

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัทในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิกบัตรเครดิต

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 321 ตัวอย่าง จากพนักงานที่ทำงานอยู่ในบริษัทเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบตามสะดวก แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบ บัตรเครดิตที่นิยมใช้ได้แก่ บัตรวีซ่าของธนาคารกรุงไทยและบัตรอโชน โดยได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อบัตรอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีลำดับของค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านราคารองลงมา คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า โดยมีเหตุผลหลักในการใช้บัตรเครดิต คือไม่ต้องพกเงินสดติดตัวมาก ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตที่มักจะพบ คือ เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการขัดข้อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบันและต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมอีกในอนาคต

The purpose of this independent study was to study the marketing mix factors affecting private corporations' employees decision in selecting credit cards in Mueang district, Chiang Mai province.

This study was obtained by using questionnaires to collect data from a random population of 321 samples who are the corporations' employees in Mueang district, Chiang Mai province. The samples were chosen by non-formal sampling. The statistical techniques used were percentage, frequency and arithmetic mean. The conclusions were as following:

The majority of the respondents were female, being in the age of 31-40 years old, got bachelor degree and having ฿10,001-฿20,000 monthly income. Most of them have at least 1 credit card, the VISA card of Krungthai Bank or Aeon card, holding average credit of ฿10,001-฿15,000 per card.

The respondents gave the high important level to every factor of marketing mix factors. The first rank of means was price factors, followed by physical evidence factors, product factors, people factors, promotion factors, place factors and process factors, respectively. The main purpose of using a credit card was for buying goods and the main reason of using a credit card was the needlessness of carrying too much cash. The most problem found by the respondents was the malfunction of EDC(Electronic Data Capture) device. The most respondents satisfied with the current credit cards they had and wanted to have more in the future.