

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชน  
ในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Decision to Use Credit Card of Krung Thai Bank of the  
Population in Chiang Dao District Chiang Mai Province

สกาเวื่อน ยอดศรี<sup>1</sup> และ วรัทยา ชินกรรม<sup>2</sup>

Sakawduen Yodsri<sup>1</sup> and Warattaya Chinnakam<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี อายุเฉลี่ย 32 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย รองลงมาถือครองของธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย ตามลำดับ มีการถือครองบัตรเครดิตต่อคนเฉลี่ย 3 ใบ กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บัตรเครดิตแทนการชำระเงินประเภทอื่นๆ โคนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เพราะฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่ารายปี และสามารถใช้จ่ายเงินสดล่วงหน้าได้ รองลงมาคือ การอนุมัติใช้งานบัตรมีความรวดเร็ว รวมถึงมีแอปพลิเคชันช่วยตรวจสอบค่าใช้จ่าย และขนาดของบัตรเครดิตมีความกะทัดรัด สวยงาม และมีหลายประเภทให้เลือกใช้งานตามลำดับ ประเภทบัตรเครดิตที่ใช้งานบ่อยที่สุดคือ บัตรวีซ่า การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต 1-3 ครั้งในรอบ 1 เดือน วัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป รองลงมาคือเพื่อใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าตัวเครื่องบิน และค่าที่พัก และเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภคตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และชำระเป็นจำนวนขั้นต่ำ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการใช้งานมีผลระดับมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการมีผลระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการใช้ง่ายมีผลระดับมากที่สุด ส่วนผลการศึกษาปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีผลระดับมากที่สุด ผล

การศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า การให้บริการและการอธิบายผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตของพนักงานธนาคารอื่นๆดีกว่า ขั้นตอนการสมัครและการอนุมัติของธนาคารอื่นง่ายกว่า และ บัตรเครดิตของธนาคารอื่นมีโปรโมชั่นร่วมรายการกับร้านค้าอื่นมากกว่า

### **คำสำคัญ: การตัดสินใจ บัตรเครดิต**

\* Corresponding author. E-mail: Sakwduen.yodsri@ktb.co.th

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### **ABSTRACT**

The objective of the study was to investigate the factors affecting usage of the Krung Thai Bank credit card in Chiang Dao District of Chiang Mai Province and to study consumer behavior towards the use of credit cards in that area by using a sample group of 400 people. Tools used for data collection was a questionnaires which analyzed by frequency distribution, percentage, mean. The results of general information of the sample group indicated that most of the respondents were female individuals, aged between 20 and 29 years, with an average of 32 years. Most worked as civil servants or state enterprise officers holding a bachelor's degree and having an average monthly income of from 15,001 to 30,000 baht. The study results on consumer behavior towards the use of the credit cards in Chiang Dao District area also showed that most of the people held Krung Thai Bank credit card, followed by Siam Commercial Bank's and Kasikorn Bank's, respectively, with an average of 3 credit cards per person. The sample group used credit cards rather than other forms of payment. The reason given was due to the waived entrance and annual fees, its instant approval, and that the cards can be used for cash advance. In addition, the credit cards are exquisite, easy to carry, and have a variety of features. Visa was the most used type of credit card. Most of the users made payment with a credit card once to three times per month. The main purpose was to pay for goods and services in shopping malls or general stores. Alternatively, it was used for travel expenses such as petrol, airfares, accommodation and utility bills, respectively. The average monthly spending per credit card was from 5,001 to 10,000 baht. The most preferred type of credit card reimbursement was the monthly minimum payment.

Moreover, the study revealed the results of marketing mix factors affecting consumer decision towards the use of Krung Thai Bank credit cards in the targeted area that security aspect played the most important role, followed by the process factor and convenience of access and application, while technology factors that affected the use of credit card played a significant role as well. The results of the study on factors influencing the respondents not to use the Krung Thai Bank credit cards found that personnel from other banks provided better quality of services and better explanation about their credit card products. Furthermore, the application and approval procedures for credit card of other banks were easier, and they offered wider range of promotions and privileges.

**Keywords:** Decision, Credit Card

### ที่มาและความสำคัญ

ระบบการแลกเปลี่ยนเริ่มต้นขึ้นจากความต้องการสิ่งของเครื่องใช้และปัจจัยต่างๆของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ไม่สามารถผลิตเองได้ทั้งหมด หากผลิตได้แต่มีมากเกินไปจนจำเป็น จึงจะนำสิ่งของที่มีอยู่ไปทำการแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น เราเรียกระบบแบบนี้ว่า ระบบแลกเปลี่ยนแบบของต่อของ (Barter System) ซึ่งระบบนี้มีข้อจำกัดและความไม่สะดวกในหลายด้าน เช่นปัญหาเรื่องความต้องการที่ไม่ตรงกัน ปัญหาของสิ่งของที่ใช้แลกเปลี่ยนกัน ปัญหาเรื่องมาตรฐานในการวัดมูลค่าของสิ่งของที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน ปัญหาเรื่องการแข่งขัน และปัญหาเกี่ยวกับการดูแลรักษาเป็นต้น จึงได้มีการพัฒนาระบบการแลกเปลี่ยน โดยเริ่มใช้สื่อกลางเป็นตัวแทนในการได้มาซึ่งสินค้าที่ตนต้องการ ระบบการแลกเปลี่ยนโดยใช้เงิน (Money System) จึงได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องด้วยเงินเป็นสิ่งที่มีความกำหนดไว้เพื่อใช้ในการชำระหนี้ ชำระค่าสินค้าหรือบริการ แต่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองการทำธุรกรรมให้สะดวกรวดเร็วขึ้น ทำให้ระบบการชำระเงินได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยอาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า จึงเกิดเป็นระบบการแลกเปลี่ยนด้วยบัตรเครดิต (Credit System) เป็นระบบการชำระเงินที่ใช้กันอย่างแพร่หลายที่ใช้ควบคู่กับการใช้เหรียญกษาปณ์และธนบัตร นอกจากนี้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ณ จุดขาย บัตรเครดิตยังใช้เพื่อการทำธุรกรรมในรูปแบบ อี คอมเมิร์ซ (E-Commerce) ผ่านคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต กับผู้อื่นที่อยู่ห่างไกลกันได้ (พรทิพย์ เจริญวิทย์, 2558) บัตรเครดิตหรือบัตรสินเชื่อ เป็นบัตรที่สถาบันการเงินต่างๆออกให้ลูกค้า เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนการใช้จ่ายด้วยเงินสด โดยปกติสถาบันการเงินจะได้รับค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเครดิตของลูกค้าเป็นรายปี แต่ปัจจุบันภาวะการแข่งขันเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดของลูกค้าบัตรเครดิต ผู้ให้บริการบางรายถึงกับยกเว้นการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือแม้กระทั่งค่าธรรมเนียม (Premium) ความปลอดภัยในความเสี่ยงอันเกิดจากการพกเงินหรือจากการมีค่านิยมเลียนแบบ การใช้ชีวิตที่หรูหรา เช่น กลุ่มเพื่อนที่มีรสนิยมใช้ของแพงก็มักจะบริโภคของแพงตามเพื่อที่จะได้ทัดเทียมกันหรือเพื่อรักษาระดับสถานะภาพทางสังคมแม้ว่าจะมีรายได้ที่

น้อยกว่า ความต้องการบริโภคสินค้าที่มากขึ้นประกอบกับการนำเสนอแคมเปญและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ผ่านบัตรเครดิต เช่น การใช้ผ่านบัตรเครดิตพร้อมรับส่วนลด ผ่อน 0% นานช่วงระยะเวลาหนึ่ง การให้เครดิตเงินคืน (Cash Back) การให้คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล เหล่านี้ล้วนดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น หากการใช้ที่ขาดวินัยทางการเงินมีการใช้ที่ไม่ระมัดระวัง จนไม่สามารถชำระคืนได้ทั้งหมด หรือกรณีผ่อนชำระค่าสินค้าหรือบริการเป็นจำนวนขั้นต่ำ (ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของยอดค่าใช้จ่ายทั้งหมด) จะก่อให้เกิดการกั๊กเงินระหว่างผู้ใช้บัตรเครดิตกับสถาบันการเงินที่ออกบัตรเครดิตนั้น ทำให้ผู้ใช้บัตรเครดิตมีภาระที่จะต้องจ่ายดอกเบี้ยตามอัตราที่สถาบันการเงินนั้นกำหนด บัตรเครดิตไม่เพียงให้ความสะดวกต่อผู้บริโภคเท่านั้น ร้านค้า และสถาบันการเงินก็ได้รับประโยชน์เช่นกัน ร้านค้าก็ขายของง่ายขึ้นจากช่องทางชำระเงินที่เพิ่มขึ้น สถาบันการเงินก็ได้รับผลตอบแทนจากค่าธรรมเนียม หรือ ดอกเบี้ย แต่การที่ผู้บริโภคใช้ผ่านบัตรเครดิตมากขึ้นนั้นก็ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้สินตามมามากขึ้นด้วยเช่นกันการที่บัตรเครดิตได้รับความนิยมในสังคมปัจจุบันทั้งนี้เนื่องจาก การถือบัตรเครดิตจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ที่ถือบัตรเครดิต เพราะไม่ต้องพกเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก ไม่ต้องชำระเงินหลังซื้อสินค้าในทันที และได้รับส่วนลดสิทธิพิเศษอื่น ๆ อีกมากมาย อย่างไรก็ตาม การใช้ที่สะดวกทำให้เกิดหนี้เสียเป็นอย่างมาก นอกจากนี้งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่พบว่าเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เช่น ปันดดา นวลนาค (2551) ศึกษาพฤติกรรม การใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา สมพิศ ทับยัง (2553) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีการ กันธาทิพย์ (2555) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในจังหวัดพะเยา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เปี่ยมสุข ดิเอี่ยม (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของข้าราชการในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ยังมีค่อนข้างน้อยและงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่พบว่าเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมเป็นส่วนหนึ่ง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตและศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยของประชาชน ในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ขึ้นมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และรวมถึงกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

## วิธีการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง จากประชากรในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 20 -60 ปี การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วยรายละเอียดแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของธนาคารกรุงไทย และพฤติกรรมการใช้บริการเครดิตของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างว่าใช้งานบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยหรือไม่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครดิต ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ จำนวนบัตรเครดิตที่ครอบครอง ระยะเวลาที่ถือครองบัตรเครดิต จุดประสงค์หลักการใช้งาน จำนวนครั้งการใช้งานต่อเดือน สถานที่ที่ใช้งานบัตรเครดิต ประเภทสินค้าและบริการที่ชำระด้วยบัตรเครดิต จำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน วิธีการชำระเงินคืนบัตรเครดิต เป็นคำถามแบบปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 3 สาเหตุทำให้ไม่เลือกใช้บริการเครดิตของธนาคารกรุงไทย ได้แก่ บัตรเครดิตของสถาบันการเงินอื่นให้อรรถประโยชน์ที่สูงกว่า มีบัตรเครดิตที่ถือครองหลายใบอยู่แล้ว อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าบัตรอื่นๆ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของธนาคารกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งปัจจัยด้านต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานง่าย

เป็นคำถามปลายปิด มาตรฐานแบบประมาณค่า(Rating Scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความมีผล	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากส่วนที่ 1 และส่วนที่ 4 ของ

แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและนำเสนอในรูปแบบตาราง ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีและจะนำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและทำการแปลผลของระดับค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยหาความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตาราง

### ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 32.4 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานของรัฐโดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	182	45.5
หญิง	218	54.5
<b>อายุ</b>		
20-29 ปี	209	52.3
30-39 ปี	117	29.3
40-49 ปี	52	13.0
50 -60 ปี	22	5.5
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	265	66.3
สมรส	133	33.3
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2	0.5

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>	15	15.0
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	79.5
ระดับปริญญาตรี	6	5.5
สูงกว่าปริญญาตรี		
<b>อาชีพ</b>	205	51.3
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	42	10.5
ธุรกิจส่วนตัว	115	28.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	0.8
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ผู้เกษียณอายุ	35	8.8
พนักงานบริษัทเอกชน		
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
15,001-30,000 บาท	307	76.8
30,000-45,000 บาท	82	20.5
45,001-60,000 บาท	3	0.8
มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป	8	2.0

ที่มา : จากการศึกษา

## 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พิจารณาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับมีจำนวนเพียงพอ รองลงมาคือ ความสวยงามของบัตรเครดิต ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บกรณีชำระเงินไม่เต็มมูลค่าที่ใช้ไปมีความเหมาะสม รองลงมาคือ การเก็บค่าธรรมเนียมการใช้บัตรแรกเข้าและรายปีมีความเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง จำนวนร้านค้าที่รองรับการใช้งานบัตรเครดิตจำนวนมาก รองลงมาคือ ได้รับความสะดวกจากช่องทางบริการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ใช้อยู่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง การผ่อน 0% จากการใช้บัตรเครดิต รองลงมาคือ การได้รับเครดิตเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต ปัจจัย

ด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ในเรื่อง มีกระบวนการแก้ไขปัญหาจากการใช้ บริการบัตรเครดิตเมื่อเกิดปัญหาได้รวดเร็ว รองลงมาคือ ขั้นตอนในการบริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ปัจจัยด้าน บุคคลมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง พนักงานผู้ให้บริการเกี่ยวกับการใช้งานบัตรเครดิต ครบถ้วน รองลงมาคือ พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ความชำนาญเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการหรือข้อ สงสัยลูกค้า และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก ในเรื่อง สถานที่ ให้บริการตกแต่งสวยงามน่าใช้บริการ รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงามน่าใช้บริการ

พิจารณาปัจจัยด้านการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการใช้งานมี อิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีระบบป้องกันการปลอมแปลงข้อมูลที่มีความ น่าเชื่อถือ รองลงมาคือ มีระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลลูกค้าที่น่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการใช้ งานง่ายมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ในเรื่อง การพกพาบัตรเครดิตมีความสะดวก สามารถ ใช้แทนเงินสดได้ดีกว่า และ ขั้นตอนการใช้บัตรเครดิตไม่ยุ่งยากซับซ้อนและสามารถเรียนรู้การใช้งานบัตร เครดิตได้ง่าย (ตารางที่ 2)

**ตารางที่ 2** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิต ใน เขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	สรุปผลค่าเฉลี่ย
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>		
ความมีชื่อเสียงของธนาคารผู้ออกบัตรเครดิต	3.85	มาก
ความสวยงามของบัตรเครดิต	3.90	มาก
วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับมีจำนวนเพียงพอ	4.20	มาก
บัตรเครดิตมีให้เลือกหลากหลายประเภทเหมาะกับรูปแบบดำเนินชีวิต	3.70	มาก
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>		
การเก็บค่าธรรมเนียมการใช้บัตรแรกเข้าและรายปีมีความเหมาะสม	3.76	มาก
อัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บกรณีชำระเงินไม่เต็มมูลค่าที่ใช้ไปมีความเหมาะสม	3.94	มาก
การเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม	3.00	ปานกลาง



ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิต ในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	สรุปผลค่าเฉลี่ย
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>		
ธนาคารผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอสามารถติดต่อเพื่อขอทำบัตรเครดิตได้สะดวก	3.20	ปานกลาง
มีช่องทางในการชำระหนี้บัตรเครดิตที่หลากหลาย	3.50	มาก
มีความสะดวกจากช่องทางการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ใช้อยู่	4.04	มาก
จำนวนร้านค้าที่รองรับการใช้งานบัตรเครดิตจำนวนมาก	4.44	มากที่สุด
จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอในการใช้งาน	3.87	มาก
	3.85	มาก
	4.47	มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย</b>	3.93	มาก
ส่วนลดจากการใช้บัตรเครดิตการผ่อน 0 % จากการใช้บัตรเครดิต	3.56	มาก
การได้รับเครดิตเงินคืนจากการใช้บัตรเครดิต		มาก
การสะสมคะแนนเพื่อแลกรับส่วนลดหรือเพื่อแลกรับของรางวัลจากการใช้บัตรเครดิต		มากที่สุด
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>		
ธนาคารอนุมัติบัตรเครดิตได้รวดเร็ว	3.76	
ธนาคารผู้ให้บริการมีการจัดลำดับการให้บริการได้เป็นอย่างดี	4.25	
ขั้นตอนในการบริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.48	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิต ในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	สรุปผลค่าเฉลี่ย
มีกระบวนการแก้ไขปัญหาจากการใช้บริการบัตรเครดิตเมื่อเกิดปัญหาได้รวดเร็ว	4.81	มากที่สุด
ใบแจ้งหนี้แสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง	4.11	มาก
<b>ปัจจัยด้านบุคคล</b>		
พนักงานผู้ให้บริการเกี่ยวกับการใช้งานบัตรเครดิตครบถ้วน		
พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ความชำนาญเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการหรือข้อสงสัยลูกค้า	4.19	มาก
พนักงานผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ได้อย่างรวดเร็ว	4.17	มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความเสมอภาค		
พนักงานผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดีพูดจาสุภาพ	3.55	มาก
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
สถานที่ให้บริการมีความสะอาด	3.91	มาก
พื้นที่ให้บริการกว้างขวางสะดวก	4.07	มาก
สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงามน่าใช้บริการ	3.99	มาก
สถานที่มีที่นั่งในการรอใช้บริการที่เพียงพอ	4.07	มาก
สถานที่ให้บริการตกแต่งสวยงามน่าใช้บริการ	4.19	มาก
	4.02	มาก
	4.25	มากที่สุด

ที่มา: จากการศึกษา

### 3. การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานบัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ถือครองบัตรของธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 76.3 โดยถือครองบัตรเฉลี่ยคนละ 3 ใบ เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต เพราะ ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี และสามารถใช้จ่ายเงินสดล่วงหน้าได้ ประเภทของบัตรเครดิตที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บัตรวีซ่า ในรอบ 1 เดือนมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต 4 – 6 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต คือ เพื่อชำระสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าทั่วไป รองลงมาคือเพื่อการใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน โดยชำระคืนแบบชำระเป็นจำนวนขั้นต่ำ ร้อยละ 60.8 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน

บัตรเครดิตในเขตอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย จำนวน 307 คน และผู้ที่ไม่ถือครองบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย จำนวน 93 คน ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้ไม่เลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่เลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยว่าการให้บริการและการอธิบายผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตของพนักงานธนาคารอื่น ๆ ดีกว่าและขั้นตอนการสมัครและการอนุมัติบัตรเครดิตของธนาคารอื่นง่ายกว่า คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมาให้เหตุผลว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่นมีโปรโมชั่น สิทธิประโยชน์ ร่วมรายการกับร้านค้าอื่นมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 48.4 และ อัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตธนาคารอื่นถูกกว่าของธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 18.3 (ตารางที่ 3)

**ตารางที่ 3** พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
<b>การถือครองบัตรเครดิต</b>		
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	307	76.8
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	165	41.3
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	143	35.8
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	40	10.0
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	139	34.8
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	32	8.0
ธนาคารออมสิน	99	24.8
อื่นๆ เช่น UOB City Bank	98	24.5
<b>จำนวนบัตรที่ถือครอง</b>		
1 ใบ		
2-3 ใบ	66	16.5
4-5 ใบ	250	62.5
มากกว่า 5 ใบ	80	20.0
	4	1.0
<b>เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต</b>		
ขนาดบัตรมีความกะทัดรัด สวยงามและมีหลายประเภทให้เลือกใช้งาน		
ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี และสามารถใช้จ่ายเงินสดล่วงหน้าได้		
การสมัครง่ายมีพนักงานให้บริการหรือสามารถติดต่อผ่าน call center ให้คำปรึกษาได้ตลอด 24 ชั่วโมง	127	31.8
	149	37.3
	117	29.3

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่(ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
การอนุมัติใช้งานบัตรมีความรวดเร็ว และมีแอปพลิเคชันช่วยตรวจสอบเรื่องค่าใช้จ่าย	143	35.8
โปรโมชั่นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การสะสมคะแนน ส่วนลด	101	25.3
<b>ประเภทบัตรเครดิต</b>		
บัตรวีซ่า		
บัตรมาสเตอร์การ์ด	279	69.8
<b>ความถี่ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (ใน 1 เดือน)</b>	121	30.3
1-3 ครั้ง		
4-6 ครั้ง		
7-9 ครั้ง	182	45.50
<b>วัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต</b>	215	53.75
เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป	3	0.75
เพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์		
เพื่อการใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมันรถ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก		
เพื่อชำระค่ารักษาพยาบาล และค่าประกันต่างๆ		
เพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า		

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่(ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
<b>จำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 5,000 บาท	101	25.3
5,001-10,000 บาท	251	62.8
10,001-15,000 บาท	48	12
<b>วิธีการชำระเงินคืนบัตรเครดิต</b>		
ชำระเป็นจำนวนขั้นต่ำ	243	60.8
ชำระแบบเต็มจำนวน	118	29.5
ชำระแบบระบุจำนวน	39	9.8

ที่มา: จากการศึกษา

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตและการไม่เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในเขต อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับผู้เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทย

1.1 จากการศึกษาคะแนนที่กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บัตรเครดิต ในเรื่องของโปรโมชั่นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจ เช่นการสะสมคะแนน ผู้ใช้บริการยังเลือกเป็นเหตุผลส่วนน้อย ดังนั้นธนาคารควรพิจารณาโปรโมชั่นหรือกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆที่น่าสนใจ เช่นคะแนนสะสม และแลกคะแนน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการได้ทันที ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.2 จากการศึกษาประเภทบัตรกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้คือ บัตรวีซ่า ดังนั้นธนาคารควรทำโปรโมชั่นทางการตลาด เพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการใช้บัตรมาสเตอร์ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นเพื่อสิทธิประโยชน์ที่ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.3 จากการศึกษาด้านราคาภาพรวม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องการเก็บค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้ามีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรพิจารณาลดอัตราค่าธรรมเนียมการเบิกเงินสดล่วงหน้าลง จะทำให้มีการใช้งานในส่วนของการเบิกเงินสดล่วงหน้าเพิ่มขึ้น

1.4 จากการศึกษาด้านสถานที่ภาพรวม เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าในเรื่องของการมีช่องทางในการชำระหนี้บัตรเครดิตที่หลากหลาย ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มช่องทางในการชำระหนี้ให้เพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นธนาคารควรทำเครื่องชำระบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทยโดยเฉพาะแยกจากเครื่อง ATM เพื่อความสะดวกสบายและลดขั้นตอนในการชำระได้เร็วและสะดวกมากขึ้น

1.5 จากการศึกษาด้านส่งเสริมการขายภาพรวมพิจารณาในรายละเอียดแล้วจะเห็นได้ว่า การสะสมคะแนนเพื่อแลกรับส่วนลดหรือเพื่อแลกรับของรางวัลจากการใช้บริการบัตรเครดิต ดังนั้นธนาคารควรพิจารณาเพิ่มโปรโมชั่นในการสะสมคะแนนเพื่อแลกรับส่วนลดหรือเพื่อแลกรับของรางวัลจากการใช้บริการบัตรเครดิตให้เพิ่มมากขึ้น และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของรางวัลในการใช้คะแนนให้มากยิ่งขึ้นและเข้าถึงผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

### 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับผู้ไม่เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทย

2.1 จากการศึกษาผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทยพบว่า การให้บริการและการอธิบายผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตของพนักงานธนาคารอื่นๆดีกว่า ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาทักษะบุคลิกภาพและเทคนิคการให้บริการลูกค้าความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้กับพนักงานเพิ่มมากขึ้น

2.2 จากการศึกษาผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงไทยพบว่า ขั้นตอนการสมัครและการอนุมัติบัตรเครดิตของธนาคารอื่นง่ายกว่า ธนาคารควรปรับขั้นตอนเงื่อนไขในการสมัครบัตรและการอนุมัติบัตรให้ สะดวกรวดเร็วมากขึ้นเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ในปัจจุบัน และตามการแข่งขันที่มีเพิ่มสูงขึ้น

ดังนั้นธนาคารควรปรับขั้นตอนการอนุมัติบัตรให้เร็วขึ้นในส่วนลูกค้าที่เอกสารครบถ้วนภายใน 30 นาที พร้อมรับบัตรเครดิตได้ในวันที่อนุมัติ และปรับคุณสมบัติในการสมัครให้รัดกุม สำหรับผู้ที่มีความสามารถในการชำระหนี้คืน การที่อนุมัติง่ายเกินไปไม่มองถึงความสามารถในการชำระหนี้ฐานะทางการเงินของผู้สมัครอาจจะทำให้เกิดการเป็นหนี้เสียในอนาคตได้

## เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ปัญญาพัฒน์. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรรณิการ์ กัณธาทิพย์. 2555. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครดิตของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยในจังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. 2558. หนี้เสียบัตรเครดิตไตรมาส3 พุ่ง. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://daily.bangkokbiznews.com/detail/227435>. (24 เมษายน 2561).
- กฤติกา ลีละเศรษฐกุล. 2549. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครดิต กรณีศึกษา: ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ แบงก์กิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (เอชเอสบีซี). วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. 2553. การสื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร. อมรรการพิมพ์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2560/ThaiPDF/25600203.pdf>. (27 กุมภาพันธ์ 2561).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตปี2556-2560. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา [www2.bot.or.th/statitics/ReportPage.aspx?reportID=757&language=th](http://www2.bot.or.th/statitics/ReportPage.aspx?reportID=757&language=th). (27 กุมภาพันธ์ 2561).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2561. ข้อมูลการใช้บัตรเครดิตปี พ.ศ.2554-2559. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา [www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=683&language=TH](http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=683&language=TH). (27 กุมภาพันธ์ 2561).
- ปนัดดา นวลนาค. 2551. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครดิตธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เปี่ยมสุข ดิเอี่ยม. 2558. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครดิตของข้าราชการในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์. 2558. การเงินการธนาคาร. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. 2555. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภัทราวดี วงศ์สุเมธ. 2556. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนผ่านเว็บ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มนัสวี มาลา. 2549. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ระบบสถิติทะเบียนออนไลน์. 2561. จำนวนประชากรอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2560. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/>.

รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา: ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ Diamond in business world.

สมพิศ ทับยัง. 2553. ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

สุพรรณการ์ มรรคาสกุล. 2555. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดความจงรักภักดีในการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษาผู้ใช้บัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอยูโพลล์. 2559. พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนกรุง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.ryt9.com/s/abcp/2599303>.

Kotler and Armstrong. 2011. Principle of Marketing. 13 th Edition. Pearson Education.

Taro Yamane. 1973. Statistic: An Introductory Analysis. 3rdED. New York. Harper and Row Publication.

The Chartered Institute of Marketing (CIM). 2009. Marketing and the 7ps a brief summary of marketing and how its work. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.cim.co.uk/media/4772/7ps.pdf>