

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการใช้บัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย อำเภอสี
จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน นางสาวสุกัญญา ต๊ะแดง

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะลักษณ์ พุทรวงศ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย อำเภอสี จังหวัด
ลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเดบิตและพฤติกรรมการใช้
บัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย อำเภอสี จังหวัดลำพูน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการ
เก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาสี จังหวัดลำพูน จำนวน 300 คน

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาสี อำเภอสี จังหวัดลำพูนส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพเป็นสมาชิกของครัวเรือน สมรส ประกอบอาชีพธุรกิจ
ส่วนตัว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการถือบัตรเดบิตของลูกค้าพบว่า ปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตร
ด้านราคาและด้านสถานที่ที่มีผลมากที่สุดถึงร้อยละ 92.3 ของลูกค้าทั้งหมด ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริม
ทางการตลาดมีผลเพียงร้อยละ 91.7 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านแล้วพบว่า ด้าน
รูปลักษณะบัตร คือ การที่ธนาคารมีความรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเดบิต ด้านราคาพบว่า การที่
ค่าธรรมเนียมรายปีที่ธนาคารเก็บมีราคาเพียง 200 บาทต่อปี ทางด้านสถานที่พบว่า การที่ธนาคาร
มีจำนวนตู้เอทีเอ็มเพื่อการถอน โอนและชำระค่าสินค้ามีจำนวนมากและด้านการส่งเสริมทางการตลาด
คือ การที่ลูกค้าได้รับคำแนะนำในการถือบัตรเดบิตจากพนักงานธนาคารมีผลต่อการถือบัตรมากที่สุด

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการถือบัตรเดบิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย
โดยจำแนกตามเพศ อายุและรายได้แล้ว พบว่า เพศชายมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน
มีผลต่อการถือบัตรเดบิตมากกว่าเพศหญิง ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่าปัจจัยทางการตลาด
ทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตร ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านการส่งเสริมทาง
การตลาด มีผลต่อการถือบัตรเดบิตมากกว่าลูกค้าอายุระหว่าง 21-30 ปีและมากกว่า 40 ปี ลูกค้าที่มีอายุ
ระหว่าง 21-30 ปีมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการถือบัตรเดบิตมากที่สุด ลูกค้าที่มีรายได้

ไม่เกิน 20,000 บาท มีความเห็นว่าปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตร มีผลต่อการถือบัตรเดบิตมากที่สุด ส่วนลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรและปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการถือบัตรเดบิตมากที่สุด

พฤติกรรมการใช้บัตรเดบิตของลูกค้า พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเดบิตของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 1 บัตร โดยใช้บัตรเดบิตทำการเบิกเงินสดจากตู้เอทีเอ็มมากที่สุด โดยทำการเบิกเงินสด เฉลี่ย 7,429 บาทต่อครั้ง รองลงมาเป็น การโอนเงินระหว่างบัญชี/ระหว่างธนาคาร โดยทำการโอนเงิน เฉลี่ย 4,016 บาทต่อครั้ง อันดับสาม การชำระค่าสินค้าและบริการ เฉลี่ย 1,204 บาทต่อครั้ง และการจ่ายค่าสาธารณูปโภค เฉลี่ย 606 บาทต่อครั้ง

ลูกค้าใช้ซื้อสินค้าอุปโภคมากที่สุด โดยซื้อเฉลี่ย 1,750 บาทต่อครั้ง รองลงมาซื้ออาหารและเครื่องดื่ม เฉลี่ย 865 บาทต่อครั้ง และซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เฉลี่ย 4,321 บาทต่อครั้ง ตามลำดับ แหล่งข้อมูลในการรับทราบบัตรเดบิตส่วนใหญ่ลูกค้าทราบจากพนักงานธนาคารมากที่สุด

Independent Study Title	Behavior of Kasikornthai Bank's Debit Card Holders in Li District, Lumphun Province	
Author	Miss Sukanya Tadaeng	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Porntip Tianteerawit	Chairperson
	Assistant Professor Dr.Piyalak Putawong	Member

ABSTRACT

The purpose of this study on the behavior of Kasikornthai Bank's debit card holders in Li District, Lamphun Province was to examine the marketing factors that influenced the debit holders' behavior by using a questionnaire handed out to 300 customers of the Kasikornthai Bank, Li District Branch, Lamphun Province.

The study found that most customers of the Kasikornthai Bank, Li District Branch, Lamphun Province were mostly female age between 21-30 years-old whose status was that of a member of the household. Most of them were engaged in private business with an education of a Bachelor's degree level and had an income of approximately 10,000 Baht per month or lower.

The marketing factors that influenced the customers the most were the debit card's image, the price and the locations (92.3 percent of all customers). The market promotion was 91.7 percent. These phenomena could be explained in detail as follows: The card's image involved the speediness of the bank in granting approval for issuing the debit card. The price or the annual fee was only 200 Baht per year. The location was related to the fact that the bank had made available a large number of Automatic Teller Machines (ATM) booths for withdrawals, money transfers and bill payments. As for the market promotion factor, it was found that the bank tellers' information and advice had greatly influenced the customer's decision in using the bank's debit card.

The market factors analyzed by gender, age and income showed that male customers felt that all four factors influenced them to apply for the debit cards. Customers aged between 31-40 years-old thought that the three marketing factors; the card's image, location and

marketing promotion had influenced them. The customers who were between 21-30 years-old thought that the annual fee price was the most important factor that influenced them to apply . Those customers with 20,000 Baht income or lower thought that the price, location and image factors had the highest influence on them. On the other hand, the ones with 20,001 Baht income and higher thought that the image and location had the most influence on their decision to hold the debit cards.

As for the customer's behavior in using the debit cards, most of the respondents held one Kasikornthai debit card. They used the card mainly to withdraw money from the ATM, at an average amount of 7,429 Baht each time. The second most frequent behavior was using the card to transfer money between accounts and banks, at an average amount of 4,016 Baht each time. The third most frequent behavior was to pay for goods, average 1,204 Baht each time and the fourth most frequent behavior was to pay for public utility bills of approximately 606 Baht each time.

The cards were used mostly to pay for consumer products at an average of 1,750 Baht each time, for food and beverage at an average of 865 Baht each time and for electronics equipment at an average of 4,321 Baht each time, respectively. The source of information about the debit card the customers obtained was mostly provided by the Bank's tellers.