

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน
ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร
CREDIT CARD HOLDERS BEHAVIOR OF PRIVATE COMPANY EMPLOYEES
FROM ASOK AREA IN BANGKOK

ชนังดิฐธัญ วิถีอุดมทรัพย์
สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Tanangdittan Withiudomsap
E-mail: tanangdittan@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ทั้งหมด 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านจำนวนบัตรเครดิต ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ด้านเหตุผลในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต และด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ ผลงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์เชิงพาณิชย์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องที่มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์และพัฒนาในการให้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเรียงลำดับตามระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ด้านเหตุผล ในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ ด้านจำนวนบัตรเครดิต และด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ในส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ผลวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 - 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาคือปริญญาตรี และเป็นกลุ่มที่มีรายได้อยู่ที่ 15,000 - 30,000 บาทต่อเดือน

คำสำคัญ : พนักงานเอกชน ย่านอโศก; บัตรเครดิต

Abstract

The objective of this research is study of behavior of credit card holders who are working in private company at Asok area in Bangkok. This research will be approached in 7 aspects of credit card holders, such as to credit card holders income level and financial institutions that choose for using service, the amount to be used by credit card, the objective to use credit card, the frequency to use credit card, the reason to repayment credit card and the reason for choosing to use credit card. Also personal factors being consist of gender, age, social status, education level and income will be considered. This research will be commercially benefited to someone who focuses on studying Credit card Holders Behavior of private Company Employees. Able to apply research results and develop in credit card loan service and to satisfy needs of consumers

The result found that Credit card Holders behavior of private employees at Asok area in Bangkok. By sorting the opinion on the influence of credit card holders behavior from descending. The reason for choosing to usage credit card, the amount of money to use by credit card, objective to use credit card, The reason to repayment credit card, Financial institutions that choose for use service, the credit card holders amount and the frequency to use credit. As for personal factors the results found that most of the respondents were female, aged between 30-40 years old, single, bachelor's degree. Average income of 15,000to 30,000 baht

Keyword : Private Company Employees at Asok ; Credit card

บทนำ

สังคมปัจจุบันเรียกได้ว่าเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยีหรือสังคมของไอทีที่เน้นการเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันมนุษย์มีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เพื่อก้าวให้ทันกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยสามารถสังเกตได้จากการกระจายความเจริญของกรุงเทพมหานครสู่หัวเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค และพื้นที่เขตเศรษฐกิจต่างๆ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต พัทยา รวมถึงเขตปริมณฑลโดยรอบบริเวณกรุงเทพมหานคร ซึ่งในปัจจุบันนี้มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานครมากขึ้นทุกขณะ โดยเฉพาะจังหวัดสมุทรปราการ นนทบุรี และปทุมธานี ซึ่งในปัจจุบันไม่สามารถหาเขตเชื่อมต่อเขตของจังหวัดได้ จากความเจริญดังกล่าวส่งผลให้รัฐบาลกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาวิธีการที่รัฐบาลนิยมใช้เพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจมากที่สุด คือ การกระตุ้นให้เกิด การบริโภค เพื่อให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยจึงส่งผลให้สภาพสังคมในปัจจุบันกลายเป็นสังคมบริโภคนิยม ส่งผลให้ค่านิยมในการดำรงชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในปัจจุบันค่านิยมในการใช้ชีวิตได้ให้ความสำคัญกับสังคม

นิยม โดยเฉพาะความทันสมัย ความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ถึงสภาพแวดล้อม สังคมบริโภคนิยมนั้นมีความสัมพันธ์กันกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ต้องการขายกับผู้ต้องการซื้อ ตามหลักกลไกของตลาด หรือเรียกอีกแบบว่า อุปสงค์ - อุปทาน โดยใช้เงินสดเป็นสื่อกลางในการซื้อขาย แลกเปลี่ยน แต่ในปัจจุบันบัตรเครดิตหรืออิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเข้ามาเป็นสื่อกลางแทนเงินสดเพิ่มมากขึ้น เนื่องด้วยบัตรเครดิตถือเป็นตัวช่วยขั้นดีในการจ่ายชำระค่าบริการหรือการซื้อสินค้า เนื่องจากเป้าหมายหลักของบัตรเครดิตคือการใช้จ่ายชำระค่าบริการหรือการซื้อสินค้าแทนการใช้เงินสด ส่งผลให้สังคมปัจจุบันนี้ได้ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ดังนั้นสถาบันการเงินต่าง ๆ จึงมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย และความปลอดภัยให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้เงินสดถูกลดความสำคัญลง เนื่องจากปัจจุบันบัตรเครดิตเปรียบเสมือนเงินสดเคลื่อนที่ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งบัตรเครดิตยังสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดฉุกเฉินที่สามารถเบิกเงินสดล่วงหน้ามาใช้ในยามจำเป็นได้ ดังนั้นสถาบันการเงินทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศจึงหาแนวทางการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคได้สมัครบัตรเครดิตเพื่อใช้งานแทนเงินสด ยกตัวอย่างเช่น การผ่อนชำระ และซื้อสินค้าในอัตราดอกเบี้ยร้อยละศูนย์ โปรโมชันส่วนลดตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าทั่วไป และส่วนคืนเงินสด (Cashback) เป็นต้น จึงส่งผลให้คนไทยในปัจจุบันนิยมใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้นทุกขณะ การสมัครบัตรเครดิตในปัจจุบันสามารถทำได้ง่าย ไม่จำเป็นจะต้องมีฐานเงินเดือนที่สูงมากเหมือนในอดีต ดังนั้นกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ผู้ทำวิจัยสนใจนำข้อมูลมาทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือกลุ่มที่เป็นพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครย่านอโศก เนื่องจากย่านอโศกถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ และเป็นย่านที่ได้รับอิทธิพลจากความเจริญมาจากถนนสุขุมวิท มีสำนักงานอาคารของบริษัทชั้นนำทั้งไทยและต่างชาติ รวมถึงยังมีห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับและเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานในบริเวณย่านอโศก โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานเอกชนซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง ด้วยสภาพแวดล้อมทางสังคมของกลุ่มพนักงานเอกชนถือเป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังและความต้องการที่สูง และผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีรายได้ที่สูง และยังอยู่ในช่วงอายุที่มีอัตราการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญของธุรกิจสินค้าบริโภคในประเทศไทย ส่งผลให้สถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ให้บริการด้านบัตรเครดิต มีการตั้งเป้าหมายในการนำเสนอบัตรเครดิตแก่พนักงานเอกชน เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีรายได้ประจำต่อเดือนที่แน่นอน และมีแนวโน้มที่มีศักยภาพที่สามารถจ่ายชำระค่าบัตรเครดิตได้เต็มจำนวนหรือขั้นต่ำต่อรอบบิลการชำระได้โดยไม่มีปัญหา นอกจากนี้ประชากรกลุ่มนี้ยังมีลักษณะเด่นอีกอย่างหนึ่งคือมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เป็นอย่างดี และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สามารถสมัครบัตรเครดิตได้ เพราะกลุ่มพนักงานเอกชนส่วนมากจะมีรายได้ขั้นต่ำเริ่มต้นอยู่ที่ 15,000 บาทต่อเดือน

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้รวมถึงเหตุผลในการชำระหนี้บัตรเครดิตและการเลือกใช้บัตรเครดิตด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

วิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศก ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. **ตัวแปรอิสระ** คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. **ตัวแปรตาม** คือ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านจำนวนบัตรเครดิต ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ ด้านจำนวนเงินที่ใช้ผ่านบัตรเครดิต ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ด้านเหตุผลในการชำระค่าน้ำบัตรเครดิต ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัทและห้างร้านภาคเอกชนพื้นที่อโศกในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงานย่านอโศกในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนประชากรและประชากรแฝงจำนวนมากส่งผลให้ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ 400 ราย

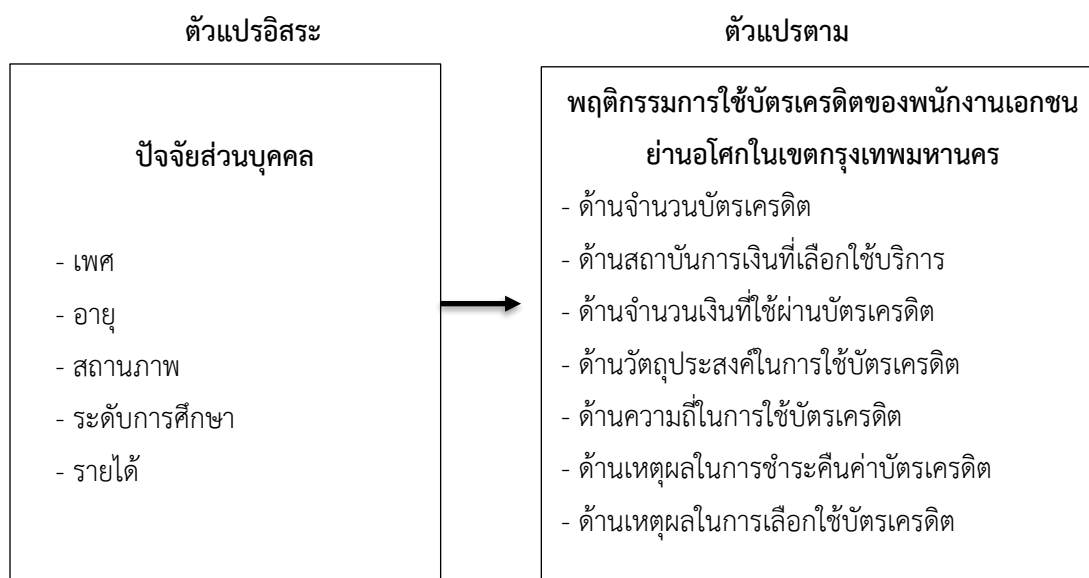
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ มีดำเนินการในช่วงเดือน ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์และพัฒนาในการให้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน คำว่า "พฤติกรรม" หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรม (Behavior) และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้หลายความหมาย เช่นดังต่อไปนี้

Belch & Belch (1998 อ้างใน พิบูล ทีปะपाल, 2545, 61) ได้ให้ความหมาย ของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” คือ กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไป มีส่วนเกี่ยวข้องในการเสาะแสวงหา การเลือก การซื้อ การใช้ การประเมินผล การกำจัดผลิตภัณฑ์ และบริการหลังจากการใช้ เพื่อเป็นการสนองความต้องการ และความปรารถนาอยากให้ได้รับความพอใจ

Engel, Blackwell & Miniard (1990, 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” คือ การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่ง การบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกระทำดังกล่าวด้วย

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2529, 9-11) ได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” คือ ปฏิกริยาทุกชนิดที่มนุษย์ได้ทำการแสดงออกมามีทั้งพฤติกรรมภายใน อาจมีทั้งสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรม เช่น ปฏิกริยาของอวัยวะภายในร่างกาย ความรู้สึกนึกคิด มักจะเป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัด ส่วนพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้ผู้อื่นมองเห็นนั้นคือการกระทำหรือแสดงออกในรูปแบบของวาจา

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต

ความหมายของคำว่า "บัตรเครดิต" ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง บัตรหรือสิ่งอื่นใดที่ผู้ประกอบการออกให้แก่ลูกค้าเพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด โดยลูกค้าต้องชำระค่าธรรมเนียม ค่าบริการ ดอกเบี้ย หรือค่าอื่นใด แต่ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้าแล้ว

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ได้ให้ความหมายของคำว่า “บัตรเครดิต” คือบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่สถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) ออกให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อให้ในการชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนการชำระด้วยเงินสดหรือใช้เพื่อสำหรับเบิกถอนเงินสดในกรณีฉุกเฉิน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวพัชร์ชิตา กะการดี (2554) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ตัวแปรตามได้แก่ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของ

ผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั่วไปในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นสมาชิกที่เป็นบัตรหลักจำนวน 400 คน โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์เพียร์สันไคสแควร์ (Pearson Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภค ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภค ด้านยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

3. พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภคด้านประเภทสินค้าและบริการที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

วรรณฎการต์ นุชพุ่ม (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และระดับความเข้าใจทางการเงิน โดยการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เครื่องมือสถิติทั้งค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธีการจำลองโลกจิต รวมถึงการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน 207 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มากกว่า เพศชาย มีอายุเฉลี่ย 34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาคือปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 31,823.67 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 17,436.23 บาท และมีเงินออมต่อเดือนประมาณ 14,387.44 บาท มีการถือครองบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ มีการวางแผนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ส่วนใหญ่มีสภาพคล่องทางการเงินคงเดิมหลังจากการใช้บัตรเครดิต ในเรื่องความรู้ทางการเงินส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการคำนวณอัตราดอกเบี้ยและเครดิตบูโร ในส่วนของการลงทุนและนโยบายการคุ้มครองเงินฝากส่วนใหญ่ ไม่ทราบ ในการศึกษาครั้งนี้ได้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้เต็มจำนวน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนเงินออม การวางแผนการใช้บัตรเครดิต ความรู้ทางการเงิน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ซึ่งหมายถึงหากมีจำนวนบัตรเครดิตในจำนวนมากจะยิ่งส่งผลให้พฤติกรรมการชำระหนี้เต็มจำนวนลดลง

ปรียานารถ ลายคราม (2558) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี” การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต KTC, เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต KTC, เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภค

ในจังหวัดปทุมธานีโดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ 2 - 3 ธนาคาร จำนวนครั้งที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน และใช้บัตรเครดิตเพราะไม่มีค่าธรรมเนียม นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบการดำเนินชีวิต และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

ฐิตารีย์ ฐิติเตชะนันท์ (2558) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์” การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ 2. เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ จำนวน 170 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ร้อยละและค่าสถิติไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า 1. ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตพบว่า ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย เพื่อความสะดวกและความปลอดภัย มีการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตทุกครั้งด้วยตนเอง 2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่าพนักงานที่มีเพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการชำระหนี้และโอกาสในการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการชำระหนี้รวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมในการใช้เครดิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สินีนานู คุรุกิจวานิชย์ (2558) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะจังหวัดกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซี - ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือลูกค้าที่เลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซี - ออมสิน ที่อยู่ภายใต้การดูแลของธนาคารออมสิน เขตราชบุรีบูรณะมีจำนวนทั้งสิ้น 13 สาขา จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีคัดเลือกประชากรแบบโควตาจากสาขาแล้วทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบสะดวกจนครบจำนวนที่ต้องการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการบัตรเครดิต และข้อมูลปัจจัยระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเคทีซี - ออมสิน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้าที่ใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซี - ออมสิน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพ ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน และมีค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 5,001 – 10,000 บาท

2. ระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเคทีซี - ออมสินในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิต เคทีซี - ออมสิน ด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการติดต่อสื่อสาร การเข้าถึงลูกค้า ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า และการสร้างบริการ ให้เป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่าในโลกปัจจุบันที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างมาก Cashless Society เริ่มเข้ามามีอิทธิพลกับการใช้ชีวิต เช่น การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Promptpay) เพราะการเดินทางและการสื่อสารข้ามประเทศสามารถทำได้ง่ายกว่าในสมัยก่อน การส่งสินค้าที่ทำได้สะดวกสบาย ส่งผลให้ปริมาณการซื้อขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น บัตรเครดิตจึงถูกคิดค้นและนำมาใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการใช้จ่ายแทนเงินสดกันอย่างแพร่หลาย เพราะมีประโยชน์กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย จึงทำให้บริษัทบัตรเครดิตส่วนใหญ่สร้างสรรค์กลยุทธ์ต่างๆ มาดึงดูดให้ผู้ถือบัตรเครดิตใช้จ่ายอยู่ตลอดเวลา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพรวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อประโยชน์ของธนาคารที่จะสามารถนำข้อมูลงานวิจัยนี้ไปใช้ในการประกอบการพิจารณาและตัดสินใจในการปรับปรุงหรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง จนเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยประชากรที่ทำการศึกษาคือประชากรที่ใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และอาศัยอยู่ในประเทศไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2560 ผ่านแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 420 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่าอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพแตกต่างกัน โดยลูกค้าที่มีอายุมากกว่า 39 ปีขึ้นไป และเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยในช่วง 30,001 – 50,000 บาท มีแนวโน้มที่จะใช้บัตรเครดิตมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ส่วนทางด้านอาชีพพบว่าอาชีพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพไม่แตกต่างกัน

นนทพร ปิ่นวิเศษ (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการ บัตรเครดิตของคนไทยเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร” การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของคนไทยเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนไทยเจนเอเรชั่นวาย

ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัตรเครดิตของคนไทยเจนเนอเรชั่นวาย ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า

(1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บัตรเครดิตของคนไทยเจนเนอเรชั่นวาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้นับเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 31 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน

(2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตพบว่าส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต เพื่อผ่อนชำระสินค้าได้ 0 เปอร์เซ็นต์ มีการถือครองบัตรเครดิตจำนวน 2 – 3 ใบ และใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุด มีระดับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตอยู่ที่ 4 – 6 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมเฉลี่ย 1,001 – 3,000 บาทต่อครั้ง และค่าใช้จ่ายในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมเฉลี่ย 5,001 – 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตประเภทการซื้อสินค้า คือสินค้าอุปโภคบริโภค และเลือกชำระหนี้บัตรเครดิตแบบเต็มจำนวน

(3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิต ดังนี้

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ใช้บัตรเครดิตเลือกที่จะใช้บัตรเครดิต สาเหตุมาจากธนาคารผู้ออกบัตรมีชื่อเสียงและความมั่นคง มีความน่าเชื่อถือโดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือรูปแบบบัตรเครดิตที่หลากหลายประเภทเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 และวงเงินที่ได้รับมีความเหมาะสมกับรายได้และค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ใช้บัตรเครดิตเลือกที่จะใช้บัตรเครดิตสาเหตุมาจากการไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันกับอัตราดอกเบี้ยในการผ่อนสินค้าต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 เช่นกัน รองลงมาคือมีความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมรายปีที่เรียกเก็บของบัตรเครดิตบางประเภทและการมีเครดิตการคืนเงินสูงอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 และไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปีและแรกเข้า กับมีอัตราดอกเบี้ยค่าปรับและค่าบริการอื่น ๆ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ใช้บัตรเครดิตเลือกที่จะใช้บัตรเครดิตสาเหตุมาจากการมีช่องทางการชำระยอดค่าใช้จ่ายที่หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมา คือ มีจำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิตมีให้เลือกใช้บริการอย่างทั่วถึงอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 และสามารถสมัครบัตรเครดิตได้หลายช่องทางอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ที่ใช้บัตรเครดิตเลือกที่จะใช้บัตรเครดิตสาเหตุมาจากการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ หลากหลาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือมีสิทธิพิเศษที่มอบให้ลูกค้าในวันสำคัญต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86 และสามารถสมัครบัตรเครดิตได้สะดวก และอนุมัติบัตรเครดิตได้รวดเร็วอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.83

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มพนักงานเอกชนที่ปฏิบัติงาน อโศกในเขตกรุงเทพมหานคร ย่าน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย การคำนวณหาขนาดตัวอย่างของงานวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยวิธีการใช้สูตร ของคอแรน (Cochoran) เป็นการคำนวณที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่ชัดได้ว่ามีเท่าไรจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกออนไลน์โดยการใช้ Google Form
- 2.การศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวคิด ผลการศึกษาจากหนังสือตำรา สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ในการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1 ค่าร้อยละ (percentage) ค่าความถี่ (frequency) ใช้อธิบายปัจจัยส่วนบุคคล
- 2 ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้อธิบายพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 40 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคืออายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50, อายุ 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 355 คิดเป็นร้อยละ 88.75 รองลงมาคือสูงกว่า ปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ

66.70 รองลงมา คือ 30,001 - 80,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00, มากกว่า 80,000 บาท จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.00 และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบทั้งหมด 7 ด้าน โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ดังนี้ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชนย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ด้านเหตุผลในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ ด้านจำนวนบัตรเครดิต และด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ($\bar{X} = 4.57$, $\bar{X} = 4.55$, $\bar{X} = 4.55$, $\bar{X} = 4.52$, $\bar{X} = 4.50$, $\bar{X} = 4.36$ และ $\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร มีผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 300 คน คิดเป็น ร้อยละ 75.00 และเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่ มีอายุ 30 - 40 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคืออายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50, อายุ 41-50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และอายุ 50 ปีขึ้นไปจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 355 คิดเป็นร้อยละ 88.75 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ผู้แบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมา คือ 30,001 - 80,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00, มากกว่า 80,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และน้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจาก ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือน ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต ด้านเหตุผลในการชำระคืน ค่าบัตรเครดิต ด้านสถาบันการเงิน ด้านจำนวนบัตรเครดิต และด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. **ด้านจำนวนบัตรเครดิต** พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชนย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านจำนวนบัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ บัตรเครดิตมีความจำเป็นและการถือครองบัตรเครดิตหลายใบถือเป็นการบริหารเงินที่ดี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร ปิ่นวิเศษ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของคนไทยเจนเนอรัลในกรุงเทพมหานคร

2. ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชนย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด คือ การเลือกสถาบันการเงินจากเงื่อนไขการสมัคร บัตรเครดิตชื่อเสียงของสถาบันการเงิน และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวจุฑามาศ กิจจรัส (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

3. ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชนย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจะค้ำึงถึงยอดเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการและการใช้จ่ายผ่านบัตรจะค้ำึงถึงยอดเงินที่ต้องชำระต่อรอบบัญชี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัฐกานต์ นุชพุ่ม (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

4 ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชนย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด คือ การผ่อนสินค้าเครื่องแต่งกายและของใช้ส่วนตัว อาหารและเครื่องดื่ม สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น น้ำหอม เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เป็นต้น การบันเทิงสร้างสรรค์และการพักผ่อน และการเดินทางและค่ายานพาหนะ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก คือ ออกกำลังกายหรืออุปกรณ์กีฬา การศึกษาหาความรู้และการรักษาพยาบาล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวนันทพร ปิ่นวิเศษ (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของคนไทยเงินเนอชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

5 ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด คือ การผ่อนสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องแต่งกายและของใช้ส่วนตัว สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น น้ำหอม เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เป็นต้น การบันเทิงสร้างสรรค์และการพักผ่อน และการเดินทางและค่ายานพาหนะ ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ออกกำลังกายหรืออุปกรณ์กีฬา การศึกษาหาความรู้ และการรักษาพยาบาล ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สีนีนานู คุรุกิจวานิชย์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสินเขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ งานวิจัยยังสอดคล้องกับ พัชรทิศา กะการดี (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

6. ด้านเหตุผลในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศกในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านเหตุผลในการชำระคืนค่าบัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อความคิดเห็นทุกข้ออยู่ระดับมากที่สุด การชำระเงินค่าบัตรเครดิตเต็มจำนวนเงินเป็นการลดภาระดอกเบี้ย การมีขีดจำกัดในการใช้บัตรเครดิตขึ้นอยู่กับความสามารถในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต และการชำระค่าบัตรเครดิตขั้นต่ำหรือบางส่วนละรอบบัญชีเป็นการยืดเวลาการจ่ายเงิน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางฐิตารีย์ ฐิติเตชะนันท์(2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ท่าพระจันทร์

7. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานเอกชน ย่านอโศก ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายด้านและรายข้อ ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่าทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด คือ เพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ ส่วนคืนเงินสด (Cash back) เพื่อใช้ซื้อสินค้าผ่านระบบการผ่อนชำระ เพื่อต้องการคะแนนสะสมพิเศษและเพื่อใช้เบิกเงินสดฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียานารถ ทยคราม (2558) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านจำนวนบัตรเครดิต สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินควรที่จะมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารายเก่า โดยมีการจัดการให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงความสำคัญของบัตรเครดิต และมีการส่งเสริมให้ลูกค้าสามารถใช้บัตรเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้สถาบันการเงินควรมีการเผยแพร่ข้อมูลและเงื่อนไขรวมถึงขั้นตอนในการสมัครบัตรเครดิตอย่างครบถ้วนและชัดเจน

ด้านสถาบันการเงินที่เลือกใช้บริการ สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อบัตรเครดิตควรมีขั้นตอนการสมัครขออนุมัติสินเชื่อบัตรเครดิตที่ง่าย และสะดวกสบาย สามารถทราบผลเร็วและมีการแจ้งถึงกระบวนการในการสมัครบัตรเครดิตอยู่ตลอดเวลา หรือลูกค้าสามารถเช็คสถานะการสมัครออนไลน์ได้อย่างง่าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษจากสถาบันการเงินเมื่อมีการสมัครบัตรเครดิต

ด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือน สิ่งที่เสนอแนะคือ สถาบันการเงินควรที่จะมีการร่วมกับหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ เพื่อจัดโปรโมชั่นในการส่งเสริมการขายเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด และสถาบันการเงินควรสร้างองค์ความรู้ให้ผู้ใช้บัตรเครดิตสามารถใช้งานบัตรเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อไม่ให้เกิดหนี้สินล้นพ้นตัว

ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินควรที่จะส่งเสริมให้ผู้ใช้บัตรเครดิตทราบสิทธิประโยชน์ในการชำระค่าสินค้าหรือบริการเพื่อให้เกิดการใช้บัตรเครดิตเพิ่มมากขึ้นและลดหนี้เสียลง

ด้านความถี่ในการใช้บัตรเครดิต สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินควรร่วมกับหน่วยธุรกิจเพื่อจัดโปรโมชั่นในการผ่อนชำระ 0 % ในการซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้บริการในการผ่อนสินค้าได้มากขึ้น

ด้านเหตุผลในการชำระคืนค่าบัตรเครดิต สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคทราบถึงสิทธิประโยชน์ในการชำระเงินค่าบัตรเครดิตเต็มจำนวน เช่น สิทธิทางด้านดอกเบี้ย นอกจากนี้สถาบันการเงินควรที่จะมอบสิทธิอื่น ๆ ให้กับผู้ชำระเงินค่าบัตรเครดิตเต็มจำนวน เช่น ของสัมมนาคุณ บัตรกำนัล คะแนนสะสมพิเศษ เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคมีการชำระค่าบัตรเครดิตเต็มจำนวน

ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต สิ่งที่เสนอแนะ คือ สถาบันการเงินควรส่งเสริมเพื่อให้ผู้บริโภคหันมาใช้บัตรเครดิต โดยสถาบันการเงินจะต้องมีการจัดการประชาสัมพันธ์รวมถึงการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงข้อดี และสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิต เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจจากข้อมูลด้านสิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่นการรับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการ, ส่วนคืนเงินสด (Cash back) เพื่อใช้ซื้อสินค้าผ่านระบบการผ่อนชำระ, สิทธิการซื้อสินค้าผ่านระบบการผ่อนชำระ, สิทธิจากคะแนนสะสมพิเศษ เป็นต้น

บรรณานุกรม

กนกวรรณ ปัญญาพัฒน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

จุฑามาศ กิจจรัส . (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

ฐิตารีย์ ฐิติเตชะนันท์ .(2558). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของพนักงานมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำพระจันทร์. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี,คณะบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)

ธนาคารแห่งประเทศไทย.การให้บริการบัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ. ค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน2563,เข้าถึงได้จาก

นันทพร ปิ่นวิเศษ .(2561) .พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของคนไทยเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยสยาม,คณะบริหารธุรกิจ

ปริญานารถ ลายคราม. (2558) .ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,คณะบริหารธุรกิจ

พัชรทิศา กะการดี (2554).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,คณะบริหารธุรกิจ

พิบูล ทีปะปาล, (2545).หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.

วรรณัฐการต์ นุชพุ่ม .(2557) .ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,คณะเศรษฐศาสตร์

สินีนานฎ คุรุกิจวานิชย์ .(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการบัตรเครดิตที่ซื้ออมสิน เขตราชบุรี บูรณะจังหวัดกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยศิลปากร,คณะบริหารธุรกิจ

DDPROPERTY. รู้จักย่านอโศกแบบเจาะลึก. [เว็บไซต์].ค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.ddproperty.com/areainsider/>.

Engel, James F., Blackwell,Roger D.,& Miniard, Paul W.(1990). Consumer Behavior (6 th ed.).Chicago Dryden Press.