

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมการใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร
ผู้เขียน	นายวัฒนา ทองเข้ม
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	อาจารย์เอก บุญเจือ
	บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม.ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร และศึกษาปัญหาจากการใช้บัตรเอ.ที.เอ็ม.ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร โดยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยเฉพาะเจาะจง ผู้ถือบัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร จำนวน 378 คน แล้วนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ถือบัตรเอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน)สาขาสมุทรสาคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ส่วนมากไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน พฤติกรรมการใช้บัตรเอ.ที.เอ็ม. ส่วนใหญ่มีบัตรเอ.ที.เอ็ม. ก้นคนละ 1 บัตรโดยบัตรเอ.ที.เอ็ม. ที่ใช้มากที่สุดคือ บัตร เอ.ที.เอ็ม.ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เพราะว่ามีเงินเดือนเข้าบัญชีผ่านธนาคาร ระยะเวลาที่มีบัตรเอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 6 เดือน – 1 ปี โดยทางบริษัทที่ทำงานเป็นผู้แนะนำให้ใช้บัตร เอ.ที.เอ็ม. ส่วนวิธีการใช้ผู้ถือบัตร จะทำรายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีก่อนทำรายการถอนเงิน การถอนเงินส่วนใหญ่จะใช้บริการถอนเงินด่วนจำนวนเงิน 2,000 บาท บริการที่ใช้ผ่านตู้เอ.ที.เอ็ม. ส่วนใหญ่จะใช้บริการถอนเงินจากบัญชี เฉลี่ยใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง และ

ส่วนใหญ่จะใช้บริการในวันเงินเดือนออก ในช่วงเวลา 06.00 – 12.00 นาฬิกา การเลือกใช้บริการ จากตู้ เอ.ที.เอ็ม. ส่วนใหญ่ ผู้ถือบัตรจะเลือกใช้ตู้ เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารใดก็ได้ที่สะดวก และ ใกล้เคียงที่สุด

ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการเอ.ที.เอ็ม.ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วในการทำ บัตรเอ.ที.เอ็ม. และรอรับได้เลขมากที่สุด ด้านราคาในเรื่องค่าธรรมเนียม และค่าทำบัตร เอ.ที.เอ็ม. ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ด้านสถานที่และความสะดวกให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องเปิด บริการ 24 ชั่วโมง ด้านส่งเสริมการตลาดผู้ถือบัตรให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องการส่งเสริมป ชิงโชค ชิงรางวัล

สำหรับปัญหาที่ผู้ใช้บริการ เอ.ที.เอ็ม. พบมากที่สุด คือ ต้องรอกิวานาน และ ตู้ปิดบริการ บ่อยครั้ง ดังนั้นธนาคารควรมีการติดตั้งตู้ เอ.ที.เอ็ม. เพิ่มเติม และควรมีการปรับปรุง พัฒนาระบบ คอมพิวเตอร์ตลอดจนจัดพนักงานควบคุมดูแล เอ.ที.เอ็ม. ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดให้บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อบริการลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Behavior in Using A.T.M. Card of Bank of Ayudhya Public Company Limited at Samut Sakhon Branch

Author Mr. Vattana Thongyam

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Ek Bunchua

ABSTRACT

The objectives of this independent study were to study the customer behavior and problems in using A.T.M. card of Bank of Ayudhya Public Company Limited at Samutsakhon Branch. The data were collected by purposive sampling. The samples used for the study were 378 A.T.M. card users of Bank of Ayudhya Public Company Limited at Samutsakhon Branch. The data was analyzed by frequencies, percentages and means.

The results of the study were that most of the A.T.M. card holders were female, ageing between 21-25 years old and single. Their education were lower than high school. They were mostly private company employees with income ranged not over 5,000 baht per month.

For the A.T.M. usage behavior, they owned one A.T.M. card per person, and most of them used the A.T.M. cards of Bank of Ayudhya Public Company Limited as recommended by their employers because their salaries were deposited via the bank. Card holding period was mostly during 6 months to one year. For the usage method, the holders made balance enquiries before withdrawing which mostly was an express withdrawal of 2,000 baht. Most A.T.M. service used by the customers was the withdrawal from the accounts with the average of 1-2 times a month. Most of them used the A.T.M. service on the salary payment date, during 6.00 a.m. and noon from any A.T.M. booths of any nearest bank.

Factors affecting the use of A.T.M. cards of Bank of Ayudhya Public Company Limited at Samutsakhon Branch were as follows. The product factors; the respondents gave the

highest important level to the rapidness service of A.T.M. card application and the ability of pick up at once. The price factor was in a moderate important level as of usage fee and application fee. The place and convenience factor was at the highest important level as of 24-hour service. The highest important level of promotion factor was A.T.M. slip sweepstake.

For the problems from A.T.M. users, it was found that long-time queuing and frequently close of A.T.M. booths were important problems. The bank, therefore, should install more A.T.M. booths and improve the computer system to be efficient so that the customers would be highly satisfied with the service.

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire central scene is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved