

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของ  
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง  
เชียงใหม่

ผู้เขียน นายชลิต สนิทธรรม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรรถร มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ จำนวน 325 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของตาราง ร้อยละ และค่าเฉลี่ย มีผลการศึกษาดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ และมีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

องค์ประกอบของทักษะคติด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่า มีบริการ บัตรไม่ต้อง แสดงเป็นร้อยละ 64.31 ทราบจากสื่อทางโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 40.67 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากทราบว่าผู้โอนเงินสามารถโอนเงินผ่านเครื่อง ATM ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) หรือผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์ได้ ร้อยละ 89.95 ทราบว่าใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ได้จากที่ใด ร้อยละ 77.03 ทราบว่าธนาคารจะส่งข้อความผ่านระบบโทรศัพท์มือถือแจ้งรหัสการรับเงินให้ผู้โอนเงินทราบ ร้อยละ 62.20 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ ไม่ทราบเงื่อนไขบริการ บัตรไม่ต้อง ด้านเงื่อนไขการรับเงินกรณีผิดพลาด ร้อยละ 68.90 รองลงมา ไม่ทราบเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่อรายการของบริการ ร้อยละ 62.68 ไม่ทราบเรื่องเงื่อนไขการรับเงิน ร้อยละ 58.85

องค์ประกอบด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อบริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคย

ใช้บริการมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง มีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง มีระดับความชอบต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

องค์ประกอบด้านพฤติกรรมของการเลือกใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากใช้บริการมาแล้ว 1-3 เดือน โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ เลือกใช้บริการเพื่อธุรกิจ ส่วนมากโอนเงินในแต่ละครั้งจำนวนน้อยกว่า 2,000 บาท ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น.

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการส่วนมากไม่เคยแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ร้อยละ 49.76 ส่วนผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ บัตรไม่ต้อง ส่วนมากมีความรู้สึกชอบบริการ บัตรไม่ต้อง ร้อยละ 54.31 และจะใช้บริการบัตรไม่ต้อง ในอนาคต ร้อยละ 96.83

**Independent Study Title** Customer Attitude Towards Cardless Service of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District

**Author** Mr. Chalit Sanittham

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Independent Study Advisor** Assoc. Prof. Orachon Maneesong

### ABSTRACT

This independent study aimed to study customers' attitude towards Cardless Service of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang Chiang Mai District. The study was proceeded by data collecting. The questionnaires were collected from 325 people. Data analysis was completed by using descriptive statistics and presented in the forms of tables, percentage, and mean. The consequences of the study were shown follows:

The study indicated that most respondents were single female who were under 30, including undergraduates, and Bachelors. They worked as businessman or merchant with average monthly income of 20,001-30,000 baht.

Regarding to the elements of attitude in term of knowledge and understanding, it was found that 64.31 percent of respondents knew about "Cardless" services from television most; 40.67 percent. Most respondents (89.95 percent) knew that money transfer was available by using ATM of Bank of Ayudhya Public Company Limited or the system of online internet. 77.03 percent knew about where Cardless service could be used. 62.20 percent knew that the bank would send the pin code of receiving money to a transferee. Nevertheless, the respondents did not know many conditions of "Cardless" service. Firstly, 68.90 percent did not know the

condition of money transfer in case of wrong receiving money. Secondly, 62.68 percent did not know a fee. Lastly, 58.85 percent did not know the condition of receiving money.

Regarding to the elements of attitude in term of opinions, it was found that most respondents who used “Cardless” service had a high level of agreement on several factors, including product, the channels for service, and marketing promotion. As for the price factor, respondents had a medium level of agreement. On the other hand, respondents who never used “Cardless” service had a high level of agreement on product, price and marketing promotion factors. Besides, they agreed on channels for service in a medium level.

Regarding to the elements of attitude in term of behavior in selecting “Cardless” service of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Mueang Chiang, it was found that most respondents had used “Cardless” service for more than 1-3 months for their business. They used 2-3 times a week, on Saturday – Sunday at 8.01p.m. – 12.00 p.m. The amount of transfer was less than 2,000 baht per each time.

Finally, the most respondents (49.76 percent) used service never recommended “Cardless” service to other people. A majority of respondents who never used “Cardless” service liked the service (54.31 percent) and would use the service in the future (96.83 percent).