

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของ
ลูกค้านาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายวัชรพล น้อยวินิจ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รศ.ดร.วินัส ฤาชัย

ประธานกรรมการ

รศ.สุวรรณ์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

รศ.วัชรีย์ พฤทธิกานนท์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและ สภาพการใช้บริการ บัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคล ของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคล ของธนาคารแห่งหนึ่งในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรสินเชื่อ หมุนเวียนส่วนบุคคล ของธนาคารแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ บริการบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรายได้ประจำ จำนวน 300 ราย โดยแยกออกเป็นกลุ่มราชการ และกลุ่มเอกชน กลุ่มละ 150 ราย ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพฤติกรรมและสภาพการใช้บัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคล พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างผู้ใช้บริการ ทั้งกลุ่มราชการ และกลุ่มเอกชน มีพฤติกรรมที่เหมือนกัน ดังต่อไปนี้ มีจำนวน การถือครองบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคลของธนาคารไทยพาณิชย์และสถาบันการเงินอื่นๆ อีก 1 บัตร มีวัตถุประสงค์ในการเปิดใช้บริการ เพื่อสำรองค่าใช้จ่าย มีความถี่ในการกดใช้บริการผ่าน

บัตรเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนเงินที่กดใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 3,000 บาท มีระยะเวลาเฉลี่ยในการถือเงินก่อนการชำระหนี้อยู่ในช่วง 15-30 วัน มีการชำระหนี้คืนในลักษณะชำระบางส่วน และชำระหนี้คืนผ่านจุดรับชำระของธนาคารไทยพาณิชย์ ในขณะที่พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ วงเงินสูงสุดที่ได้รับ ซึ่งกลุ่มราชการได้รับวงเงินสูงสุดในช่วง 30,000-60,000 บาท ขณะที่กลุ่มเอกชนได้รับวงเงินสูงสุดในช่วง ต่ำกว่า 30,000 บาท

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจ เลือกรับบริการบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคล โดยวิธีการเรียงลำดับความสำคัญ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ทั้งกลุ่มราชการ และกลุ่มเอกชน ให้ความสำคัญที่เหมือนกันต่อปัจจัย ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา คือ การไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของบัตรและธนาคารผู้ออกบัตร ปัจจัยด้านสถานที่ คือ การมีตู้เอทีเอ็มเพียงพอและสะดวกต่อการใช้บริการ ปัจจัยด้านการบริการ คือ ความรวดเร็วในการได้รับอนุมัติบัตร ในขณะที่ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งกลุ่มราชการให้ความสำคัญต่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และการให้ข้อมูลข่าวสาร สม่าเสมอ ในขณะที่กลุ่มเอกชน ให้ความสำคัญต่อการแจกของสมนาคุณสำหรับผู้เปิดใช้บริการบัตรใหม่

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบัตรสินเชื่อหมุนเวียนส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ ทั้งกลุ่มราชการ และกลุ่มเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อด้านต่างๆ ที่เหมือนกัน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือพึงพอใจในชื่อเสียงของบัตรและธนาคารผู้ออกบัตร ด้านสถานที่ คือพึงพอใจในจำนวนตู้ATMเพียงพอและสะดวกต่อการใช้บริการถอนเงินสด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือพึงพอใจที่มีการแจกของสมนาคุณสำหรับผู้เปิดใช้บริการบัตรใหม่ ในขณะที่ระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านราคา กลุ่มราชการ พึงพอใจต่อการไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี ขณะที่กลุ่มเอกชน พึงพอใจต่อการไม่เสียค่าธรรมเนียมในการกดเงินสด ด้านการบริการ กลุ่มราชการ พึงพอใจต่อความรวดเร็วในการอนุมัติบัตร ในขณะที่กลุ่มเอกชน พึงพอใจต่อการบริการด้วยความสุภาพยิ้มแย้ม เป็นกันเองกับลูกค้าที่มาใช้บริการ

Independent Study Title Customers' Behavior in Using Personal Loan Card of
One Commercial Bank in Mueang District, Chiang
Mai Province

Author Mr. Watcharapon Noiwinit

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai Chairperson

Assoc. Prof. Suwarat Gypmantasiri Member

Assoc. Prof. Watcharee Prugsiganant Member

ABSTRACT

This study has three objectives: (1) to study customers' behavior in using personal loan card of a commercial bank in Mueang District of Chiang Mai Province, (2) to study factors affecting these customers choice in using this personal loan card service, and (3) to study these customers' satisfaction in using this personal loan card service.

Primary data were used in this study. They were obtained using questionnaires from a random sample of 300 customers, 150 government employees and 150 private sector employees, who used the service of personal loan card from the Siam Commercial Bank in Mueang District of Chiang Mai Province. Simple descriptive statistics were used in the analysis of data.

For the first objective, the results of the study revealed that both groups of personal loan card service users in the sample showed similar behavior with regard to the following aspects. On the number of cards used, most customers used two cards, one issued by the Siam Commercial Bank and another one issued by non bank credit Company. They have similar reason for applying for the service i.e. for precautionary purpose. Frequencies in using the card

for both groups were less than three times per month. The amount of money withdrawn each time was less than 3,000 Baht. Average length of time before paying the amount withdrawn, normally only partially, was in the range of 15-30 days. Most payments were done at the Siam Commercial Bank service counters. The difference between the two groups was in the amount of credit granted by the bank. The government employees received higher amount in the range of 30,000-60,000 Baht, while the private sector employees were given lower amount of less than 30,000 Baht.

On the study of factors affecting customers' decisions to use the service, the factors which were found to be important for both groups were as follows. For factors relating to price, the most important was no users' fee was charged for the card. For factors relating to the product, card brand and bank's brand name were the most important factor. For the place factors, the most important was the number of ATMs available. For factors relating to service, the most important factor was the issuing of card did not take much time. However factors which found to be different for the two groups were those relating to sales promotion. The government employees gave more importance to advertisement, public relations, and information given by the bank. While the other group gave more importance to gifts offered when the card was firstly used.

On the study of customers' satisfaction, both groups were highly satisfied with all the aspects of the service. For the product aspect, they were satisfied mostly with the card brand and the bank brand name. For the place aspect, they were satisfied most with the availability of ATMs. For sales promotion factors, they were most satisfied with gifts given when new account for card was given. However the two groups' satisfaction levels were different when come to price factor and service factor. The government employees were more satisfied with no users' fee charged and the issuing of card did not take much time while the other group was more satisfied with no fee charged when cash was withdrawn and the bank staff's friendliness and politeness when giving service to customers.