

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน

ผู้เขียน

นางสาวจิรภา ลังกาพินธุ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร

กรรมการ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน และศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากลูกค้าที่เป็นพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่มาใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคารนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไคสแควร์

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ที่เลือกใช้บริการนี้กับธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.3 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 60 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 54.7 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 44.5 และอาศัยอยู่บ้านตนเองร้อยละ 41.8 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายประเภทบัตรเครดิต บัตรกดเงินสด ร้อยละ 32.9 จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 58.8 จำนวนรายการที่มาใช้บริการเฉลี่ย 1 รายการต่อเดือน

ร้อยละ 63.5 ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุดคือ 18.01-20.00 น. ร้อยละ 50.3 มูลค่าเฉลี่ยในการมาชำระค่าสินค้าและบริการของแต่ละครั้ง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 45.5

ผลการศึกษาปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทยพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ ความมีชื่อเสียง และความหลากหลายของประเภทการรับชำระ ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ เวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ ที่จอดรถสะดวก ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการ ความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์ในสาขา ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการ ในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทยพบว่า ลูกค้ายกย่องว่า ต้องเสียเวลารอคิวนานในช่วงวันสิ้นเดือนและต้นเดือน เนื่องจากจำนวนพนักงานไม่เพียงพอต่อการรับบริการของลูกค้า อีกทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวระบบการทำงานของโปรแกรมที่ใช้งานจะเกิดความล่าช้าและขัดข้อง รวมถึงสถานที่ค่อนข้างคับแคบ จึงไม่มีพื้นที่มากพอให้ลูกค้าจำนวนมากนั่งรอ

Independent Study Title	Factors Affecting Customers' Choice of Using Bill Payment of Employees in Northern Region Industrial Estate Through Krung Thai Bank, Big C Lamphun Sub-branch	
Author	Miss Jirapa Langkaphin	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Asst.Prof.Dr.Pairat Kanjanakaroon	Chairperson
	Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit	Member

ABSTRACT

The objective of the study was to discover the affecting customers' choice of using bill payment of employee in northern region industrial estate through Krung Thai Bank, Big C Lamphun Sub Branch, and to determine problems and hindrances occurred in bills and services payment. The sampling group was chosen from 400 employees working Northern Region Industrial Estate (Lamphun). The descriptive statistics, including frequency and percentage, was applied to analyze the characteristics of data. The Chi-square test was also employed to test the relations among data.

The research results showed that most customers who used the bills and services payment via this sub branch were males (51.3%), 20-30 years old (60%), holding bachelor's degree (51.7%), single (54.7%). Earn 10,001 – 20,000 Baht per month (44.5%) and live in their own residences (41.8%). Most population in sampling group spent through their credit card and cash card (58.8%), while 63.5% purchased only one item per month. Lastly, the period of time

these customers used payment service was 6 pm. – 8 pm. (50.3%) and the amount of bills and services payment each time was 5,001 – 10,000 Baht (45.5%).

The most influent three factors emerged from the study were; 1) product factor, such as brand reliability, brand reputation and the diversity of methods of payment, 2) place factor, including opening and closing time, service ease, well-organized parking lots and cleanse of the place, and 3) service factor, such as accuracy and safety of service, readiness and efficiency of equipment as well as convenience and speed of service, respectively.

Problems and hindrances found among sampling customers in using bills and services payment via a counter service of Krungthai Bank were time consuming in queuing, particularly the beginning and end of month. It resulted from inadequate staff relative to the number of customers. In addition, the delay and unsteadiness of computer system, together with less seats and space of service place leading about customer's dissatisfaction.