การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

รัตนาภรณ์ บุญแต่ง*
ดร.วิษณุ วงศ์สินสิริกุล**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพสมบูรณ์ได้ จากประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แบบสอบถามที่ใช้วิเคราะห์มี จำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ค่าสถิติ (Chi-Square Test)

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหรือพนักงานของรัฐ มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับหัวหน้างานหรือพนักงาน/เจ้าหน้าที่เทียบเท่าระดับชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 60.75 ผลการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เหตุผลผู้ตอบแบบสอบถามเลือกถือบัตรเครดิตเพราะ

---

* นักศึกษาหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ขนาดบัตรกะทัดรัด ออกแบบสวยงาม และมีให้เลือกหลายประเภท บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันและที่ใช้บ่อยที่สุดคือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด การใช้บริการผ่านบัตรสัปดาห์ละครั้งในรอบ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบัตรเครดิตจากบุคคล/พนักงานธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 39.00 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากสุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ ด้านราคา ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ความเป็นมาของการวิจัย

ในยุคปัจจุบันเป็นการเปลี่ยนผ่านของโลกโลกาภิวัตน์ (Globalization) เข้าสู่โลกแห่งเทคโนโลยี (IT) ที่เน้นการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่มากขึ้น และรุนแรงขึ้น เพื่อก้าวให้ทันกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมณฑลของกรุงเทพมหานครอย่างสมุทรปราการ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นที่ว่าสภาพสังคมบริโภคนิยมนั้นย่อมมีการปฏิสัมพันธ์กันของการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายตามหลักกลไกตลาด (อุปสงค์-อุปทาน) ที่เงินตรายังคงทำหน้าที่สื่อกลางของการซื้อขายแลกเปลี่ยนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเงินสดยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันบัตรพลาสติกหรือบัตรเครดิตนั้นก็ได้รับความนิยมและแพร่หลายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากบัตรเครดิตมีคุณสมบัติใกล้เคียงเงินสดอย่างมาก อาจเปรียบได้ว่า บัตรเครดิตคือเงินพลาสติก ขณะเดียวกันบัตรเครดิตมิได้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ทดแทนเงินสดเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆจากการเป็นผู้ถือบัตรเครดิตนั้น ๆ ตามแต่ละประเภทของบัตรเครดิต ความนิยมและแพร่หลายที่มากขึ้นของผู้ต้องการถือครองบัตรเครดิต ก่อให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการให้บริการและการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และสภาพแวดล้อมของจังหวัดในหัวเมืองใหญ่ ๆและปริมณฑลนั้นมีความใกล้เคียงกับกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมาก ในส่วนของจังหวัดสมุทรปราการก็เช่นเดียวกันที่อาศัยข้อได้เปรียบในเชิงพื้นที่ ศักยภาพของการค้า การลงทุน ดังจะเห็นได้จากการที่จังหวัดสมุทรปราการเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่ง เป็นเขตส่งเสริมการลงทุน(BOI) ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจในส่วนของจังหวัดสมุทรปราการขยายตัวมากขึ้นเป็นทวีคูณ

ซึ่งการเจริญเติบโตของเมืองผ่านตัวเลขเศรษฐกิจของจังหวัดสมุทรปราการรวมถึงการอพยพของประชากรก่อให้เกิดการอุปโภคและบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ในลักษณะสังคมเมืองเน้นความสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย โดยที่สื่อกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนในการอุปโภค บริโภคไม่จำกัดเฉพาะเงินสด หากแต่บัตรเครดิตยังคงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องอันสะท้อนได้ว่าค่านิยม ทัศนคติ ของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคม จึงเป็นที่มาที่ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพานิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการเลือกถือบัตรเครดิตของประชาชนผู้ใช้บริการให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

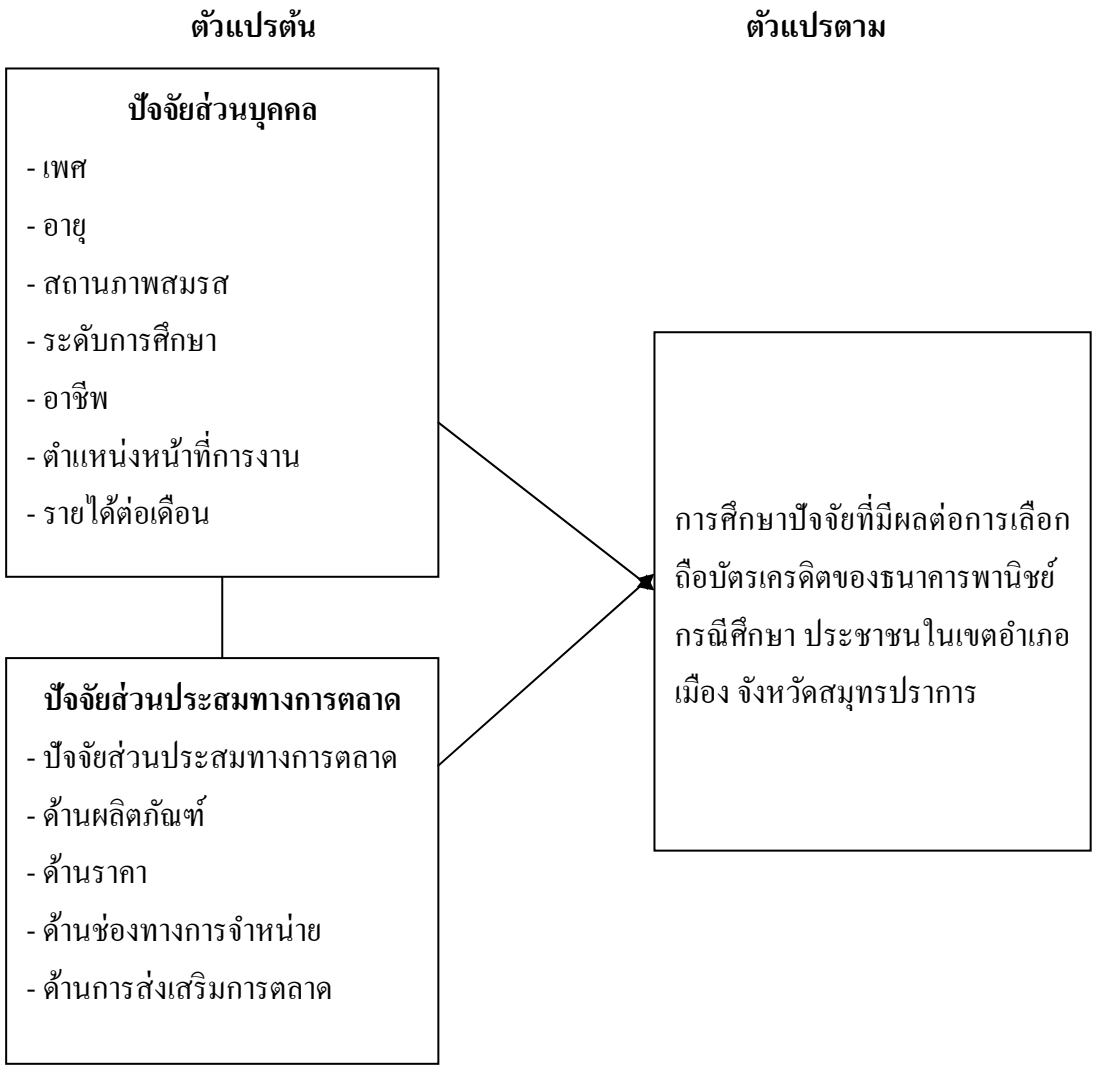
1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพานิชย์ กรณีศึกษาประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ นั้น ทำให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้เลือกถือบัตรเครดิต ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการการตลาด และปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต โดยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

4. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์

5.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ รวม 108,547 คน (รายงานสถิติจำนวนประชากร ประจำปี 2556(http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData.php?rcode=11&statType=1&year=56)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประชากร จะเลือกจำนวนประชากร และกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) และขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ เท่ากับ 400 คน โดยความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้ในการเลือกตัวอย่างไม่เกินร้อยละ 5% หรือ 0.05 โดยจะทำการแจกแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษา

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แยกวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะบุคคล และการทดสอบหาความสัมพันธ์ ไค-สแควร์ เป็นการทดสอบความสอดคล้องของข้อมูล

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหรือพนักงานของรัฐ มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับหัวหน้างานหรือพนักงาน/เจ้าหน้าที่เทียบเท่าระดับชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 60.75 ผลการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของบมจ.ธนาคารกรุงไทย เหตุผลผู้ตอบแบบสอบถามเลือกถือบัตรเครดิตเพราะขนาดบัตรกะทัดรัด ออกแบบสวยงาม และมีให้เลือกหลายประเภท บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันและที่ใช้บ่อยที่สุดคือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด การใช้บริการผ่านบัตรสัปดาห์ละครั้งในรอบ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบัตรเครดิตจากบุคคล/พนักงานธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 39.00 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากสุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ ด้านราคา ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจ

เลือกใช้บัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากสุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคในเขตและจังหวัดอื่น ๆ ที่มีสภาพแตกต่างไปจากอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงและความแตกต่างกันของแต่ละพื้นที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตได้

2. ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้บัตรเครดิตเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและนำผลที่ได้รับมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต เช่น พฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ความพึงพอใจต่อการใช้บัตรเครดิต วงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลและวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่อไป

4. ควรมีการศึกษาข้อมูลในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง และนำเอาข้อมูลที่ได้รับไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรกฎ กฎีศรี (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของนักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจ รุ่น 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : บรษัท ธรรมสาร จำกัด.

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร์ พ.ศ. 2555". กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. เข้าถึงได้จาก : http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData.php?rcode=11&zstatType=1&year=56

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร จำแนกตามภาคและจังหวัด 2555.

เดช กาญจนางกรู. (2539). **จุลเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น.** เชียงใหม่: โครงการตำรา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2539). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพ: สำนักพิมพ์ วีอินเตอร์พริ้นท์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **บทความ สถานการณ์บัตรเครดิตใน ประเทศไทย.** เข้าถึงได้จาก :http://www.bot.or.th/Thai/LawsAndRegulations/Pages/Law_8.aspx, 2553.

ธนาคารแห่งประเทศไทย มีนาคม 2555 – มีนาคม 2557. เข้าถึงได้จาก : http://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/WebsiteFI/Pages/instList.aspx ,2557.

บงกช นนทสิทธิ์. (2548). **ปัจจัยกำหนดการเลือกใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประพันธ์ เศวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย. (2544). **หลักเศรษฐศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมลดา วงษ์วิกิจการ. (2547). **เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของพนักงานธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมวิทยา ประยุกต์) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2541). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพ : ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. รายงานสถิติจำนวนประชากร ประจำปี 2556 เข้าถึงได้จาก : http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData.php?rcode=11&statType=1&year=56)

วันวิสา แจ้งสาร. 2550. **ปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2554. **ธุรกิจบัตรเครดิตปี กระต่าย: แข่งขันเข้มข้นเพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมบัตรเครดิต.** เข้าถึงได้จาก : http://www.kasikornresearch.com/ K-EconA.

สุดชีวิน ชมเสวก. 2548. **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบัตรเครดิตกับอัตราการหมุนเวียนเงิน และความสามารถของบัตรเครดิตในการทดแทนเงิน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Etzel, Michael J., Bruce J. Walker and William J. Stanton., (2004). **Marketing.** (13thed.). Boston : Mcgraw-Hill,Inc.

Kotler, P. and Bloom, P.N. (1984). **Marketing Professional Services**, New Jersey: Prentice-Hall.

Loudon, Dvid L.and Della, Bitta Albert.J. (1993). **Consumer Behavior.** 4th Editon, New York: McGraw-Hill.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2000). **Consumer behavior.** (7th ed.). New Jersey: Prentice- Hall.

Yamane, Taro. (1967). **Statistic :an Introduction Analysis** (2rd ed.). New York. Harper & Row.