

“สมาร์ทเฟิร์ส” 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 โดยรู้จักผ่านสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 48.0 ใช้บริการผ่านบัตรในลักษณะชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 36.2 มีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 4-7 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 31.0

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตร “สมาร์ทเฟิร์ส” ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดอันดับแรก คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รูปแบบการให้บริการมีหลากหลาย เช่น บริการโอนเงินผ่านบัตร อันดับสองรองลงมาคือด้านสถานที่คือร้านค้าที่รับบัตรเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง อันดับสามคือด้านการส่งเสริมการตลาดคือการโฆษณาทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ อันดับสี่ด้านกระบวนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ชับช้อน สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้รวดเร็ว อันดับห้าด้านการมีชื่อเสียงและความนิยมของร้านค้าที่รับบัตร อันดับหกด้านราคา คือค่าธรรมเนียมบัตร 250 บาทต่อ 3 ปี และอันดับเจ็ดคือด้านพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินสดดิจิทัล “สมาร์ทเฟิร์ส” กับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับอายุของผู้บริโภค จำนวนบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บริการ และระยะเวลาที่ผู้บริโภคใช้บริการบัตรอิเล็กทรอนิกส์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศของผู้บริโภค ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัญหาในการใช้บริการบัตรเงินสดดิจิทัล “สมาร์ทเฟิร์ส” อันดับแรกคือร้านค้าที่รับบัตรยังมีไม่แพร่หลาย ปัญหารองอันดับสองคือขาดมาตรการที่ดีในการตรวจสอบการเป็นเจ้าของบัตร ปัญหาอันดับสามคือประเภทของการให้บริการบัตร “สมาร์ทเฟิร์ส” ยังมีทางเลือกที่ไม่หลากหลายพอ

Independent Study Title	Factors Affecting Consumers' Choice of "Smart Purse" Digital Cash-card in Chiang Mai Municipality		
Author	Miss Patimakorn Chaita		
Degree	Master of Economics		
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Kanya Kunthikan	Chairperson	
	Assoc. Prof. Thanes Sriwichailamphan	Member	
	Dr. Pairut Kanjanakaroon	Member	

ABSTRACT

This study had the objective to examine the determining factors for the use of "Smart Purse" digital cash-card among consumers in Chiang Mai Municipality area. Information and data were collected from 300 samples identified by accidentally sampling method as "Smart Purse" digital cash-card users, using questionnaire interview. The analysis was based on the results of descriptive statistics including frequency, percentage, and arithmetic mean and Chi-square test for relationship among factors at 0.05 statistically significant level.

The findings suggested the majority of consumers under study could be described as male (55.3%), aged 21-25 (45.3%), single (50.7%), bachelor's degree education (50.0%), student (39.3%), having 7,000-10,000 baht average monthly income (37.0%), remaining in parental family (48.7%), having used electronic card services for 3-6 years (42.3%), currently holding 4-6 electronic cards for use (50.7%), using debit card as the most popular electronic card apart from the "Smart Purse" card (30.3%), having known "Smart Purse" card for 1-2 years (36.7%), through television media (48.0%), using this card for goods and services payment (36.2%), and using this card 4-7 times per week (31.0%).

The most influential factor determining the consumer's choice for using "Smart Purse" card services was found to be the product factor as there exists a variety of transaction services namely money transfer, followed by the place factor as the shops accepting this card are opened 24 hours, the market promotion factor because there are regular advertisement programs on television and radio, the process factor for the simple procedure and speedy payment method, the popularity and reputation factor of the shops accepting this card, the price factor due to the annual fee of 250 baht per three years, and the personnel factor as they are ready and willing to provide services respectively.

The test of relationship between determining factors for choosing the use of "Smart Purse" card services and personal factors revealed that the decision to use "Smart Purse" card was associated with the age of consumer, the number of electronic cards currently in use, and the duration that the consumer had used electronic card services, but not associated with the gender factor, all at 0.05 level of statistical significance.

The primary problem encountered in the use of "Smart Purse" digital cash card was that the shops accepting this card were not widespread. The next important problem was the lack of good measure to verify the legitimate card holder, followed by the problem of inadequate alternatives for the use of "Smart Purse" card services.