

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคติของลูกค้ำธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน
ที่มีต่อบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต

ผู้เขียน นางสาวกัญชพร พรหมปัญญา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้ำธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูนที่มีต่อบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้ำที่เปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำพูน ที่ยังไม่ได้ใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย จากลูกค้ำของแต่ละสาขาในจังหวัดลำพูน จำนวน 6 สาขา ดังนี้ สาขาลำพูน สาขาบ้านโฮ้ง สาขาแม่ทา สาขานิคมอุตสาหกรรมลำพูน สาขาย่อยเทศบาลโกลด์สปีซ และสาขาย่อยบึงชีลำพูน แบ่งเก็บข้อมูลสาขาละ 67 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้วระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต จากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด รายละเอียดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจหรือทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มากที่สุด คือ ทราบว่าในกรณีที่เกิดรหัสผ่านผิดเกิน 3 ครั้ง เครื่องเอทีเอ็มจะยึดบัตรทันที ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบัตรกรุงไทย วิซ่าเดบิต มากที่สุด คือ ใช้เป็นบัตรบัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ประเภทบุคคลธรรมดา บัญชีใดบัญชีหนึ่ง หรือพร้อมกันทั้ง 2

บัญชีได้ และไม่แน่ใจมากที่สุด คือ สมักรทำบัตร ได้ทุกสาขาทั่วประเทศแม้จะไม่ใช้สาขาที่ตนเองมีบัญชีอยู่

ทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกหรือความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องพกเงินสด ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ไม่มีค่าธรรมเนียม เมื่อใช้บัตรในการชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จำนวนคู่มือที่เอื้อของธนาคารที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์การค้าหรือตลาด และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การส่งเสริมการขายโดยให้แต้มสะสมเมื่อซื้อสินค้าแล้วนำไปแลกของรางวัล

ทัศนคติด้านพฤติกรรมการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเดบิต วิชาอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) มากที่สุด สำหรับผู้ที่ไม่ได้ใช้บัตรกรุงไทย วิชาเดบิต เพราะอัตราค่าธรรมเนียมของบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตมีราคาสูงกว่าบัตรประเภทอื่น เหตุผลที่จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิตในอนาคตเพราะชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร สถานที่ที่จะใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต คือ ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำคนรู้จักให้ใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้รับแล้ว อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และแนวโน้มการใช้บริการบัตรกรุงไทย วิชาเดบิต พบว่า ผลการศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกรู้สึกชอบ และด้านพฤติกรรม ไม่แตกต่างกันมากนัก

Independent Study Title	Attitude of Customers of Krung Thai Bank Public Company Limited, Lamphun Province Towards the Krungthai Visa Debit Card		
Author	Miss Kanchaporn Prompanya		
Degree	Master of Business Administration		
Independent Study Advisory Committee	Assistant Professor Piyaphan Klunklin	Chairperson	
	Lecturer Renus Sermboonsang	Member	

ABSTRACT

This study aimed to research on Customer Attitudes of Krung Thai Bank (Public) Company Limited, Lamphun Province Towards the Krungthai Visa Debit Card. Population for this study was specified to be the customers opening saving accounts. The sample group was 400 customers, 67 customers from each branches which was located in Lamphun ; Lamphun branch, Banhong branch, Maetah branch and Real Estate Lamphun branch, Tesco-Lotus Pasang branch and Big C Lamphun branch. The convenient samplings were applied and the instrument used for data collection was the questionnaire. Data analysis was proceeded by applying descriptive statistics for instance frequency, percentage and mean.

The result of the study was found out that most of customers who answered questionnaires are female. Generally customers who answered questionnaires were mostly aged 21 to 30 years old, they were under-graduated, office workers in private companies, earned 5,001 - 10,000 Baht per month.

The result of study on the cognitive component on using the Krungthai Visa Debit Card was found that most of the customers who answered the questionnaires received the info of Krungthai Visa Debit Card from Krungthai staff. The conditions that the customers realized most was the card will be seized if you press wrong password at 3rd time. The condition that the

customers did not realize most was the card can be used either with saving accounts or personal current accounts or with both accounts. The most curiosity was that the customers were not sure whether they could register for the Krungthai Visa Debit Card at any branch or not.

The result of study on the affective component on the marketing mix factors of for the Krungthai Visa Debit Card, in product factors was found that the customers liked at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was the convenience in buying product and service without carrying cash. In price factors was found that the customers liked at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was there was no fee charge when using the card. In place factors was found that the customers liked at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was there was ATM machine available at the shopping mall or the market. In promotion factors was found that the customers liked the card at the high level and the sub-factor that rated at the highest score was the collecting points program to get the premium.

The result of study on the behavior component was found that most of the customers who answered the questionnaires used the Krungthep Visa Electron Debit Card. The reason for the customers who did not use the Krungthai Visa Debit Card was the higher annual fee. The customers might use the Krungthai Visa Debit Card in the future because the reputation and reliability of the bank. The places that the card can be used are at the shopping mall or the market. Most of the customers who answer the questionnaires will introduce the Krungthai Visa Debit card to others.

The study on customer attitudes towards the Krungthai Visa Debit Card classified by gender, age, education, occupation, earning and trend to use the card was found that the results of the study on the cognitive component, the affective component, the behavior component were not different.