อายุเริ่มเพิ่มมากขึ้นค่าใช้จ่ายในครอบครัว ในการดูแลตัวเองยิ่งเพิ่มมากขึ้นรวมถึงอุปสงค์ในตัวบุคคลที่มีความต้องการแบบไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐารีย์ ฐิติเตชะนันท์ (2558) พบว่า พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตวิธีการชำระหนี้และโอกาสในการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ระดับการศึกษา ต่างกัน พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และด้านวิธีการชำระหนี้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การศึกษาต่างกันย่อมมีมุมมองในการชีวิต การเงินที่ไม่เหมือนกัน บางคนอาจจะใช้จ่ายด้วยเงินสดไม่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เพราะไม่สามารถควบคุมการใช้จ่ายได้ ในอีกมุมมองคือ การใช้บัตรเครดิตถ้าหากเราศึกษาและติดตามข่าวสารจะทราบว่า บัตรเครดิตที่มีอยู่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ช่วยให้ได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐารีย์ ฐิติเตชะนันท์ (2558) พบว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรม การชำระหนี้รวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถานภาพ ต่างกัน พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านจุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต และด้านวิธีการชำระหนี้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สถานภาพโสด สมรส ย่อมมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันไป สถานภาพโสดการใช้บัตรเครดิตอาจจะไม่เท่ากับสถานภาพสมรส เนื่องจากมีภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแลค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งการใช้จ่ายบัตรเครดิตสามารถนำไปผูกกับแพลตฟอร์มการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับพ่อแม่บ้านได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติธรรี ฐิติเดชะนันท์ (2558) พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่าผู้มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านจำนวนบัตรเครดิตที่ใช้ ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ด้านจุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต และด้านวิธีการชำระหนี้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า รายได้เฉลี่ยของแต่ละบุคคลอาจจะไม่เท่ากัน เพราะรายได้ อาจจะเป็นตัวกำหนดการวางแผนชีวิตของบุคคล ต้องวางแผนค่าใช้จ่าย วางแผนการออม การลงทุน เพื่อชีวิตที่ยั่งยืน ซึ่งทำให้พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของบุคคลแตกต่างกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติธรรี ฐิติเดชะนันท์ (2558) พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือนต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้เครดิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ในด้านตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตของแต่ละธนาคารเหมือนกัน อยู่ที่ความชอบส่วนบุคคลว่าจะเลือกบัตรเครดิตของธนาคารอะไร เพื่อจะได้รับประโยชน์สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ด้านราคา

มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระสินค้าและบริการในสินค้าบางรายการหากผู้บริโภคชำระผ่านบัตรเครดิต อาจจะได้รับส่วนลดโดยที่ไม่ต้องจ่ายสินค้าราคาเต็ม ซึ่งทำให้ประหยัดเงินเป็นทางเลือกในการตัดสินใจซื้อได้ดีมาก ถ้าหากชำระด้วยเงินสดอาจจะต้องจ่ายในราคาเต็มจำนวนไม่มีส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรี นนทบุรี ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านจำนวนค่าใช้จ่ายที่ใช้บริการชำระผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ด้านความถี่ในการการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน ด้านจุดประสงค์ที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์หรือการชำระเงินแบบไร้เงินสด เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกร้านค้าที่รับบัตรเครดิตเพราะมีความสะดวกต่อผู้บริโภคมาก อาจรวมไปถึงโปรโมชั่นต่างๆที่มีอยู่ในบัตรเครดิต ทำให้ผู้บริโภคได้รับความคุ้มค่ามาก หากร้านค้าที่ไม่รับบัตรเครดิต ผู้บริโภคอาจจะหาร้านอื่นที่ดีกว่า การใช้บัตรเครดิตเป็นการวางแผนการใช้จ่ายที่ดี เช่น ซื้อโทรศัพท์ โดยผ่อน 0% 6 เดือน ไม่เสียดอกเบี้ย ผู้บริโภคเลือกแบบไม่เสียดอกเบี้ยจ่ายผ่านบัตรเครดิตดีกว่า นำเงินจำนวนเต็มที่มีไปลงทุนเพื่อต่อยอดเงินออมก็เป็นไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรวัยทำงานพื้นที่จังหวัดนนทบุรีด้านจุดประสงค์ที่ท่านเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การจัดแคมเปญ หรือโปรโมชั่นต่างๆเป็นทางเลือกที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เพราะหากมียอดค่าใช้จ่ายตามเกณฑ์ที่เหมาะสม ก็อาจจะได้รับของสมนาคุณจากธนาคารที่ออกบัตร ซึ่งเป็นของใช้ที่จำเป็นทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป นำคะแนนสะสมไปแลกของรางวัลได้ หรือนำไปเป็นส่วนลดกับร้านอาหารที่ร่วมรายการ ซึ่งสอดคล้องกับ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

สถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชนควร นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อรายได้และวงเงินที่ได้รับ เพื่อให้สอดคล้องต่อการใช้บัตรเครดิต สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยจากการโจรกรรมทางคอมพิวเตอร์

ด้านราคา

ควรให้มีลดค่าธรรมเนียมรายปีหรือแรกเข้าให้มีความสอดคล้องต่อผู้บริโภค เป็นการดึงดูดให้มีผู้บริโภคสมัครเครดิตและใช้บริการบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น ติดตามหาพันธมิตรทางการค้าเพื่อให้มีส่วนลด เกิดการให้ทำผู้บริโภคอยากใช้บริการบัตรเครดิตกับร้านค้าที่เข้าร่วมพันธมิตรกับทางบัตรเครดิต

ด้านทางการจัดหน่าย

ควรปรับปรุงช่องทางการสมัครและรับชำระหนี้บัตรเครดิตที่มีประสิทธิภาพ บางครั้งระบบจะมีปัญหาบ่อยช่วงสิ้นเดือน ปรับปรุงเทคโนโลยี การรับฟังปัญหาของผู้บริโภคผ่าน Call Center ให้มีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจุบันสื่อช่องทางออนไลน์ค่อนข้างมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารมากที่สุด จึงควรทำการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้บริโภค การหาร้านค้าทั้งในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าออนไลน์เพื่อทำการส่งเสริมการตลาดให้มีแรงจูงใจในการใช้บัตรเครดิต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมที่อาจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต เช่น ธนาคารที่ประชาชนนิยมใช้ การตัดสินใจใช้บัตรเครดิต
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนนทบุรี เท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างไปจากเดิมหรือเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร เช่น ภาคกลาง เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน
3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นหรือการเลือกวิธีในการสุ่มตัวอย่างจากเดิมเป็นการสุ่มสะดวก อาจจะเปลี่ยนเป็นการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กุลฐาน ตั้งทิวา. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของบุคคลวัยทำงาน: กรณีศึกษา พนักงานธนาคาร. ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- จุฑามาศ กิจจรัส (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ฐิตารีย์ ฐิติเตชะนันท์. (2558). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี,คณะบริหารธุรกิจ (การจัดการ ทั่วไป).
- นนทพร ปิ่นวิเศษ. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเครดิตของคนไทยเจเนอเรชั่น วายในกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- นันทา มาระเนตร์และคณะ.(2542) สารระนำรู้เพื่อผู้สูงวัย.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริญานารถ ปลายคราม. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี.การศึกษาค้นคว้าอิสระ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.คณะบริหารธุรกิจ.

- พัชรจิตา กะการดี .(2554).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่าน
บัตรเครดิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย ศรีนคร
รินทรวิโรฒ.คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด.
- วรรณัฐการ์ต นุชพุ่ม .(2557) .ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขต
กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.คณะ เศรษฐศาสตร์ สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์.
- วชิรวัชร งามละม่อม.(2558). ทฤษฎีการมีส่วนร่วม. สถาบันวิชาการไทยวิจัยพัฒนาการจัดการ TRDM:
ปทุมธานี
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553) .พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สินีนานู คุรุกิจวานิชย์ .(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออม สิ้น เขตราชบุรี
บูรณะจังหวัดกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศิลปากร ,คณะ
บริหารธุรกิจ.
- เอกก์ ภัทรชนกุล. (2556). อัจฉริยะการตลาด. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, Philip.2012. Marketing Management (The Millennium edition). Upper Saddle River, NJ:
Pearson Prentice Hall.
- Wade and Tavis , Zimbardo and Gerrig , Lahey .(2001).การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์. (ออนไลน์) .
สามารถเข้าถึงได้ที่ <https://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=wbj&group=41>.