

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ของลูกค้าในเขต
นิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด

ผู้วิจัย นางสาวจุฑารัตน์ อำนวยวุฒิกุล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา รุกขพันธุ์ 2) ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง ปีการศึกษา
2559 จำนวน 167 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจ บัตรเครดิต ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา
มอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคาร
กรุงศรีอยุธยา ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน
การวิจัยคือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการและชำระค่าบริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ในเขตนิคม
อุตสาหกรรมมอบตาพุด จำนวน 196 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติทดสอบที และ
การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา
มอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 4 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ค่าธรรมเนียม
ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านช่องทาง
การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือก
ใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา ของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความ
คิดเห็นไม่แตกต่างกัน และลูกค้าที่เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และประเภทบัตรเครดิตที่ใช้
ต่างกันมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า
ลูกค้าที่มีเพศ อายุต่างกัน มีความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ
โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน
มีความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน
บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และลูกค้าที่มี
อาชีพ และประเภทบัตรเครดิตที่ใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นด้านราคา ค่าธรรมเนียม ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริม
การตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

Independence study title: Decision Making in Choosing Credit Cards of Krungsri Ayudhya Bank Customers of Map Ta Phut Branch in Map Ta Phut Industrial Estate.

Researcher: Miss. Jutharat Amnuaywuthikul. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Rukkhaphan
2) Dr. Sittichai Farlangthong. Academic year: 2016. 167 pp. Keyword: decision making, credit card, Krungsri Ayudhya Bank

Abstact

The purposes of this research were to: 1) study the decision making in choosing credit cards of Krungsri Ayudhya Bank customers of Map Ta Phut Branch in Map Ta Phut Industrial Estate, and 2) compare the decision making of Krungsri Ayudhya Bank customers of Map Ta Phut Branch in Map Ta Phut Industrial Estate classified by personal information. The sampling group was 196 Krungsri Ayudhya Bank customers using services and paying credit card fees at Map Ta Phut Branch in Map Ta Phut Industrial Estate. The instrument used in this research was a questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, means, standard deviation, t-test and ANOVA.

The research results revealed that: 1) the customer precedence for using Krungsri Ayudhya Bank credit card of Map Ta Phut Branch in Map Ta Phut Industrial Estate in overall was at high level. Considering by aspects, the result showed that 4 aspects were at high level, in the descending order, they were product, price, credit card charging fee, service process and physical characteristic. Moreover the 3 following aspects were at moderate levels distribution channel, marketing promotion and personnel. 2) the results in comparing the mean of decision making in choosing credit cards of Krungsri Ayudhya Bank customers, classified by personal information indicated that the customers with different age had no different opinions; whereas the customers with different gender, educational level, average monthly salary, career and credit card type had significantly different overall mean at .01. Considering by aspects, it indicated that the customers with different gender and age had statistically different overall opinions in terms of marketing promotion, product and physical characteristics at .05. The customers with different educational level and average monthly salary had significantly different overall opinions in terms of product, price, credit card charging fee, marketing promotion, service process, personnel, and physical characteristic aspects at .01. Moreover the customers with different career and credit card type in terms of price, credit card charging fee, personnel, marketing promotion and service process had statistically different overall opinions at .01.

Student's signature.....

Independent study advisors' signatures 1 2.....