

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของ
ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นาง พรรณรวี จตุพศ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ
อาจารย์ก้องกัญ นิมนันท์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลูกค้าที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต ที่ใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตกับธนาคารและมีธุรกรรมอย่างต่อเนื่อง จำนวน 324 สถาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วง 100,000 – 500,000 บาท ประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นประเภทร้านอาหารธุรกิจบันเทิงมากที่สุด บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องรับบัตรเครดิตของแต่ละองค์กรส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวนเครื่องรับบัตรเครดิตที่สถานประกอบการใช้ส่วนใหญ่ 3 เครื่อง เป็นเครื่องรับบัตรเครดิตเป็นของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ การทำรายการผ่านเครื่องรับบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์มากกว่า 30 ครั้ง ใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตมาแล้ว 6 เดือน ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตเพื่อเพิ่มช่องทางในการชำระเงินของลูกค้า และลูกค้าสามารถตัดสินใจในการซื้อขายขึ้น เพื่อความปลอดภัยในการพกพาและเก็บรักษาเงินสดเป็นจำนวนมากๆ และเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงินของลูกค้า

ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตในระดับมากตามลำดับ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านระหว่างบุคคล ตามลำดับ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการสร้างหลักฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาระบุว่าความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าในการใช้บริการเครื่องรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใจ

Independent Study Title Factors Affecting Customer Decision on Using the Electric Data Capture Service of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Mrs. Phanravi Jathuphot

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Orachorn Meneesong Chairperson

Lecturer Khongphu Nimanandh Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study factors affecting customer decision on using the electric data capture service of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai province. The data was collected by using questionnaires distributed to 324 samples of the Bank of Ayudhya Company Limited credit card holders. Then, the data was analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, and men. The results of the study were as followed:

Most of the respondents were female aged between 35 – 45 years old, holding bachelor's degree. Their average incomes were between 100,000 – 500,000 baht per month. Most of them run restaurant and entertainment businesses. In the business, the owner had major authority in choosing the electric data capture machine of each bank. Most business had 3 electric data capture machines which were machine of Bank of Ayudhya Public Company Limited, Bangkok Bank Public Company Limited, and Krung Thai Bank Public Company Limited, respectively. They made payment through the electric data capture machine more than 30 times per week in average and had used the electric data capture machine for 6 months. The reasons for using the electric data capture machine were to widen payment channels for customers in order to

increase their sale volume, for security in carrying and keeping the high amount of cash, and the convenience for making payment of customers.

Internal factor affecting customer decision on using the electric data capture service of Bank of Ayudhya Public Company Limited at the high level was economic environment factor. Factors affecting customer decision at the moderate level were organization, people, and factor between people, respectively.

For service marketing mix factors affecting customer decision, the customers put highest concern towards price. Factors affecting customers at the high level were people, process, product, and channel of distribution, respectively. Factors affecting customers at the moderate level were promotion and physical evidence.

Problems and obstacles on using the electric data capture of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang District, Chiang Mai province were found at the lowest level which were promotion, physical evidence, channel of distribution, product, price, process, and people, respectively.

However, the study revealed that most of the customers were satisfied on the electric data capture service of Bank of Ayudhya Public Company Limited.