

บทคัดย่อ

T 158720

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ คือ ไม่มีผล มีผลน้อย และมีผลมาก จากลูกค้าของธนาคาร จำนวน 400 ตัวอย่างใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบแยกชั้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ธนาคารไทยพาณิชย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทาง การให้บริการ ปัจจัยด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตอยู่ในระดับน้อย

ABSTRACT

TE 158720

The propose of this independent study was to study marketing mix factors affecting customer in credit card selection of Siam Commercial Bank Public Company Limited in Mueang District, Nakorn Pathom Province. The data was collected by using questionnaires in three levels of decision ranked that were unaffected level, low affected level and high affected level from 400 samples of customer. The data was collected by stratified random sampling and analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage mean and standard deviation . The result found was as follow.

Marketing mix factors affecting sampling customers in credit card selection of Siam Commercial Bank in a holistic view at high level were price factors, place factors, process factors, people factors and physical factors respectively while product factors and promotion factors affected selection of credit card in low level respectively.