

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของ
ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย

ผู้เขียน

นางอรทัย จงประเสริฐ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์
ผศ.สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ
อ.คมสัน สุริยะประธานกรรมการ
กรรมการ
กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ 4 สาขา คือ สาขาเชียงราย สาขาอ้อย เวียงชัย สาขาอ้อย บ้านดู่ และสาขาสี่แยกแม่กรณ์ จำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และลำดับความสำคัญ

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรสแล้วประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นลูกค้ากับธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่า 5 ปี

การศึกษากฎกรรมในการใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์พบว่า ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิต 1 บัตร จำนวนเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่จะใช้ในการเบิกถอนเงินสดจากตู้เอ.ที.เอ็ม ณ สาขาของธนาคาร มีความถี่ในการใช้บัตรสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ลูกค้ามีความพอใจในการถือบัตรเครดิตระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บัตรเดบิตของธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยผู้ใช้บริการ และปัจจัยด้านตัวบัตร ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายละเอียดของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์นั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ธนาคารไทยพาณิชย์มีการประชาสัมพันธ์เจาะลูกค้าเป็นรายกลุ่ม ส่วนปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ธนาคารไทยพาณิชย์มีพนักงานจำนวนมากในการให้บริการแก่ลูกค้า สำหรับปัจจัยด้านราคานั้น ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมจากการใช้บริการ โอนเงิน, ชำระค่าสินค้า และบริการลูกค้า การใช้บริการบนเคาน์เตอร์ของธนาคาร สำหรับปัจจัยด้านผู้ใช้บริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ผู้ใช้บัตรเดบิตมีรสนิยมหรือความชอบในการใช้บัตรเดบิตมากกว่าเงินสด และปัจจัยอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านตัวบัตร ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ บัตรเดบิตสามารถชำระค่าสินค้าและบริการมากกว่า 100 บริษัทผ่าน LASER ATM

Independent Study Title	Factors Affecting the Choice of Using Debit Card Among the Clients of Siam Commercial Bank in Mueang District, Chiang Rai Province
Author	Mrs. Orathai Jongprasert
Degree	Master of Economics
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof. Pornthip Thiantheerawit Chairperson Asst.Prof. Suraporn Wisitsuwan Member Lect.Komsan Suriya Member

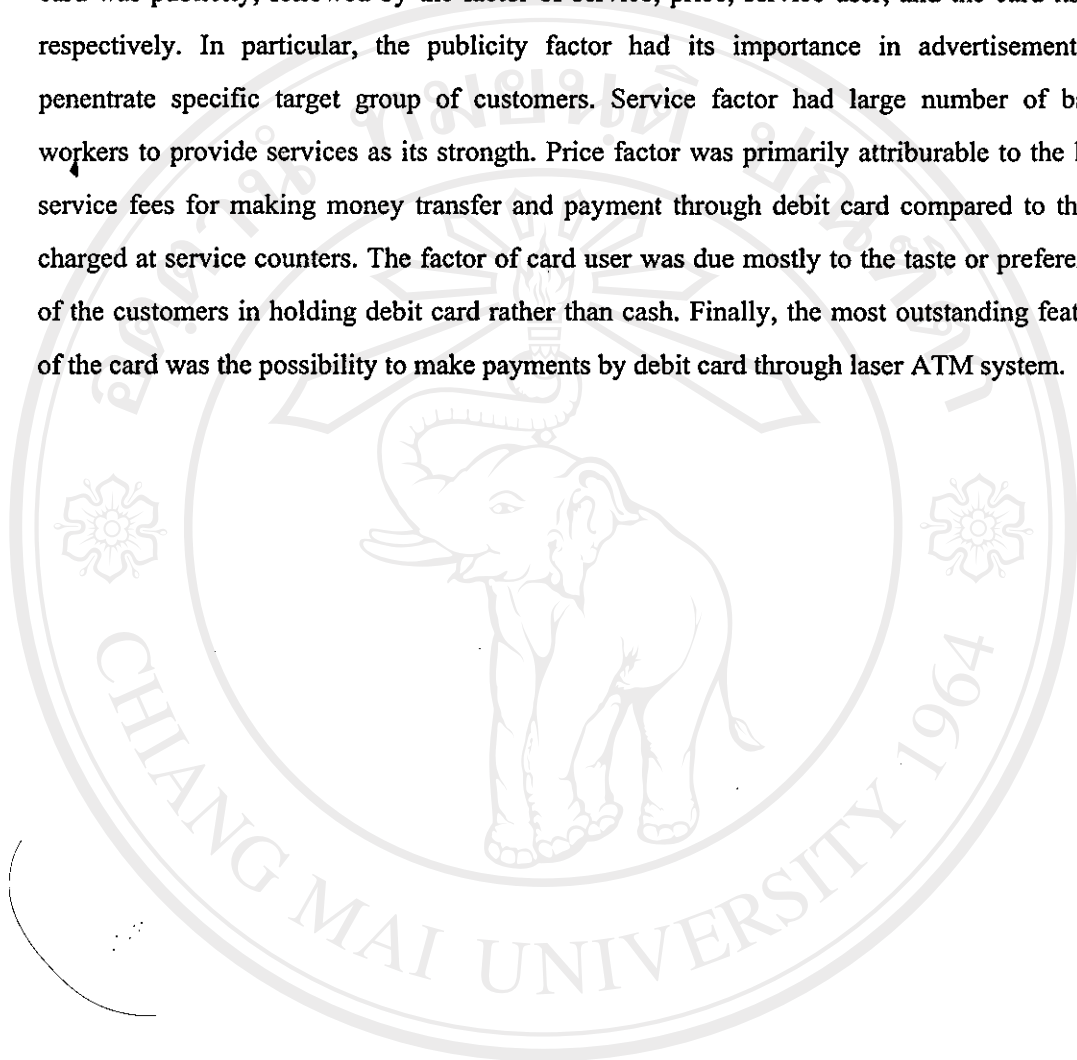
ABSTRACT

This study aimed to examine customers' behavior in using debit card services provided by Siam Commercial Bank and analyze the factors determining the customers' choice in using this debit card services in Mueang District of Chiang Rai Province. Questionnaires were used to collect information from 300 samples of Siam Commercial Bank's customers in four bank branches including Chiang Rai and Makorn intersection branches, and Wiang Chai and Ban Du sub-branches. Analyses were based on descriptive statistics and priority ranking.

The study results revealed that the majority of bank customers were female, slightly more than the number of male; generally between 20-30 years of age, married, private business employee, bachelor's degree graduate, with less than 10,000 baht average monthly income, and having been the client of Siam Commercial Bank for more than five years.

On debit card using behavior, most sample under study were found to hold one debit card, make less than 5,000 baht per transaction, make cash withdrawal as major transaction from ATM facilities in the bank branches, utilize the card on the average once a week, and they were moderately satisfied with their holding of this debit card

The factor most influential in determining the choice of customers to hold SCB debit card was publicity, followed by the factor of service, price, service user, and the card itself, respectively. In particular, the publicity factor had its importance in advertisement to penetrate specific target group of customers. Service factor had large number of bank workers to provide services as its strength. Price factor was primarily attributable to the low service fees for making money transfer and payment through debit card compared to those charged at service counters. The factor of card user was due mostly to the taste or preference of the customers in holding debit card rather than cash. Finally, the most outstanding feature of the card was the possibility to make payments by debit card through laser ATM system.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved