

<b>ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ</b>	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพนักงานบริษัท ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเป็นสมาชิก บัตรเครดิต	
<b>ชื่อผู้เขียน</b>	นายคุณพล ไชยพรหม	
<b>ปริญญา</b>	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	
<b>คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
	รองศาสตราจารย์นภาพร ณ เชียงใหม่	กรรมการ

### บทคัดย่อ

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

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

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเป็นสมาชิกบัตรเครดิต มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีลำดับของค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านราคา

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน  
การส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ  
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า โดยมีเหตุผลหลัก  
ในการใช้บัตรเครดิต คือไม่ต้องพกเงินสดติดตัวมาก ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตที่มักจะพบ คือ  
เครื่องรูดบัตรของร้านค้าหรือสถานบริการขัดข้อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจใน  
การใช้บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบันและต้องการมีบัตรเครดิตเพิ่มเติมอีกในอนาคต

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Marketing Mix Factors Affecting Private Corporations' Employees Decision in Selecting Credit Cards in Mueang District, Chiang Mai Province	
<b>Author</b>	Mr. Khoompon Chaiprom	
<b>Degree</b>	Master of Business Administration	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Assistant Professor Orachorn Maneesong	Chairperson
	Associate Professor Napaporn Na Chiangmai	Member

### ABSTRACT

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.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved