

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากร

ในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

CREDIT CARD USAGE BEHAVIOR OF THE POPULATION

IN AMPHOE MUANG, PATHUM THANI PROVINCE

อารยา นิลงาม

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Araya Ninngam

Email: [araya\\_nnm@hotmail.com](mailto:araya_nnm@hotmail.com)

Faculty of Business Administration Program in Accounting,

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

---

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อ

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป ที่มีบัตรเครดิตตั้งแต่ 1 ใบขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Multiple Comparisons (LSD)

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาพบว่า ส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.18 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลในทิศทางบวก และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต, ประชากรศาสตร์, ส่วนประสมการตลาด 7P

### **Abstract**

The objectives of this study were 1) to study personal factors such as sex, age, marriage status, degree of study, career and average monthly income that affected to credit card usage behavior of the population in Amphoe Muang, Pathum Thani Province 2) to study marketing mix

factors such as product, price, place, promotion people, process and physical evidence which correlated to the credit card usage behavior of the population in Amphoe Muang, Pathum Thani Province. The sample group was 400 people of customers in Amphoe Muang, Pathum Thani Province. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different and Multiple Regression Analysis.

The results of study showed that the most of the respondents are female, aged between 20-29 years old, with single marital status, have bachelor's degree, work as employee of private company, have average monthly income between 15,000-19,999 baths. With overall credit card usage behavior are at the high level, when focus in a part showed that product has the mean of highest was 4.18, personnel mean was 4.14, place mean was 4.10, physical evidence mean was 4.07, promotion mean was 4.05, process mean was 4.04 and price mean was 3.76. Moreover, the results of hypothesis testing showed that personal factors of the population in Amphoe Muang, Pathum Thani Province with age, marriage status, and average monthly income that the different affect to behavior of credit card use different levels of significance 0.05. Furthermore, marketing mix factors such as product and physical evidence had resulted in a positive direction and correlated to the credit card usage behavior of the population in Amphoe Muang, Pathum Thani Province at statistical significance of 0.01 levels.

## **บทนำ**

เศรษฐกิจโลกปี 2020 เข้าสู่ภาวะถดถอยจากการเผชิญวิกฤติการแพร่ระบาดของ COVID-19 และมาตรการปิดเมือง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกทำให้หดตัวรุนแรง อย่างไรก็ตาม หลังจากการระบาดของ COVID-19 เริ่มชะลอลงทำให้หลายประเทศเริ่มทยอยผ่อนคลามาตรการปิดเมือง โดยใช้นโยบายเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing)

วิกฤติ COVID-19 ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อสถานะเศรษฐกิจในวงกว้าง แต่ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ชีวิตวิถีใหม่ (The New Normal) ที่คนไม่ค่อยเดินทางออกนอกบ้าน เร่งให้สังคมไทยก้าวสู่สังคมไร้เงินสด โดยคนทุกวัยเริ่มคุ้นชินกับการใช้จ่ายออนไลน์และไลฟ์สไตล์ดิจิทัล ธุรกิจต่างๆ จึงควรเร่งปรับกลยุทธ์ โดยหันมาให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก และมุ่งเจาะตลาดที่ยังคงมีศักยภาพสูง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ โปรโมชันที่เหมาะสมกับชีวิตวิถีใหม่ของลูกค้า

ธุรกิจบัตรเครดิตมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในช่วงปี 2562-2564 โดยคาดว่าค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจะยังคงเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ คือ การเติบโตของธุรกิจ e-Commerce ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านการชำระเงินที่ทำให้การใช้จ่ายผ่านบัตรมีความสะดวกต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ให้บริการเดิมและการเข้าสู่ตลาดของผู้ให้บริการรายใหม่ การทำความเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าเพื่อให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย จะเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันสำหรับธุรกิจบัตรเครดิตในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

### ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตประชากร ทำการศึกษาประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
2. ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป ที่มีบัตรเครดิตตั้งแต่ 1 ใบขึ้นไป
3. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บัตรเครดิตของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงเลือกใช้การเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane โดยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจากการเปิดตารางที่ระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% จะพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คน
4. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
5. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

#### 1.ตัวแปรอิสระ

- 1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นแนวทางการนำเสนอ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยด้านประชากรที่แตกต่างกัน

2. ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

3. เพื่อให้สถาบันการเงินหรือผู้ให้บริการบัตรเครดิตสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการลูกค้ามากที่สุด

#### **ทบทวนวรรณกรรม**

ปริญานารถ ลายคราม (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี” ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

รัตนภรณ์ บุญแต่ง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของ ลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี” ซึ่งผลการศึกษาปรากฏว่า ในภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและในรายด้านมีความสำคัญต่อการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการในระดับมาก

อรุณี นุสิทธิ์ และสัมพันธ์ เงินเหรียญ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตอออน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ลีนินาฏ คุรุกิจวานิชย์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร” โดยผลจากการศึกษาพบว่าระดับคุณภาพการให้บริการของบัตรเครดิตเคทีซี -ออมสินด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ การติดต่อสื่อสาร การเข้าถึงลูกค้า ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การเข้าใจ การรู้จักลูกค้า และการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ตามลำดับ

อริสรา คงอุดมสิน (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ในสังกัดหน่วยงานราชการ ประเภทตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของข้าราชการและบุคลากรภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

รัชดาพร อยู่ใช้พันธ์ และ ฐานิตา ษ์องฤกษ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารออมสิน” เป็นเพศหญิงจำนวนร้อยละ 65 และ เพศชายร้อยละ 35 มีอายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–25,000 บาท สถานภาพโสด มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3–4 คน และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนจำนวน 10,000 –

25,000 บาท ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีความปลอดภัยและมีความน่าเชื่อถือ

ชนานันท์ พันธุ์สมจิตร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรมีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการในการทำงาน ปัจจัยด้านบุคลากรสถานที่ให้บริการ และลักษณะบัตรเครดิต ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเพียงพอของสาขาที่สมัคร บัตรเครดิต ปัจจัยด้านร้านค้าที่รองรับการใช้บัตรเครดิต และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยในส่วนของปัจจัยด้านราคา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการซื้อสินค้า

สุจิตรา จันทนา และนพวรรณ ทิพาปกรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นตรงกันว่าอัตราดอกเบี้ยของบัตรเครดิตแพงกว่าอัตราดอกเบี้ยของบัตรทั่วไป เพศอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตที่แตกต่างกัน และจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองอยู่ทำให้พบปัญหาที่แตกต่างกัน

#### การออกแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป ที่มีบัตรเครดิตตั้งแต่ 1 ใบขึ้นไป



ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้บัตรเครดิตของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงเลือกใช้การเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane โดยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจากการเปิดตารางที่ระดับค่าความคลาดเคลื่อน 5% จะพบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยถือเอาความสะดวกในเรื่องที่ศึกษาหรือความง่ายต่อการรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะมีการแจกเอกสารแบบสอบถามให้กับประชากรที่สะดวกและสามารถตอบแบบสอบถามได้ตามห้างสรรพสินค้า ประกอบด้วย เมืองเอกพลาซ่า, เดอะทรี อเวนิว, เทสโก้ โลตัส ปทุมธานี และ บิ๊กซี ปทุมธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลสิ่งที่ต้องการศึกษา ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการกำหนดแนวคิดของการวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

#### **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล**

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จึงได้นำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

## 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

## 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์จากสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ต่างกัน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One -Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Multiple Comparisons (LSD) และ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ต่างกัน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานะภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีช่วงรายได้ระหว่าง 15,000 – 19,999 บาท และผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps พบว่า มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในข้อผู้ให้บริการบัตรเครดิตเป็นสถาบันที่น่าเชื่อถือ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ที่มีอายุ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลในทิศทางบวกและมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

### อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการวิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ที่มีความสอดคล้อง และแตกต่างของผลการวิจัยที่ผ่านมารวมถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและแนวคิดทฤษฎีต่างๆดังต่อไปนี้

ผลสำรวจประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวนทั้งสิ้น 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีสถานะภาพโสด จำนวนทั้งสิ้น 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนทั้งสิ้น 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 และมีช่วงรายได้ระหว่าง 15,000 – 19,999 บาท จำนวนทั้งสิ้น 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมโดยรวมจะใช้บัตรเครดิตในการชำระสินค้าหรือการบริการอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ต่างกันโดยที่อายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตน้อยกว่า อายุระหว่าง 30 – 39 ปี สถานภาพครอบครัวที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต แตกต่างกัน โดยที่สถานภาพโสด มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม มากกว่าสถานภาพสมรส และ สถานภาพโสด มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม น้อยกว่าสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง นอกจากนี้ สถานภาพสมรส มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม น้อยกว่าสถานภาพหย่าร้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต แตกต่างกัน โดยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-19,999 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม น้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000-29,999 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-19,999 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวม น้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,000-39,999 บาท

นอกจากนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,000-39,999 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตโดยรวมมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,000-49,999 บาท ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ให้มีความสอดคล้องกับอายุ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีความน่าเชื่อถือทั้งในเรื่องของข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและความปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิต ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค และบัตรเครดิตควรมีรูปแบบให้เลือกหลากหลายประเภทให้มีความสอดคล้องในการดำเนินชีวิตหรือช่วยสนับสนุนในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค รวมทั้งบัตรเครดิตควรมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัยด้วย

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะจากผลการวิจัยว่า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมการตลาด 7Ps ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยเน้นการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่หรือสาขาที่ให้บริการควรมีความสะอาด เรียบร้อย มีพื้นที่บริการอย่างกว้างขวาง สะดวกสบาย เช่น มีมุมสำหรับปรึกษาหรือสัดส่วนสำหรับรับรองในกรณีที่มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกเป็นส่วนตัวและรู้สึกปลอดภัยเมื่อต้องให้ข้อมูลกับพนักงาน มีการตกแต่งสาขาสวยงาม นำใช้บริการ ที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานีเท่านั้น ดังนั้นสำหรับการวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและมีความครอบคลุมยิ่งขึ้น อาทิเช่น ควรจะมีการขยายพื้นที่การสำรวจไปยังพื้นที่ในกรุงเทพหรือพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ ความคิดเห็น ตลอดจนทัศนคติของประชากรที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรจะมีการศึกษาตัวแปรของปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี อาทิเช่น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี หรืออาจจะเป็นปัจจัยด้านพฤติกรรมโดยการนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

ปริญานารถ ลายคราม. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บัตรเครดิต KTC ของผู้บริโภค

ในจังหวัดปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัตนภรณ์ บุญแต่ง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ของ

ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

จุฑามาศ กิจจรัส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพของ

ลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรรณลักษณ์ ศรีวิชัย. (2557). ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้

บริการบัตรเครดิตธนาคารออมสินของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรุณี นุติทธิ์ และสัมพันธ์ เงินเหรียญ. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจ

เลือกใช้บัตรเครดิตออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล  
สงคราม.

สินีนานู ครูกิจวานิชย์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซีออมสิน เขต

ราษฎร์บูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อริสรา คงอุดมสิน. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของข้าราชการและ

บุคลากรภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

รัชดาพร อยู่ใช้พันธ์ และ ฐานิตา ฌ็องฤกษ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

ของลูกค้าธนาคารออมสิน : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชนานันท์ พันธุ์สมจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) ในการซื้อสินค้าและบริการของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล:  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุจิตรา จันทนา และนพวรรณ ทิพาปกรณ์. (2558). ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.