

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต ของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา : ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
ชื่อผู้เขียน	รัตนภรณ์ บุญแต่ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. วิญญู วงศ์สินศิริกุล
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพสมบูรณ์ได้ จากประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ แบบสอบถามที่ใช้วิเคราะห์มี จำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ค่าสถิติ (Chi-Square Test)

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหรือพนักงานของรัฐ มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับหัวหน้างานหรือพนักงาน/เจ้าหน้าที่เทียบเท่าระดับชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 60.75 ผลการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิต

ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย เหตุผลผู้ตอบแบบสอบถามเลือกถือบัตรเครดิตเพราะขนาดบัตรกะทัดรัด ออกแบบสวยงาม และมีให้เลือกหลายประเภท บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันและที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด การใช้บริการผ่านบัตรสัปดาห์ละครั้งในรอบ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบัตรเครดิตจากบุคคล/พนักงานธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 39.00 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ ด้านราคา ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

Thesis Title	A study of Factors Affecting Commercial Bank Credit Card Selection: Case Study of People in Amphoe Mueang, Samutprakarn
Author	Rattanaorn Boontang
Thesis Advisor	Dr. Visanu Vongsinsirikul
Department	Economics
Academic Year	2014

ABSTRACT

A Study of Factors Affecting Siam Commercial Bank Credit Card Selection: Case Study of People in Amphoe Muang, Samutprakarn Province” is aimed to investigate the relationship between the demographical factors of the residents of Amphoe Muang, Samutprakarn Province and their decisions to use Siam Commercial Bank (SCB) credit card; the marketing mixes that affect those decisions were also examined. Besides, researcher studied the problems that hinder those residents from selecting the SCB credit cards.

This study is a quantitative research, using the survey research method. The four hundred sets of questionnaires were administered as a tool to gather the information from the research sample. The Statistical Package for Social Science (SPSS) was used to process and analyze the data. The descriptive statistic used to enumerate the demographical factors are Mean score, Frequency and Percentage, and the inferential statistic used to analyze the marketing mixes and the factors that impact the decision to use SCB credit card is Chi-Square test.

From the study, it was discovered that the majority of the populating samples are female aged 31-40 years old. They possess the bachelor degree and are the government or company employees. They currently are either the supervisor or on the expertise rank, or equivalent; their earnings per month are 20,000-30,000 Baht.

About 60.75 percent of the populating sample had at least one credit card, and majority of these credit card holders are using Krungthai credit card. The reasons why the samples decided to carry the credit card are the compact size of the card, the attractive design of the card, and the variety of credit card category. In term of usage, the mostly used credit card was

the Master Card. The 42.75 percent of sample who are credit card holders averagely used their credit card once a week (based on the usage over the latest month). The use of cash withdrawal from credit card was found at the rate of 20.75 percent. For credit card information and its communication, the sample revealed that the credit card related information and its promotion were mostly communicated by the bank employees or acquaintances at the figure of 39 percent.

From the data analysis, it was able to conclude that the marketing mix, as a whole, had a strong impact on the samples' decisions to select the SCB credit card. Considering each individual marketing mix, the product mix provided the most effect, while the price mix provided the least. Having realized that the poor marketing mixes may serve as the interfering factors, researcher, on the other hand, assumed the marketing mixed as the factors that impeded the decision of the residents of Amphoe Muang, Samutprakarn Province to select SCB credit card. It was discovered that the marketing mixes, as a whole, slightly hindered the decision to select SCB credit card at the statistically low rate. Considering each individual marketing mix, the product mix was the factor which mostly interfere the decision to select the credit card, and the promotion mix was the least.