

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
ในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์

ผู้เขียน

นางสาวกุลธิดา สาครสง่าศักดิ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร. วรรณัย สายประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค ในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษา คือ ระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-29,999 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตสถาบันการเงินธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) บ่อยที่สุด มีเหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต คือ สิทธิพิเศษของบัตร มีการใช้บัตรเครดิต เพื่อประโยชน์ คือ เพื่อความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ มีการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ ประเภท อาหาร และเครื่องดื่ม และมีผู้แนะนำให้ใช้บัตรเครดิต คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง

ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการเลือกบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อส่วนประสม ทางการตลาดในระดับมาก คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ มี CHIP CARD ป้องกันการถูกปลอมแปลงและการคัดลอกข้อมูลบัตร ด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียม ในการชำระค่าบริการผ่านช่องทางต่างๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สามารถติดต่อธนาคาร ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าและบริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Customers in Mueang Samut Sakhon District Towards Selecting Credit Cards Issued by Commercial Banks

Author Miss Kuntida Sakhonsangasak

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr. Wanlanai Saiprasert

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the marketing mix factors affecting customers in Mueang Samut Sakhon District towards selecting credit cards issued by Commercial Banks. In this study, questionnaires were used to collect data from 400 customers of credit cards issued by Commercial Banks in Mueang Samut Sakhon. The convenience sampling technique was used and were analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage and means.

The findings presented that the majority of the respondents were female, age between 30 – 39 years old, the level of education was bachelor, characterized as unmarried, there are 15,000-29,999 baht average monthly income and worked as private company employees. The majority of respondents most frequently used credit card issued by Kasikornbank Public Company Limited, there are reasons to use credit card were privileges of credit card, there are using the credit card for benefits were facility in paying goods and services, there are using the credit card for paying goods and services type food and beverage and there are counselor using the credit card were decision myself.

The study's results of marketing mix factors affecting customers in Mueang Samut Sakhon District towards selecting credit cards issued by Commercial Banks found that the respondents considered marketing mix factor at high level of importance on place, promotion, product and price factors, respectively.

The highest level of each sub marketing factor was shown hereafter. In Product, the highest score was there chip card prevent counterfeiting and copying card information. In Price, the highest score was the fee for the service through various channels. In Place, the highest score was can contact bank 24 hours a day and In Promotion, the highest score was special discount from using the credit card for buying goods and services.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved