

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคิดของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
ในกรุงเทพมหานคร ต่อเคมายเดบิตการ์ด

ผู้เขียน นางนงนุช ปาริยะรังสี

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ชวณ สึงหจรัฐ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทักษะคิดของลูกค้านาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อ บัตรเดบิตกสิกรไทย มายเดบิตการ์ด ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจาก ผู้ใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร 8 สาขานำร่อง จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นลูกจ้าง /พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท รู้จักบัตรจากพนักงานธนาคารแนะนำ มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเคมายเดบิตการ์ด 3 ลำดับแรกคือ เลือกรูปถ่ายและออกแบบบัตรได้เอง รองลงมาได้แก่ เลือกเปลี่ยนรหัสลับประจำบัตรเพื่อความปลอดภัยในการใช้ และใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ (K-Contact Center) โดยใช้หมายเลขโทรศัพท์ 02-8888888 ของธนาคาร และมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติการใช้งานเคมายเดบิตการ์ด 3 ลำดับแรกดังนี้ ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมสมัครทำเคมายเดบิตการ์ด 150 บาท ทราบว่าธนาคารกสิกรไทยเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเคมายเดบิตการ์ด 200 บาท ทราบว่าการใช้เคมายเดบิตการ์ดโอนเงินชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางเอทีเอ็ม ทำได้ตั้งแต่เวลา 6.00-22.00 น. โดยไม่เว้นวันหยุดราชการ

ด้านความคิดเห็น ในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อ ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน การส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา

ซึ่งมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่อง สามารถเลือกรูปถ่ายและออกแบบบัตร เคมายเดบิตการ์ด ได้ เอง ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยในเรื่อง คำแนะนำของพนักงาน ธนาคารทำให้ท่านทราบข้อมูล ลับัตรเคมายเดบิตการ์ด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยในเรื่อง การสมัครทำบัตรผ่านเว็บไซต์ธนาคารสามารถรับได้ทุกสาขา ทั่วประเทศทำให้เกิดความสะดวก ด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยในเรื่อง เติมเงิน โทรศัพท่มือถือได้ทุกระบบโดยไม่มีค่าธรรมเนียม และมีอัตราค่าธรรมเนียมรายปีบัตรเหมาะสม ส่วนแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้บัตรเคมายเดบิตการ์ดเนื่องจาก รูปแบบบัตร และออกแบบบัตรได้เอง และในอนาคตอาจจะใช้เคมายเดบิตการ์ดเพิ่มขึ้น และแนะนำบุคคลอื่นให้ ใช้บัตร

Independent Study Title Attitude of Kasikornbank Customers in Bangkok Towards
K-My Dabit Card

Author Mrs. Noungnuch Pariyarangsee

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Chawapon Singhajarun

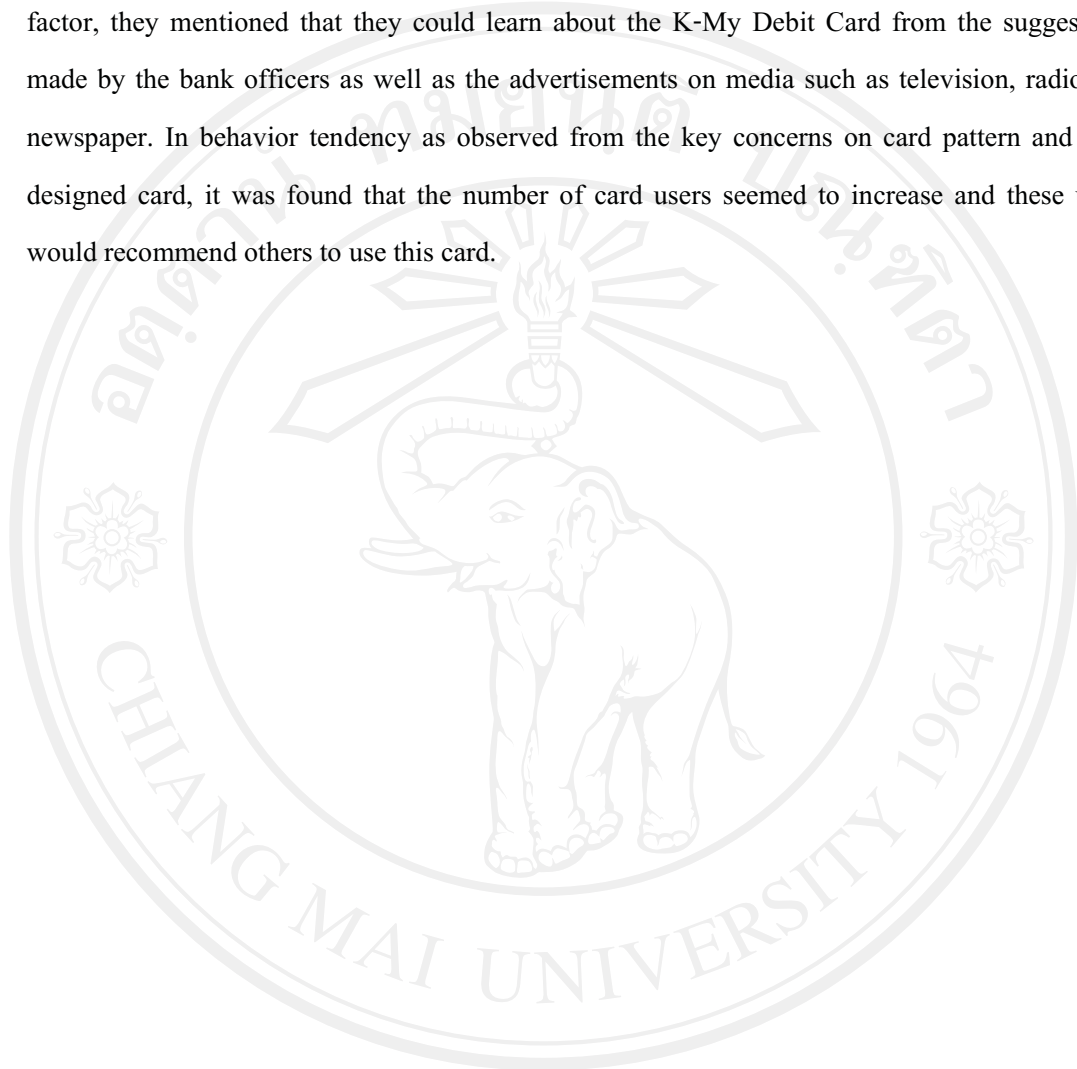
ABSTRACT

This independent study aimed to study attitude of Kasikorn Bank Customers in Bangkok towards K-My Debit Card. Data collection was done through questionnaires distributed in accordance with the quota sampling method to 400 customers from 8 branches of Kasikorn Bank in Bangkok. The statistics applied in this study were specified to frequencies, percentages and means.

The result showed that most respondents were single female in ages between 15-24 years old, holding Bachelor's degree, working as employee/private company officer and earning monthly income at less than 10,000 Baht in average. They were acknowledged about the K-My Debit Card from the recommendation made by bank officers and all knew about the added security done by changing card's PIN and the availability to perform banking transactions through K-Contact center at 02-8888888 as well as apply for the K-My Debit Card through the bank's website. In addition, they knew about its key feature which allowed them to transfer either product of service bill payment through ATM during 06.00-22.00 hrs even in the state holidays.

The findings on attitude towards marketing mix factors were shown as follows. In product factor, they preferred the availability to choose photo and design card by themselves and the diverse types of transaction to be done through the card as needed. In price factor, they preferred the availability to do airtime refills for all mobile networks without any charge and the appropriate annual card fee. In place factor, they preferred the convenience in applying for the

card through website and picking up the card at any bank's branches throughout the country. They also believed that the card application done at the bank was appropriate. In promotion factor, they mentioned that they could learn about the K-My Debit Card from the suggestions made by the bank officers as well as the advertisements on media such as television, radio and newspaper. In behavior tendency as observed from the key concerns on card pattern and self-designed card, it was found that the number of card users seemed to increase and these users would recommend others to use this card.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved