

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสริน สมพงษ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ทศพงศ์ อวิโรชนานนท์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แบบ Likert Scale และใช้สถิติทดสอบ F-test เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท เหตุผลที่ใช้บัตรเครดิตเพราะฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อไว้ใช้กรณีฉุกเฉิน เหตุผลที่ตัดสินใจใช้บัตรเครดิตคือได้รับการชักชวนจากธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้บัตรเครดิตเมื่อซื้อสินค้าราคาสูงและใช้บัตรเครดิตชำระสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเมื่อใช้แล้วจะชำระคืนทั้งหมด

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตในแต่ละปัจจัยมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา คือค่าธรรมเนียมแรกเข้า/รายปีฟรี ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ คือ สามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ชัดเจน ปัจจัยทางการตลาดด้านกายภาพ คือ ความปลอดภัยในการถือบัตรเครดิต ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ คือ มีร้านค้าที่ให้บริการรับบัตรจำนวนมาก ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร คือ พนักงาน call center บริการสุภาพ ปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย คือ มีของแจกหรือสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เงื่อนไขในการสมัครเป็นสมาชิกไม่ยุ่งยาก

การทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน ส่วนการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกันจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน และการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการใช้บัตรเครดิตไม่แตกต่างกันจำแนกตามรายได้ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกายภาพ มีผลต่อการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน

Title	Behaviours and Marketing Factors Effecting Credit Card Using of Consumers in Muang District , Nan Province
Author	Miss Rotsarin Sompong
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Thatphong Awirothananon

ABSTRACT

This study was conducted to investigate : 1) behaviours in credit cards using of consumers in Muang district , Nan province and 2) marketing factors effecting credit cards using of consumers . A set of questionnaires was used for data collection administered with 400 consumers. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics –frequency , percentage , mean and standard deviation. Likert Scale analysis and F-test were also used for the hypothesis testing.

Results of the study revealed that most of the respondents used credit cards at least 5 times per month. They spent money for credit cards using for less than 5,000 Baht per month on average. They used credit cards because of fee free for being a member application and yearly payment free. Their main objective to use credit cards was to use it in an emergency case. They made a decision to use credit cards due to the bank pursuation. They usually used credit when purchasing high price products at department stores a supermarkets.

Factors effecting credit card using included : price – fee free for being a member application and yearly payment free ; process – clear questions answering and problem solving ; physical appearance – safety in credit card holding ; place – plenty of shops accepting credit cards ; personnel – call center staffs are polite ;promotion – premium and score accumulating ; and product – conditions in member application are not complicated. Besides, it was found that there was no difference in marketing factors effecting credit card using. Based on age, the following factors had a different effect on credit card using : product , place , personnel , process , and physical appearance. It was also found that there was a different effect on credit card using based

on the following factors : sales promotion , personnel , and physical appearance. Also , there was difference in terms of the following factors : price , place , and physical appearance.

