

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ

ผู้เขียน นายธนบดี ทับสุวรรณ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. รันยานี โพธิสาร

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 36-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพเป็นบัตร BBL Visa Platinum โดยมีวงเงินมากกว่า 100,000 บาท ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิตเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ โดยใช้ผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค

การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพนั้นสิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี เป็นสิ่งที่ลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพมีการตอบสนองมากที่สุดซึ่งเป็นไปตามลำดับขั้นของไอดา (AIDA Model) ซึ่งพบว่าในขั้นความตั้งใจ (Attention) ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรจากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ โดยส่วนใหญ่ทราบเรื่องสิทธิประโยชน์ของบัตรในเรื่องการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ซึ่งในการตอบสนองของลูกค้าในขั้นความสนใจ (Interest) นั้นเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของทางธนาคาร โดยการหาข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องของสิทธิประโยชน์ในการแลก

คะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี เช่นกัน ส่วนในขั้นความต้องการอยากได้ (Desire) หรือความ
ประสงค์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการที่จะใช้สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนใหญ่ประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี และ
ท้ายที่สุดในการตัดสินใจซื้อ (Action) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความประสงค์จะใช้
สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Responses of Customers in Meuang Chiang Mai District Towards Bangkok Bank Visa Platinum Credit Card Privileges

Author Mr.Thanabordee Thabsuwan

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Lecturer Dr. Thunyane Pothisarn

ABSTRACT

This independent study aimed to investigate the responses of customers in Mueang Chiang Mai district towards Bangkok Bank Visa Platinum credit card privileges. Questionnaires were used as the tool to collect data from the holders of Bangkok Bank visa platinum credit card in Mueang Chiang Mai district. Data obtained were, then, analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, and mean.

The findings presented that most respondents were female in the age of 36-40 years old with bachelor's degree and married. They worked as private company employee whose average monthly income was higher than 45,000 Baht. The majority carried BBL Visa Platinum type of Bangkok Bank, of which the credit limit was over than 100,000 Baht. They used the credit card 2-4 times per month with less than 5,000 Baht of expense. Reason of using credit card was to purchase products or services prior to the payment. They used credit card payment for consumer products.

The responses of customers in Mueang Chiang Mai district towards Bangkok Bank Visa Platinum credit card privilege on the redeem reward points for free products was rated as the highest level according to the AIDA Model. In the stage of attention, the respondents learned about the basic information of privileges from the poster at collaborative shops. Most of them knew about the privilege on redeem reward points for free products. In the stage of interest, the respondents inquired for more information from the bank's website. They also searched for more information on redeem reward points for free products. In the stage of desire or wish towards taking privileges from

the card, most respondents desired to take the redeem reward points for free products. Finally, in the stage of action, the majority intended to use their redeem reward points for free products.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved