

การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์
ของสมาชิกบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ



ธนบดี ทับสุวรรณ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กันยายน 2558

**การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์
ของสมาชิกบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ**



ธนบดี ทับสุวรรณ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กันยายน 2558


การตอบสนองของลูกค้ำในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิก
บัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ

ธนบดี ทับสุวรรณ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีดา ศรีนถาวรณ)


.....
(อาจารย์ ดร. รันยานี โภธิสาร)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. รันยานี โภธิสาร)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. วรณีย์ สายประเสริฐ)

21 กันยายน 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาจากอาจารย์อาจารย์ ดร.ธัญยานี โปธิสารอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร. วรรณชัย สายประเสริฐ กรรมการสอบ ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็น คำแนะนำ และการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องจุดต่างๆ ในการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เอก บุญเจือ ที่เป็นผู้จัดประกายในการศึกษาการตอบสนองของลูกค้ำที่มีต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต เพื่อใช้เป็นแนวทางในรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้ำ พร้อมทั้งสามารถนำข้อมูลไปเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารความสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ำให้ได้มากที่สุด

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาทุกท่านที่คอยอบรมสั่งสอนให้ ผู้ศึกษามีทั้งความรู้และจริยธรรมในการดำเนินชีวิตจนกระทั่งได้รับความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำโครงการบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่ได้ให้ข้อคิด คำแนะนำ และการสนับสนุนด้านการศึกษา ตลอดจนกำลังใจที่เต็มเปี่ยมมา โดยตลอด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved
ธนบดี พับสุวรรณ

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ

ผู้เขียน นายธนบดี ทับสุวรรณ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. รันยานิ โภธิสาร

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



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

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ประวัติความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	16
3.2 วิธีการศึกษา	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	17
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	18
3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์	27
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆในการตัดสินใจ	37
4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์โดยจำแนกตามรายได้	38
4.6 ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ จำแนกความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	52
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลการศึกษา	67
5.2 อภิปรายผล	86
5.3 ข้อค้นพบ	89
5.4 ข้อเสนอแนะ	90
5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา	92
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	95
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	96
ภาคผนวก ข กลุ่มตัวอย่าง	104
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	20
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	21
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	21
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	22
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทบัตร BBL Visa Platinum	23
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีวงเงินของบัตรเครดิตที่ได้	23
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน	24
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน	24
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต	25
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทสินค้าและบริการที่ใช้ผ่านบัตรเครดิต	26
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ในชั้นความตั้งใจ	27
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ในชั้นความสนใจ	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้	33
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นการตัดสินใจซื้อ	36
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามรายได้	38
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความสนใจโดยจำแนกตามรายได้	42
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้โดยจำแนกตามรายได้	46
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ชั้นการตัดสินใจซื้อโดยจำแนกตามรายได้	49
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	52
ตารางที่ 4.22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	56
ตารางที่ 4.23	แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ขั้นการตัดสินใจซื้อโดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน	64
ตารางที่ 5.1 ตารางที่สรุปการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพตามตัวแบบไอคา (AIDA MODEL) ใน 2 ลำดับสูงสุด	70



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ประวัติความเป็นมา

ในปัจจุบันการใช้บริการบัตรเครดิตในการชำระเงินแทนเงินสด มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคนิยมใช้บริการเนื่องจากสามารถใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตตามร้านค้าและสถานบริการต่างๆ จากความสะดวกรวดเร็วที่ได้จากการใช้จ่าย ทำให้บัตรเครดิตถือเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนในปัจจุบัน โดยบัตรเครดิตในประเทศไทย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ (Bank) และบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (Non Bank) จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่าจำนวนบัตรเครดิตทั้งหมดในประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2558 มีจำนวนทั้งสิ้น 21,005,615 ใบ เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2557 ถึงร้อยละ 7.57 จากจำนวนบัตร 19,527,033 ใบซึ่งจะเห็นได้ว่าปริมาณของบัตรเครดิตมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558: ออนไลน์)

จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่าธุรกิจบัตรเครดิตมีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง ธนาคารพยายามจัดแคมเปญทางการตลาด เพื่อขยายฐานบัตรและกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านบัตรเครดิตแทนการชำระด้วยเงินสดมากขึ้น โดยเฉพาะการออกแคมเปญการใช้บัตรเครดิตในห้างสรรพสินค้า เช่น การได้รับส่วนลดเพิ่ม (On Top) ไม่ว่าจะเป็นร้อยละ 5 หรือ ร้อยละ 10 เมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกับสินค้าที่ร่วมรายการตามห้างสรรพสินค้าการใช้บัตรเครดิตตามยอดที่กำหนดแล้วจะได้รับเป็นเงินเครดิตคืน (Cash Back) และสุดท้ายกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มาแรงและมีแทบจะทุกธนาคารนั่นคือ การผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ย 0% สูงสุด 10 เดือน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความหลากหลายในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต อีกทั้งปัจจุบันการต่ออายุบัตรเครดิตยังไม่ต้องดำเนินการเองเนื่องจากทางธนาคารจะเป็นผู้ดำเนินการให้ ยิ่งทำให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

สำหรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นั้นปัจจุบันมีจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้น 14 ประเภท ประกอบด้วย บัตรผู้นำแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตแพลทินัม โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม โรงพยาบาลรามาริบัติ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม โรงพยาบาลปิยะเวท ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตยูเนียนเพย์ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ แรบบิท บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม ทองเที่ยวธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม โตโยต้าธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด

ธนาคารกรุงเทพ และบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ อเมริกัน เอ็กซ์เพรส บัตรเครดิตองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ เป็นบัตรเครดิตที่มีการพัฒนาการให้บริการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยได้มีการออกสิทธิประโยชน์ไม่ว่าจะเป็น ทุกๆ การใช้จ่ายผ่านบัตร 25 บาทจะรับคะแนนสะสม 1 คะแนนเพื่อแลกของพรีเมียม สะสมไม่ลี้กับรอยัล ออร์คิด พลัสและฟลายเออร์โบนัส ส่วนลดค่าอาหารจากร้านค้าชั้นนำ สิทธิพิเศษในส่วนลดการรับชมภาพยนตร์ รับความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุการเดินทาง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีการใช้จ่ายผ่านบัตรมากขึ้น สำหรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพในปัจจุบันธนาคารได้ปรับลดฐานรายได้ขั้นต่ำประจำของลูกค้าบัตรเครดิตจาก 20,000 บาทต่อเดือน ลงมาเป็น 15,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้เพื่อขยายฐานลูกค้าวัยเริ่มทำงานและกลุ่มลูกค้าข้าราชการที่จะมีการปรับฐานเงินเดือนเพิ่มขึ้น โดยปีนี้ธนาคารตั้งเป้าขยายฐานบัตรเครดิตรายใหม่ในแง่จำนวนบัตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-30 ของฐานลูกค้าปัจจุบันที่ 1.2 ล้านบัตร ซึ่งในการเติบโตดังกล่าวจะมาจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ร้อยละ 15 จากปัจจุบันธนาคารมีฐานบัตรเครดิตที่ 1.2 ล้านบัตร เกลี้ยยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรต่อบัตรต่อเดือนอยู่ที่ 7,000 บาท ซึ่งเป้าหมายของธนาคารส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธนาคารและสร้างผลกำไรให้มากที่สุด โดยในปี 2554 ฐานบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพอยู่ที่ 1.2 ล้านบัตร โดยธนาคารกรุงเทพตั้งเป้าเพิ่มฐานบัตรเครดิตจาก 1.2 ล้านใบ จะเพิ่มขึ้นมาอีกร้อยละ 25-30 หรือเพิ่มขึ้น 3-3.6 แสนใบ โดยในส่วนของกรณีบัตรผู้บริโภคสามารถถือครองได้จำนวนหลายใบ จึงได้นำแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นปัจจัยในการสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่หลายองค์กรนำมาใช้ เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้าและนำผลที่ได้มาปรับเพื่อให้การนำเสนอสินค้าและบริการเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและเต็มใจที่จะใช้บริการขององค์กรในครั้งต่อไป เป้าหมายของธนาคารส่วนใหญ่ จะมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธนาคาร และสร้างผลกำไรให้มากที่สุด โดยการเสาะแสวงหาข้อมูลที่ใหม่และความต้องการจากภายในตัวลูกค้าในแต่ละคน ไม่ว่าเขาจะเป็นผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าปัจจุบันขององค์กร การแข่งขันของธุรกิจธนาคารจะเป็นการเคลื่อนสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 3 ระดับ คือขับเคลื่อนความเติบโตด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการโครงสร้างและระบบที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าและผู้มุ่งหวัง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่กว้าง การหาลูกค้าใหม่ และกิจกรรมการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า และจากการให้บริการของธุรกิจบัตรเครดิตที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ภาคเหนือถือเป็นภูมิภาคสำคัญภูมิภาคหนึ่งที่มีการเพิ่มจำนวนของการใช้บริการบัตรเครดิตทั้งของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ และจากสถิติการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในเขตภาคเหนือมีปริมาณที่ค่อนข้างสูง โดยจังหวัด

เชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดในภาคเหนืออันดับแรกที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่สูง เนื่องจากเป็นเมืองเศรษฐกิจอันดับสองของประเทศไทย

ในการที่จะรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้า ได้นั้นข้อมูลเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเราสามารถรู้ถึงกระบวนการคิดและตัดสินใจของลูกค้าได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ในการที่จะออกแบบกลยุทธ์ได้ตรงกับความต้องการได้มากที่สุด ซึ่งตัวแบบ AIDA Model) เป็นอีกโมเดลหนึ่งในการที่จะแสดงถึงลำดับขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้ และการตัดสินใจซื้อ (ดารา ทีปะปาล, 2546) โดยแนวคิดดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญในการที่จะได้รู้ว่าการสื่อสารของธนาคารกรุงเทพนั้นในเรื่องสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ลูกค้ามีการรับรู้เป็นอย่างไร และสามารถสร้างความสนใจในสิทธิบัตรได้เพียงมากน้อยเพียงใด หากลูกค้ามีความต้องการแล้วพร้อมจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งใด เพื่อตัดสินใจซื้อในลำดับต่อมา ดังนั้น AIDA Model จึงมีส่วนช่วยทำให้เข้าใจและรู้ถึงความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงาน และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตร
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการออกแบบกลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ได้อย่างตรงกับความต้องการมากที่สุด

1.4 นิยามศัพท์

การตอบสนอง หมายถึง การกระทำของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เกิดขึ้นในการตระหนักรู้และการใช้สิทธิประโยชน์ในฐานะสมาชิกของบัตร ตามขั้นตอน ของ AIDA Model คือ ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้ และการตัดสินใจซื้อ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ใช้บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพที่ออกโดยธนาคารกรุงเทพที่มีการใช้ผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และ ปัจจุบันยังใช้บัตรอยู่

สิทธิประโยชน์ของสมาชิก หมายถึง ผลตอบแทน สิ่งจูงใจ และสิทธิพิเศษที่บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ มอบให้กับลูกค้าในฐานะที่เป็นสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต

บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ หมายถึง บัตรพลาสติกขนาดเล็ก ที่ระบุชื่อผู้ออกบัตร เลขที่บัตร ชื่อผู้ถือบัตรวันที่หมดอายุ เพื่อเป็นหลักฐานว่าเป็นผู้ที่มีสิทธิในการใช้บัตรชำระค่าสินค้าและบริการ ต่าง ๆ แทนเงินสดหรือใช้บัตรเครดิตในการเบิกถอนเงินสดจากเครื่องเอทีเอ็มของผู้ออกบัตรหรือบริษัทอื่นที่เป็นสมาชิกร่วมกับผู้ออกบัตร หรือมีคุณสมบัติหนึ่งคุณสมบัติใด หรือมากกว่าในคุณสมบัติเหล่านี้ ที่ออกโดย บมจ.ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ หมายถึงบัตร BBL Platinum Leader BBL Visa Platinum BBL Visa Platinum Toyota และ BBL Visa Platinum Travel

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของ บัตรเครดิต วิชาแพลตฟอร์ม ธนาคารกรุงเทพผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎี

1.ทฤษฎีในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management)

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และคณะ(2546) Customer Relationship Management (CRM)

เป็นการสร้างความสัมพันธ์และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดี กำไรระยะยาว และมูลค่าตลอดชีพของลูกค้า โดยการออกแบบ โปรแกรม การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า (CRM) ที่ดีนั้นจะช่วยให้เราสามารถใช้ได้อย่างมีผลกำไรและผลตอบแทนที่สูง จะสร้างความประทับใจ ความพอใจ และความภักดีให้เกิดขึ้น ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการ ก่อให้เกิดผลกำไรต่อธุรกิจ ข้อมูลของลูกค้า เป็นหัวใจของ ถ้ายังมีข้อมูลลูกค้ามากขึ้น เราก็จะสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลูกค้าจะเกิดความประทับใจและภักดีกับธุรกิจ สำหรับกฎการออกแบบควรดำเนินการดังนี้

1. ต้องมีระบบเก็บข้อมูลลูกค้าที่ดีและมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุก ๆ การติดต่อระหว่างลูกค้ากับธุรกิจ เป็นโอกาสที่จะเก็บข้อมูลลูกค้ามากขึ้น เรียนรู้ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น จะทำให้สามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงประเด็นมากขึ้น ข้อมูลสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ ดังนี้

1.1 ลักษณะลูกค้า เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา และรูปแบบการดำเนินชีวิต

1.2 ประวัติการติดต่อ การใช้ การซื้อ การรับบริการ และการร้องเรียนของลูกค้า

1.3 ประวัติที่จะสามารถติดต่อลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น จดหมาย แฟกซ์ โทรศัพท์ อีเมล และ SMS

1.4 ผลการตอบสนองของลูกค้าว่าลูกค้าพอใจชอบอะไรไม่ชอบอะไรตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการตลาดหรือข้อเสนอประเภทใดของธุรกิจอะไรที่กระตุ้นใจลูกค้าของธุรกิจให้ตอบสนองได้ดี

2. ต้องมีระบบหมายเลขสมาชิก ซึ่งจะช่วยให้เราเจาะจงชี้ชัดได้ว่าทุกครั้งที่มีการติดต่อกับลูกค้า เราจะสามารถทราบว่าเขาเป็นใคร เราจะสามารถรู้จักความชอบและพฤติกรรมของลูกค้าราย

นั้นๆ ได้ทันที จากการดึงฐานข้อมูลลูกค้ารายนั้นผ่านหมายเลขสมาชิก เราจะสามารถตอบได้ลูกค้าเสมือนว่า รู้จักลูกค้าเป็นอย่างดีและคุ้นเคยลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

3. ค้นหาลูกค้าคนสำคัญให้ได้จากสมาชิกลูกค้าทุกรายมีความสำคัญไม่เท่ากัน ระบบโดยสามารถบ่งชี้ลูกค้าคนสำคัญได้ ด้วยการดูประวัติการใช้บริการ ความถี่ ต้องมีการแบ่งเกรดลูกค้าเป็นระดับ ตามความสำคัญของลูกค้า จัดสรรบริการ และข้อเสนอที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละกลุ่มลูกค้า

4. มีระบบการวิเคราะห์ที่ตีมุ่งเป้าหมายไปที่ผลกำไรมากเท่าไร เรายังต้องเน้นการเก็บข้อมูล การแยกแยะข้อมูล และการวิเคราะห์สรุปข้อมูล

5. ต้องมีระบบยกระดับลูกค้าระดับสมาชิก

6. มีระบบปฏิบัติการดึงข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้กับพนักงานด้านหน้า ในการติดต่อ พูดคุย ให้บริการลูกค้าได้แบบทันที ทุกที่ ทุกเวลา ทุกการติดต่อ และตอบสนองลูกค้าได้อย่างประทับใจ

ชนิษฐ์ สุขสุวรรณ (2555) ได้กล่าวว่า CRM คือ กระบวนการจัดการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการขายครั้งต่อไป องค์กรจะนำเข้ามาใช้โดยอาจอยู่ภายในหนึ่งแผนกหรือมากกว่านั้น ซึ่งอาจจะเป็นการเก็บประวัติการใช้บริการลูกค้าของแผนกดูแลลูกค้า โดยการบันทึกความคิดเห็นของลูกค้า หรือข้อมูลของลูกค้าที่ต้องการเพิ่มเติม ซึ่งสิ่งที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อไม่นานมานี้ คือ ผลกระทบ ของเทคโนโลยีใหม่ๆ ต่อกระบวนการบริหารลูกค้าที่เห็นได้ชัดเจน คือการใช้เทคโนโลยีในการเก็บรวบรวมฐานข้อมูล ลูกค้าในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (การจัดเก็บในคอมพิวเตอร์) หรือการนำศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) เข้ามาสนับสนุนการทำงาน ระบบที่มีความทันสมัยส่วนใหญ่ จะมีความสามารถในการ จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้จำนวนมาก และจะเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ไว้ที่ส่วนกลาง เพื่อความสะดวกในการใช้งานขององค์กร ข้อมูลที่เก็บไว้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ ในโอกาสต่างๆ เช่น เมื่อลูกค้าติดต่อกับองค์กรในครั้งล่าสุดเมื่อใด เป็นการติดต่อในเรื่องอะไร มีการแก้ไขปัญหาอย่างไร และใครเป็นผู้รับผิดชอบดูแลลูกค้ารายนั้น

2.การวิเคราะห์ RFM (RFM Value Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ถึงความล่าสุดที่เกิดการกระทำหรือการตอบสนอง (Recency) หมายถึงจำนวนวันนับตั้งแต่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดการกระทำครั้งล่าสุดขึ้น เช่น ซื้อสินค้าครั้งล่าสุดเยี่ยมชมเว็บไซต์ครั้งล่าสุด หรือเปิดดูไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ครั้งล่าสุด เป็นต้น ความถี่ในการซื้อ (Frequency) หมายถึง ความถี่หรือจำนวนครั้งที่เกิดการกระทำในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ เช่น ความถี่ในการซื้อสินค้า ความถี่ในการเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ เป็นต้น และมูลค่าการบริโภค (Monetary Value)

หมายถึง มูลค่าหรือจำนวนเงินที่ลูกค้าใช้จ่ายในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ เช่น มูลค่าซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง มูลค่าซื้อเฉลี่ยต่อปี เป็นต้น(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2552)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับตัวแบบไอดา (AIDA Model)

ตัวแบบไอดา เป็นการแสดงลำดับขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งจะผ่านกระบวนการเป็นขั้นเป็นตอนต่างๆ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (ดารา ทีปะपाल, 2546)

1.ความตั้งใจ (Attention: A) หมายถึง การทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ เกิดความพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร สำหรับการขายโดยพนักงานขาย ขั้นตอนนี้จะเป็นสิ่งที่พนักงานขายจะต้องกระทำกับลูกค้าเป็นอันดับแรก และการออกแบบข่าวสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ข่าวสารควรมีคุณลักษณะที่จะต้องเรียกร้องความตั้งใจที่จะรับฟัง (Gain Attention) ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษา 2 ส่วนคือ 1.การทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต BBL Visa Platinum อาทิเช่น พนักงานของธนาคารกรุงเทพ Call Center เพื่อน หรือ คนรู้จัก พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และ ป้ายติดประกาศ ณ รายค้าที่ร่วมรายการ 2.การทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ในหมวด การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลด การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า และการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ เป็นต้น

2. ความสนใจ (Interest: I) หมายถึง การเข้าใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ หรือบริการของบริษัท อาจทำได้ด้วยการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า และแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท สามารถช่วยแก้ปัญหาความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร การออกแบบข่าวสาร ที่ให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ ข่าวสารควรมีคุณลักษณะจงใจให้เกิดความสนใจข่าวสาร (Hold Interest) ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษา 2 ส่วนคือ ในกรณีที่ลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติม จะสอบถามหรือค้นหาข้อมูลจากสื่อใด อาทิเช่น พนักงานธนาคารกรุงเทพ พนักงานของธนาคารกรุงเทพ Call Center เพื่อน หรือ คนรู้จัก พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ป้ายติดประกาศ ณ รายค้าที่ร่วมรายการ และเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้

3. ความต้องการอยากได้ (Desire: D) หมายถึง การกระตุ้นเร้าให้เกิดความสนใจ มากขึ้น จนกลายเป็นความปรารถนา อยากได้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเจ้าของ หรืออยากใช้ผลิตภัณฑ์ที่ เสนอขาย และการออกแบบข่าวสารที่ให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ โดยขั้นตอนนี้ ข่าวสารควรมีคุณลักษณะกระตุ้นให้เกิดความปรารถนาอยากได้ (Arouse Desire) ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาถึงความต้องการอยากได้ อาทิเช่น มีความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี การใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ การใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า และใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Action: A) หมายถึงขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นอย่างแน่นอน และสำหรับการออกแบบข่าวสารที่ทำให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพในขั้นตอนนี้ ข่าวสารควรมีคุณลักษณะเร่งเร้าให้เกิดการกระทำ (Elicit Action) ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อ เช่น ตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเงินสด ตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน เป็นต้น

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

กฤติกา ลีละเศรษฐกุล (2548) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ว่าหมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล ใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการ หรือหมายถึงการศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจึงหมายถึง การค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ในที่นี้หมายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้า เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมซื้อและความต้องการใช้ประโยชน์ของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies)

ในการที่จะสร้างความสัมพันธ์และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความภักดี และก่อให้เกิดกำไรในระยะยาวนั้น การออกแบบ CRM ที่ดีจะช่วยสร้างความประทับใจ ความพอใจ รวมถึงสามารถสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้นสิ่งแรกที่ต้องรู้ คือ การรู้ถึงแนวคิดการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยที่ทุกธุรกิจจำเป็นต้องรู้จักลูกค้าของตนเองเสียก่อน รู้ถึงข้อมูลส่วนบุคคล ประวัติของลูกค้า และพฤติกรรมในการบริโภคสินค้า ซึ่งนั่นคือ แนวพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึง การรู้ในด้านความถี่ ความเป็นปัจจุบัน และมูลค่าการซื้อ โดยการใช้เทคนิค RFM (RFM Value Analysis) เพื่อที่จะได้ทำการแบ่งกลุ่มลูกค้าได้สอดคล้องกับมูลค่าของลูกค้า รวมถึงรู้ถึงความชอบ ไม่ชอบอะไร รู้ถึงกระบวนการรับรู้ และกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโดยใช้แนวความคิดเกี่ยวกับตัวแบบไอดา (AIDA Model) เพื่อทำให้ทราบถึงการตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการตลาดหรือข้อเสนอประเภทใดของธุรกิจที่จะสามารถกระตุ้นใจลูกค้าของธุรกิจให้ตอบสนองได้เป็นอย่างดี

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อาภรณ์ เจริญยศ (2546) การศึกษาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาบริษัทธนบุรีคาร์บอนต์จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับยานยนต์ตาม

ความคาดหวังของลูกค้า โดยศึกษาจากการสำรวจออกแบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาในเรื่องนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการทำแบบสอบถามที่ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปและเป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัท ธนบุรีคาร์บอนต์ จำกัด ลูกค้ามีความต้องการให้พนักงานในบริษัทติดต่อสอบถามการใช้รถ 1 เดือนครั้ง ด้านการบริการพิเศษ ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ลูกค้ามีความต้องการให้บริษัทจัดส่งของขวัญในโอกาสต่าง ๆ ไปที่บ้านมากที่สุด อีกทั้งลูกค้ามีความต้องการรับรู้ข่าวสารการจัดกิจกรรมของบริษัท โดยมีการส่งรายละเอียดไปให้ลูกค้า ลูกค้ายังคงต้องการให้ทางบริษัทอำนวยความสะดวกในเรื่องการมีเจ้าหน้าที่มาเคลมประกันที่ศูนย์บริการมากที่สุด ลูกค้ายังคงมีความต้องการรับรู้ในเรื่องแคมเปญต่างๆ และอุปกรณ์ตกแต่งราคาพิเศษโดยมีการแจ้งข้อมูลให้ลูกค้าทราบ ดังนั้นศูนย์บริการมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนารูปแบบการบริการเพื่อที่จะทำให้ผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการกับศูนย์บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ซึ่งทางศูนย์บริการสามารถทำได้โดย 1.) รักษาและปรับปรุงมาตรฐานการบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก 2.) พัฒนารูปแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อบริการให้ลูกค้าเช่น การจัดทำบัตรเติมเงินสำหรับชำระบริการที่ศูนย์บริการ การทำบัตรสมาชิกพร้อมให้สิทธิพิเศษ การเปิดชมรมมีการรวมกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างบริษัทและลูกค้า การมีบริการที่ครบวงจร เป็นต้น

จินดา เชื้อนพันธ์ (2553) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิต เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิต และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการเครดิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยประชากรในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 ราย ปัจจัยการตลาดที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนาและค่าสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัตรเครดิตในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/ลูกจ้างหน่วยงานราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,000 – 20,000 บาท และถือครองบัตรเครดิตจำนวน 1 ใบต่อคน ผู้ถือครองบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ส่วนใหญ่ถือครอง บัตรเครดิต ธนาคารกรุงไทย จำกัด และผู้ที่ถือครองบัตรเครดิตสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร พาณิชย์ส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตของบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) โดยบัตรเครดิตที่ ใช้บ่อยที่สุดคือ บัตรเครดิตวีซ่า เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ กับความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติบัตรเครดิต วัตถุประสงค์ที่

เลือกใช้บริการเครดิตส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญกับการชำระค่าสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้าและ ซูเปอร์มาร์เก็ต กลุ่มตัวอย่างให้ ความสำคัญปัจจัยการตลาดด้านราคา คือมีการอนุมัติวงเงินของบัตร เครดิตสูง ปัญหาและอุปสรรค คือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดล่วงหน้าสูง

มัททิตา สกฤษ์ตันศักดิ์ (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือ บัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรและกลุ่ม ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้ให้บริการบัตรเครดิตของบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนมกราคม 2556 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2556 จำนวน 400 คน เก็บ รวบรวมโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling: SRS) และหาขนาดของกลุ่ม ตัวอย่าง (Sampling Size) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้น โดยอาศัยการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทำการ ทดสอบสมมติฐาน โดยสถิติทดสอบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีสถานภาพเป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี สมรสแล้ว วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 25,001-35,000 บาท โดยปัจจุบันถือบัตรเครดิตประเภท KTC Visa Platinum, Visa gold, Master titanium สำหรับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือจำนวน 2 ใบ และ ได้รับวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตระหว่าง 60,001-80,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการบัตร 2-5 ครั้งต่อ เดือน เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ โดยเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยการใช้บริการบัตร เครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ความ ความสะดวกหรือร้อนของพนักงาน การให้อัตราดอกเบี้ยต่ำ มีสิทธิประโยชน์หลายอย่าง ทราบข้อมูลผ่านทาง สื่อออนไลน์ มีความพึงพอใจกับการได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ และจะแนะนำให้เพื่อนมาสมัครเป็น สมาชิก หากบัตรที่ใช้อยู่หมดอายุจะต่ออายุสมาชิก โดยมีปัญหาการใช้บริการมากที่สุดในด้าน กระบวนการให้บริการ คือเรื่องการขออนุมัติบัตรเครดิตใช้เวลามากกว่า 1 เดือน ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมและปัญหาการใช้บริการบัตรเครดิต บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ

2.3.1 ภาพรวม

สำหรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นั้นปัจจุบันมีจำนวนบัตรเครดิต ทั้งสิ้น 14 ประเภท ประกอบด้วย บัตรผู้นำแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตแพลทินัม

โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม โรงพยาบาลรามาริบัติ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตไทเทเนียม โรงพยาบาลปิยะเวท ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตยูเนียนเพย์ ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ แรบบิท บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม ท่องเที่ยวธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัม โดโย์ต้าธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตวีซ่า ธนาคารกรุงเทพ บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด ธนาคารกรุงเทพ และบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ อเมริกัน เอ็กซ์เพรส บัตรเครดิตตองคักร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ เป็นบัตรเครดิตที่มีการพัฒนาการให้บริการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยได้มีการออกสิทธิประโยชน์ไม่ว่าจะเป็น ทุกๆ การใช้จ่ายผ่านบัตร 25 บาทจะรับคะแนนสะสม 1 คะแนนเพื่อแลกของพรีเมียม สะสมไม่ลี้กับรอยัล ออร์คิด พลัสและฟลายเออร์ โบนัส ส่วนลดค่าอาหารจากร้านค้าชั้นนำ สิทธิพิเศษในส่วนลดการรับชมภาพยนตร์ รับความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุการเดินทาง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีการใช้จ่ายผ่านบัตรมากขึ้น สำหรับบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพในปัจจุบันธนาคารได้ปรับลดฐานรายได้ขั้นต่ำประจำของลูกค้าบัตรเครดิตจาก 20,000 บาทต่อเดือน ลงมาเป็น 15,000 บาทต่อเดือนทั้งนี้เพื่อขยายฐานลูกค้าวัยเริ่มทำงานและกลุ่มลูกค้าข้าราชการที่จะมีการปรับฐานเงินเดือนเพิ่มขึ้น โดยปีนี้ธนาคารตั้งเป้าขยายฐานบัตรเครดิตรายใหม่ในแง่จำนวนบัตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 25-30 ของฐานลูกค้าปัจจุบันที่ 1.2 ล้านบัตร ซึ่งในการเติบโตดังกล่าวจะมาจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ร้อยละ 15 จากปัจจุบันธนาคารมีฐานบัตรเครดิตที่ 1.2 ล้านบัตร เกลี้ยยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรต่อบัตรต่อเดือนอยู่ที่ 7,000 บาท ซึ่งเป้าหมายของธนาคารส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการเติบโตของธนาคารและสร้างผลกำไรให้มากที่สุด โดยในปี 2554 ฐานบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพอยู่ที่ 1.2 ล้านบัตร โดยธนาคารกรุงเทพตั้งเป้าเพิ่มฐานบัตรเครดิตจาก 1.2 ล้านใบ จะเพิ่มขึ้นมาอีกร้อยละ 25-30 หรือเพิ่มขึ้น 3-3.6 แสนใบ โดยในส่วนของ การถือบัตรผู้บริโภคสามารถถือครองได้จำนวนหลายใบ (ธนาคารกรุงเทพ, ออนไลน์ :2558)

2.3.2 บัตรเครดิต วีซ่าแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ (ธนาคารกรุงเทพ, ออนไลน์ :2558)

- BBL Platinum Leader



เอกลักษณ์พิเศษสำหรับผู้นำแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ

- คะแนนสะสมพรีเมียม 2 เท่าทุกการใช้จ่ายทั้งในและต่างประเทศ (Double Reward Points)
- แลกคะแนนสะสมเป็นไมล์จากสายการบินชั้นนำ (Mileage Redemption)
- สะสมไมล์กับรอยัล ออร์คิด พลัส (Royal Orchid Plus) ของสายการบินไทยในอัตรา 2 คะแนน
- สะสมพรีเมียมต่อ 1 ไมล์ เมื่อใช้คะแนนแลกขั้นต่ำทุก 2,000 คะแนน
- สะสมไมล์กับฟลายเออร์โบนัส (Flyer Bonus) ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ในอัตรา 1,500 คะแนนสะสมพรีเมียม = 10 ฟลายเออร์โบนัส
- สะสมไมล์กับบีกการ์ด ของสายการบินแอร์ เอเชียในอัตรา 1 คะแนนสะสมพรีเมียม = 1 บีก พ้อยท์ เมื่อใช้คะแนนแลกขั้นต่ำ ทุก 1,000 คะแนน
- แผนพิทักษ์สินค้าที่ซื้อภายใน 90 วันวงเงินสูงสุด 400,000บาทต่อปี(Purchase Protection Plan)
- แผนคุ้มครองค่ารักษาพยาบาลขณะเดินทางในต่างประเทศ (Overseas Health & Medical)
- กรณีเจ็บป่วยภายใน 30 วันนับจากออกเดินทางจากไทย ด้วยวงเงินสูงสุด 2 ล้านบาท เมื่อชำระค่าประกันผ่านบัตรผู้นำแพลทินัม
- แผนประกันอุบัติเหตุการเดินทาง ขณะโดยสารในยานพาหนะสาธารณะ ทั้งในและต่างประเทศ(Accident Insurance) กรณีสูญเสียชีวิต / ทุพพลภาพ ภายใน 180 วันหลังเกิดเหตุ วงเงินคุ้มครองสูงสุดเหรียญสหรัฐ เมื่อชำระค่าบัตรโดยสารผ่านบัตรผู้นำแพลทินัม
- บริการให้ความช่วยเหลือฉุกเฉินบนท้องถนน (Roadside Assistance) ครอบคลุมบริการยก / ลาก
- บริการช่างซ่อมฉุกเฉินและบริการช่างกุญแจ ฟรี 1 ครั้งต่อปีในเขต กทม. และปริมณฑล หรือไม่เกิน 1,500 ไมล์ในเขตต่างจังหวัด
- บริการความช่วยเหลือฉุกเฉินในที่พักอาศัย (Home Assistance) บริการติดต่อประสานงานซ่อมแซมเบ็ดเตล็ด
- ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพ และปริมณฑล
- บริการผู้ช่วยส่วนบุคคล (Worldwide Concierge Service) บริการผู้ช่วยส่วนบุคคลตลอด 24 ชั่วโมง

- BBL Visa Platinum



เอกลักษณ์พิเศษสำหรับผู้นำแพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ

- การใช้จ่ายผ่านบัตร 25 บาท จะได้รับคะแนนสะสม 1 คะแนน
- สะสมไมล์กับรอยัล ออร์คิด พลัส (Royal Orchid Plus) ด้วยอัตรา 2 คะแนน สะสมต่อ 1 ไมล์เดินทาง เมื่อใช้คะแนน แลกไมล์เดินทางขั้นต่ำ 2,000 คะแนน
- สะสมไมล์กับฟลายเออร์โบนัสน์ ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส (Flyer Bonus) ในอัตรา 1,500 คะแนน = 10 เออร์โบนัสน์
- สะสมไมล์กับบีกการ์ดของสายการบินแอร์ เอเชีย ในอัตรา 1 คะแนน = 1 บีก พ้อยท์ เมื่อใช้คะแนนแลก 1,000 คะแนน
- ความอุ่นใจกับบริการผู้ช่วยส่วนบุคคล (Personal Assistance Service) บริการช่วยประสานงานและให้คำบริการในกรณีต่างๆ ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วประเทศจากบริษัทผู้เชี่ยวชาญ โทร. 0-2638-4000 ซึ่งครอบคลุมข้อมูลประสานงานในกรณีต่างๆ ได้แก่ บริการประสานงานกรณีช่วยเหลือรถเสียฉุกเฉิน / ความช่วยเหลือการแพทย์ / บริการเลขส่วนตัว /
- บริการให้คำแนะนำการเดินทาง / ความช่วยเหลือภายในบ้าน
- ข้อเสนอพิเศษจากโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร โรงพยาบาล และอีกหลากหลายล้วนประทับใจจาก Visa โปรดตรวจสอบรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.visaplatinam.com
- แผนประกันอุบัติเหตุการเดินทาง (Transport Accident Insurance) รับความคุ้มครองในกรณีเสียชีวิต สูญเสียอวัยวะจากอุบัติเหตุ ขณะโดยสารในยานพาหนะสาธารณะสำหรับการเดินทางทั้งในและต่างประเทศด้วยวงเงินคุ้มครองอุบัติเหตุถึง 1,000 เหรียญสหรัฐ เมื่อชำระค่าโดยสาร หรือโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคาร
- คุ้มครองนี้ครอบคลุมถึงคู่สมรสตามกฎหมาย และบุตร ธิดา โดยกำเนิด ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 23 ปีที่ร่วมเดินทางด้วย

- BBL Visa Platinum Toyota



เอกลักษณ์พิเศษสำหรับบัตรโตโยต้าของ ธนาคารกรุงเทพ

- รับส่วนลด 10 % สำหรับค่าอะไหล่แท้โตโยต้าที่ศูนย์บริการโตโยต้าทุกแห่งทั่วประเทศ(ยกเว้นค่าแรง, อุปกรณ์ตกแต่ง และเคมิคัลซ์)
- รับคูปองส่วนลด 50 บาท เมื่อใช้จ่ายครบทุก 1,000 บาท สำหรับการใช้บริการในครั้งต่อไป โปรแกรมผ่อนชำระ Be Smart ค่าใช้จ่ายที่ศูนย์บริการ ดอกเบี้ย 0% นาน 6 เดือน เมื่อใช้จ่าย 3,000 คะแนนสะสมแลกส่วนลดในอัตรา 1,000 คะแนน = 100 บาท

Feature & Benefit

Feature	Benefit
1.รับส่วนลด 10 % ค่าอะไหล่ที่ศูนย์บริการโตโยต้าทุกแห่งทั่วประเทศ 2.ผ่อนชำระค่าใช้จ่ายที่ศูนย์บริการ ดอกเบี้ย 0% นาน 6 เดือน	1.แบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายค่าซ่อมรถโตโยต้าลูกค้า

เปรียบเทียบธนาคารคู่แข่ง

1. ธนาคารอื่นที่ให้บริการบัตรเครดิตร่วมโตโยต้า ได้แก่ บัตรโตโยต้า ธนาคารไทยพาณิชย์ สิทธิประโยชน์คืนให้ลูกค้า 10 %
2. จากการใช้บริการที่ศูนย์บริการโตโยต้าทุกแห่งทั่วประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับบัตรของธนาคารกรุงเทพ จะได้รับสิทธิประโยชน์ที่มากกว่า ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนชำระและโปรโมชั่นต่างๆ เช่น คูปองส่วนตัวในการใช้บริการครั้งต่อ ๆ ไป เมื่อใช้จ่ายที่ศูนย์บริการโตโยต้า ทุกๆ 1,0000 บาท

- BBL Visa Platinum Travel



เอกลักษณ์พิเศษสำหรับบัตรท่องเที่ยว ธนาคารกรุงเทพ

- รับสิทธิซื้อแพคเกจท่องเที่ยวราคาพิเศษตลอดปี
- รับสิทธิพิเศษจากโรงแรม ที่พัก ที่เข้าร่วมรายการตลอดปี
- ใช้จ่ายผ่านบัตรทุกๆ 25 บาท รับ 1 คะแนนสะสม
- สามารถนำคะแนนสะสมแลกเป็นไมล์เดินทางของการบินไทย , บางกอกแอร์เวย์ส และแอร์เอเชียได้บริการ
- Personal Assistance Service ตลอด 24 ชั่วโมง

Feature & Benefit ของบัตร

Feature	Benefit
1. สิทธิซื้อแพคเกจท่องเที่ยวราคาพิเศษตลอดปี 2. สิทธิพิเศษจากโรงแรม ที่พัก ที่เข้าร่วมรายการตลอดปี	1. สามารถซื้อแพคเกจท่องเที่ยวในราคาพิเศษสุด สามารถท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งขึ้น 2. สามารถเชื่อมั่นในคุณภาพ และบริการจากบริการท่องเที่ยวที่คัดสรรโดย ททท. และธนาคาร 3. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละคน

เปรียบเทียบธนาคารคู่แข่ง

ปัจจุบันมีเพียงธนาคารกรุงเทพเพียงแห่งเดียวที่ได้ออกบัตรเครดิตร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพมีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของสมาชิกบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพโดยใช้แนวคิดทฤษฎีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) พร้อมทั้งกรอบแนวคิดเกี่ยวกับตัวแบบไอดา (AIDA model) ที่มีผลต่อผู้ใช้บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจ ความสนใจ ความต้องการอยากได้และการตัดสินใจ ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการใช้บริการบัตรเครดิต

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยผู้ที่ถือบัตรเครดิตดังกล่าวไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ เนื่องจากผู้ถือบัตรอาจได้รับการอนุมัติงานส่วนกลาง แต่มาใช้ที่เชียงใหม่ ก็เป็นไปได้

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แท้จริง จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ซึ่งจะเลือกคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่มีการใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนหรือสถาบันของ Seymour Sudman (Seymour Sudman, 1976 อ้างใน กุณฑล เวชสาร, 2546) การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพตามศูนย์การค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่และธนาคารกรุงเทพสาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปตามขอบเขตประชากรดังแสดงในตารางในภาคผนวก ข

3.2 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีสถานที่เก็บข้อมูลคือ ในศูนย์การค้าที่รับบัตรเครดิตและธนาคารกรุงเทพ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) ได้แก่ ประเภทบัตร BBL Visa Platinum ที่ใช้อยู่ วงเงินของบัตรเครดิตที่ได้รับ บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน มูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บัตรเครดิต และประเภทสินค้าและบริการที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตอบสนองของผู้บริโภคต่อสิทธิประโยชน์ลูกค้าสัมพันธ์ของบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพในอำเภอเมืองเชียงใหม่ทั้ง 3 ชั้นตอนคือขั้นการเกิดความเข้าใจ ขั้นการเกิดความรู้สึกและขั้นการเกิดพฤติกรรม วัดโดยใช้ Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตอบสนองของผู้บริโภคต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ โดยคำถามปลายเปิด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยข้อมูลที่แสดงความสำคัญใช้มาตราวัดแบบ (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับของความคิดเห็น ในแต่ละระดับดังนี้ (คุณทลี รินทร์มย์, 2551)

ระดับคะแนน	5	เท่ากับ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับคะแนน	4	เท่ากับ	เห็นด้วย
ระดับคะแนน	3	เท่ากับ	เฉยๆ
ระดับคะแนน	2	เท่ากับ	ไม่เห็นด้วย
ระดับคะแนน	1	เท่ากับ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การแปลค่าของคะแนนเฉลี่ย ผู้ศึกษาจะนำคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม มาหาค่าเฉลี่ย และกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ
- ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย
- ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ตารางแบบไขว้ (Cross tab) การศึกษาครั้งนี้ได้ เลื่อนนำเอาปัจจัยด้านรายได้ และความถี่ในการใช้บริการบัตรมาใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์

3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- ธนาคารกรุงเทพ สาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่
- ร้านค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่รับบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ

3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาประมาณ 6 เดือน ตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง กันยายน 2558 โดยเก็บข้อมูลในเดือนกรกฎาคม 2558

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพ ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามสิทธิประโยชน์

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ จำแนกความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	43.00
หญิง	171	57.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 57.00 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
26-30 ปี	46	15.33
31-35 ปี	68	22.67
36-40 ปี	100	33.33
41-45 ปี	58	19.33
45-50 ปี	22	7.33
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 36-40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ อายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.67 อายุ 41-45 ปี 19.33 อายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.33 อายุ 45-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.33 และ อายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	1.67
ระดับอนุปริญญา/ปวส.	36	12.00
ระดับปริญญาตรี	217	72.33
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	42	14.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 72.33 รองลงมาคือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.00 ระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 12.00 สูงกว่าระดับปริญญาตรี 14.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	116	38.67
สมรส	184	61.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 61.33 และ โสด คิดเป็นร้อยละ 38.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	64	21.33
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	28.00
พนักงานบริษัทเอกชน	112	37.33
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	32	10.67
อื่นๆ	8	2.67
รวม	300	100.00

อื่นๆ ได้แก่ อาชีพอิสระ 4 , รับเหมาก่อสร้าง 2 ราย แพทย์ 1 ราย นักดนตรี 1 ราย

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.00 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 21.33 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.67 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	9	3.00
ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท	87	29.00
ระหว่าง 30,001 - 45,000 บาท	67	22.33
มากกว่า 45,000 บาท	137	45.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.67 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 15,001 ถึง 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 รายได้ระหว่าง 30,001 ถึง 45,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 22.33 และรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทบัตร BBL Visa Platinum

ประเภทบัตร BBL Visa Platinum	จำนวน	ร้อยละ
BBL Platinum Leader	69	23.00
BBL Visa Platinum	145	48.33
BBL Visa Platinum Toyota	85	28.33
BBL Visa Platinum Travel	34	11.34

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ คำนวณร้อยละจากขนาดตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทบัตร BBL Visa Platinum มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ บัตร BBL Visa Platinum Toyota คิดเป็นร้อยละ 28.33 บัตร BBL Platinum Leader คิดเป็นร้อยละ 23.00 และบัตร BBL Visa Platinum Travel คิดเป็นร้อยละ 11.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวงเงินของบัตรเครดิต

วงเงินของบัตรเครดิตที่ได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30,000 บาท	1	0.33
30,001 - 50,000 บาท	19	6.33
50,001 - 100,000 บาท	87	29.00
มากกว่า 100,000 บาท	193	64.34
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวงเงินของบัตรเครดิตมากกว่า 100,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 64.34 รองลงมาคือ วงเงินของบัตร 50,001 ถึง 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.00 วงเงินของบัตร 30,001 ถึง 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.33 และวงเงินของบัตรไม่เกิน 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ใช้บริการบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	39	13.00
2-4 ครั้งต่อเดือน	200	66.67
มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	61	20.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 2 ถึง 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.33 และน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

มูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	173	57.67
ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท	105	35.00
ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	22	7.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.67 รองลงมาคือ ระหว่าง 5,001 ถึง 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ ระหว่าง 15,001 ถึง 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต

เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก ปลอดภัยไม่ต้องพกพาเงินสดมาก	150	50.00
ใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ	194	64.67
สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้	133	44.33
ใช้เบิกเงินจากตู้ ATM ในยามฉุกเฉิน	91	30.33
ใช้เป็นส่วนลดตามร้านค้าต่างๆที่เข้าร่วมกับบัตรเครดิต	177	59.00
ต้องการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อให้ได้ของรางวัล	98	32.67
อื่นๆ	27	9.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนร้อยละจากขนาดตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง
 อื่นๆ ได้แก่ ไม่ชอบพกเงินสด 7 ราย วางแผนการเงินได้ดี 5 ราย เท่ห์ ดุติ 4 ราย เพื่อการบริหารเครดิต 5 ราย ใช้ก่อนจ่ายทีหลัง 3 ราย ใช้เพื่อหักบัญชีสาธารณูปโภคพร้อมได้แต้ม 2 ราย เพื่อยกระดับสนิม 1 ราย

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิตเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ คิดเป็นร้อยละ 64.67 รองลงมาคือ ใช้เป็นส่วนลดตามร้านค้าต่างๆที่เข้าร่วมกับบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 59.00 สะดวก ปลอดภัยไม่ต้องพกพาเงินสดมาก คิดเป็นร้อยละ 50.00 สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้ คิดเป็นร้อยละ 44.33 ต้องการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อให้ได้ของรางวัล คิดเป็นร้อยละ 32.67 ใช้เบิกเงินจากตู้ ATM ในยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 30.33 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าและบริการที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

ประเภทสินค้าและบริการ ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	จำนวน	ร้อยละ
ค่าทานอาหารนอกบ้าน	100	33.33
ซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค	165	55.00
ซื้อเครื่องแต่งกาย	78	26.00
ซื้อเครื่องสำอาง/อาหารเสริม	100	33.33
ค่าบำรุงรักษารถยนต์/เติมน้ำมัน	134	44.67
ซื้อของออนไลน์	99	33.00
ค่าพาหนะเดินทาง	88	29.33
ค่าโรงแรม	87	29.00
ค่ารักษาพยาบาล	64	21.33
อื่นๆ	23	7.67

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และคำนวณร้อยละจากขนาดตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง
 หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้บริการคลินิกเสริมความงาม 10 ราย ค่าน้ำ-ค่าไฟ 5 ราย ค่าประกัน 3 ราย
 ค่าของขวัญสำหรับแฟน 3 ราย รายจ่ายภาษีสังคม 2 ราย

จากตารางที่ 4.12 พบว่าประเภทสินค้าและบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต คือ เพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ค่าบำรุงรักษารถยนต์/เติมน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 44.67 ค่าทานอาหารนอกบ้าน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ซื้อของออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 33.00 ค่าพาหนะเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 29.33 ค่าโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.00 ซื้อเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 26.00 ค่ารักษาพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 21.33 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.67 ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความตั้งใจ

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
แหล่งที่ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร							
พนักงานของธนาคาร กรุงเทพ	118 (39.33)	112 (37.33)	66 (22.00)	4 (1.33)	0 (0.00)	4.15 (เห็นด้วย)	5
BBL Call Center	94 (31.30)	122 (40.70)	63 (21.00)	21 (7.00)	0 (0.00)	3.96 (เห็นด้วย)	7
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	12 (4.00)	187 (62.30)	79 (26.30)	22 (7.30)	0 (0.00)	3.63 (เห็นด้วย)	10
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ ร่วมรายการ	149 (49.70)	93 (31.00)	58 (19.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.30 (เห็นด้วย)	2
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	137 (45.70)	157 (52.30)	6 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.44 (เห็นด้วย)	1
เอกสารแนะนำที่ พร้อมไปกับใบแจ้งหนี้	73 (24.30)	224 (74.70)	3 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (เห็นด้วย)	4
SMS	1 (0.30)	168 (56.00)	110 (36.70)	21 (7.00)	0 (0.00)	3.50 (เห็นด้วย)	13
E-mail	3 (1.00)	169 (56.30)	121 (40.30)	7 (2.30)	0 (0.00)	3.56 (เห็นด้วย)	12
เว็บไซต์ของ BBL	59 (19.70)	186 (62.00)	48 (16.00)	7 (2.30)	0 (0.00)	3.99 (เห็นด้วย)	6
เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit	90 (30.00)	197 (65.70)	13 (4.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (เห็นด้วย)	3
เฟสบุ๊คแฟนเพจ สาธารณะ/ เว็บไซต์ สาธารณะ	11 (3.70)	215 (71.70)	74 (24.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.79 (เห็นด้วย)	8

ตารางที่ 4.13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของ
 ลูกจ้างบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความตั้งใจ

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
แหล่งที่ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร							
Banner โฆษณาทั่วไป	21 (7.00)	207 (69.00)	44 (14.70)	28 (9.30)	0 (0.00)	3.74 (เห็นด้วย)	9
สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	21 (7.00)	162 (54.00)	90 (30.00)	27 (9.00)	0 (0.00)	3.59 (เห็นด้วย)	11
สิทธิประโยชน์ของบัตร							
การแลกคะแนนสะสม เพื่อ แลกสินค้าฟรี	60 (20.00)	216 (72.00)	24 (8.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.12 (เห็น ด้วย)	1
การแลกคะแนนสะสม เพื่อ แลกรับส่วนลด	33 (11.00)	249 (83.00)	18 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05 (เห็นด้วย)	3
การแลกคะแนนสะสม เพื่อ แลกรับส่วนลดเป็นเงินสด	16 (5.30)	227 (75.70)	57 (19.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.86 (เห็นด้วย)	7
การแลกคะแนนสะสม เพื่อ แลกซื้อสินค้า	29 (9.70)	204 (68.00)	67 (22.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.87 (เห็นด้วย)	6
การแลกคะแนนสะสม เพื่อ แลกไมล์เดินทางของสาย การบิน	38 (12.70)	220 (73.30)	42 (14.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99 (เห็นด้วย)	4
การรับคะแนนสะสมเพิ่ม เป็น 2 เท่า	79 (26.30)	123 (41.00)	98 (32.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (เห็น ด้วย)	5
การรับประกันภัยคุ้มครอง เมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่าน บัตร	29 (9.70)	119 (39.70)	152 (50.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.59 (เห็นด้วย)	8

ตารางที่ 4.13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความตั้งใจ

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สิทธิประโยชน์ของบัตร							
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	45 (15.00)	241 (80.30)	14 (4.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.10 (เห็นด้วย)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.94 (เห็นด้วย)	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความตั้งใจ (Attention) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.26) เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.15) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 3.99) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 3.96) เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.79) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.74) เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.63) สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.59) E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ SMS (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.05) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.99) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 3.94) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การ

แลกเปลี่ยนสะสม เพื่อแลกเปลี่ยนเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ในชั้นความสนใจ

ชั้นความสนใจ (Interest)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
แหล่งในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร							
พนักงานของธนาคาร กรุงเทพ	59 (19.70)	187 (62.30)	54 (18.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.02 (เห็นด้วย)	6
BBL Call Center	122 (40.70)	159 (53.00)	19 (6.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (เห็นด้วย)	5
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	1 (0.30)	151 (50.30)	115 (38.30)	33 (11.00)	0 (0.00)	3.40 (เฉยๆ)	8
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ ร่วมรายการ	118 (39.30)	165 (55.00)	17 (5.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (เห็นด้วย)	4
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	131 (43.70)	169 (56.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.44 (เห็นด้วย)	3
เอกสารแนะนำที่มา พร้อมกับใบแจ้งหนี้	136 (45.30)	164 (54.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45 (เห็นด้วย)	2
สมัครรับบริการรับ ข่าวสารทางSMS	19 (6.30)	95 (31.70)	164 (54.70)	22 (7.30)	0 (0.00)	3.37 (เฉยๆ)	9
E-mailถึงฝ่ายบริการ ลูกค้า	0 (0.00)	10 (3.30)	225 (75.00)	65 (21.70)	0 (0.00)	2.82 (เฉยๆ)	10
เว็บไซต์ของ BBL	175 (58.30)	121 (40.30)	4 (1.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.57 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit	115 (38.30)	172 (57.30)	13 (4.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (เห็นด้วย)	5
เฟสบุ๊กแฟนเพจ สาธารณะ/ เว็บบอร์ด สาธารณะ	118 (39.30)	77 (25.70)	105 (35.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.04 (เห็นด้วย)	7

ตารางที่ 4.14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของ
ลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ในชั้นความสนใจ

ชั้นความสนใจ (Interest)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
หมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ ที่ท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติม							
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี	268 (89.30)	26 (8.70)	6 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.87 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด	180 (60.00)	109 (36.30)	11 (3.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.56 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	3
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด เป็นเงินสด	169 (56.30)	113 (37.70)	18 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.50 (เห็นด้วย)	6
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า	197 (65.70)	93 (31.00)	10 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.62 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	2
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทาง ของสายการบิน	118 (39.30)	164 (54.70)	18 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.33 (เห็นด้วย)	7
การรับคะแนนสะสม เพิ่มเป็น 2 เท่า	180 (60.00)	106 (35.30)	14 (4.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.55 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4
การรับประกันภัย คุ้มครองเมื่อชำระค่า เดินทางและโปรแกรม ท่องเที่ยวผ่านบัตร	201 (67.00)	85 (28.30)	14 (4.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.62 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	2
การรับส่วนลด ค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ ร่วมรายการ	171 (57.00)	113 (37.70)	16 (5.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.52 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.25 (เห็นด้วย)	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในชั้นความสนใจ(Interest) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.25)

ความคิดเห็นในด้านการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL(ค่าเฉลี่ย 4.57)

ความคิดเห็นในด้านการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) BBL Call Center /พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ(ค่าเฉลี่ย 4.04) และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ความคิดเห็นในด้านการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในระดับเฉยๆ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ สมัครบริการรับข่าวสารทาง SMS (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ E-mail ถึงฝ่ายบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านหมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากบัตรเครดิต BBL Platinum ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.87) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าและการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.62) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.56) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านหมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากบัตรเครดิต BBL Platinum ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้า บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้

ชั้นความต้องการอยาก ได้(Desire)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความประสงค์จะใช้ สิทธิในการแลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลก สินค้าฟรี	275 (91.70)	19 (6.30)	6 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.88 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1
ความประสงค์จะใช้ สิทธิในการแลกแต้ม เพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	196 (65.30)	90 (30.00)	3 (1.00)	11 (3.70)	0 (0.00)	4.57 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4
ความประสงค์จะใช้ สิทธิแลกแต้มคะแนน สะสม เพื่อแลกกับ ส่วนลดเงินสด	152 (50.70)	129 (43.00)	1 (0.30)	13 (4.30)	5 (1.70)	4.37 (เห็นด้วย)	6
ความประสงค์จะใช้ สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อ สินค้า	190 (63.30)	81 (27.00)	19 (6.30)	10 (3.30)	0 (0.00)	4.50 (เห็นด้วย)	5
ความประสงค์จะใช้ สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลก ไมล์เดินทางของสาย การบิน	101 (33.70)	157 (52.30)	27 (9.00)	15 (5.00)	0 (0.00)	4.15 (เห็นด้วย)	7
ความประสงค์จะใช้ สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	192 (64.00)	94 (31.30)	14 (4.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.59 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	2
ความประสงค์จะใช้ สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครอง ประกันภัย	219 (73.00)	44 (14.70)	29 (9.70)	8 (2.70)	0 (0.00)	4.58 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	3

ตารางที่ 4.15(ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของ ลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้

ชั้นความต้องการ อยากได้(Desire)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความประสงค์จะใช้ สิทธิประโยชน์ เพื่อ รับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ	191 (63.70)	98 (32.70)	3 (1.00)	8 (2.70)	0 (0.00)	4.57 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.53 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.53) โดยความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย 4.88) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แด้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า(ค่าเฉลี่ย 4.59) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ความคิดเห็นระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเงินสด(ค่าเฉลี่ย 4.37) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้า บัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนานาชาติกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในขั้นการตัดสินใจซื้อ

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความประสงค์จะใช้สิทธิ ในการแลกแต้มคะแนน สะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี	278 (92.70)	16 (5.30)	0 (0.00)	1 (0.30)	5 (1.70)	4.87 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1
ความประสงค์จะใช้สิทธิ ในการแลกแต้มเพื่อรับ ส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ	273 (91.00)	13 (4.30)	3 (1.00)	4 (1.30)	7 (2.30)	4.80 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	2
ความประสงค์จะใช้สิทธิ แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงิน สด	198 (66.00)	84 (28.00)	0 (0.00)	3 (1.00)	15 (5.00)	4.49 (เห็นด้วย)	6
ความประสงค์จะใช้สิทธิ แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า	214 (71.30)	57 (19.00)	19 (6.30)	2 (0.70)	8 (2.70)	4.56 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	5
ความประสงค์จะใช้สิทธิ แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน	167 (55.70)	64 (21.30)	55 (18.30)	6 (2.00)	8 (2.70)	4.25 (เห็นด้วย)	8
ความประสงค์จะใช้สิทธิ ประโยชน์ เพื่อรับ แต้ม คะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	210 (70.00)	67 (22.30)	13 (4.30)	10 (3.30)	0 (0.00)	4.59 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	4
ความประสงค์จะใช้สิทธิ ประโยชน์ เพื่อรับ ความ คุ้มครองประกันภัย	208 (69.30)	52 (17.30)	18 (6.00)	14 (4.70)	8 (2.70)	4.46 (เห็นด้วย)	7

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตอบสนองของ ลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นการตัดสินใจซื้อ

ชั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความประสงค์จะใช้สิทธิ ประโยชน์ เพื่อรับ ส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	224 (74.70)	65 (21.70)	3 (1.00)	1 (0.30)	7 (2.30)	4.66 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.59 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ชั้นการตัดสินใจซื้อ (Attention) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.59) โดยความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย 4.87) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.80) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.59) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ความคิดเห็นระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด(ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย(ค่าเฉลี่ย 4.46) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆในการตัดสินใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่าแพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ของที่นำมาให้แลก น่าจะใช้คะแนนน้อยกว่านี้ 3 ราย
2. ของที่นำมาให้แลก อยากให้เพิ่ม หรือ เปลี่ยนสินค้าบ่อยๆ 2 ราย
3. ควรมีโปรแกรมผ่อน 0% 10 เดือน หรือ 1 ปี หลายๆที่ 3 ราย
4. ไม่ค่อยรู้ว่าสิทธิพิเศษอะไรเลย 1 ราย
5. อยากให้มีการได้คะแนน 2 เท่าเมื่อเติมน้ำมันทุกที่ 1 ราย
6. อยากให้มีการได้คะแนน 2 เท่าเมื่อซื้อสินค้าทุกที่ หรือมีบ่อยๆ 2 ราย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนาคารกรุงเทพต่อ
สิทธิประโยชน์โดยจำแนกตามรายได้

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมนาคารกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามรายได้

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
แหล่งที่ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร						
พนักงานของธนาคารกรุงเทพ	3.98	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	4.34	เห็นด้วย
BBL Call Center	3.88	เห็นด้วย	3.93	เห็นด้วย	4.04	เห็นด้วย
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	3.65	เห็นด้วย	3.58	เห็นด้วย	3.64	เห็นด้วย
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.36	เห็นด้วย	4.13	เห็นด้วย	4.34	เห็นด้วย
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.44	เห็นด้วย	4.51	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.40	เห็นด้วย
เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้	4.25	เห็นด้วย	4.19	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย
SMS	3.40	เฉยๆ	3.31	เฉยๆ	3.66	เห็นด้วย
E-mail	3.52	เห็นด้วย	3.31	เฉยๆ	3.71	เห็นด้วย
เว็บไซต์ของ BBL	3.92	เห็นด้วย	3.94	เห็นด้วย	4.07	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit	4.23	เห็นด้วย	4.16	เห็นด้วย	4.32	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ด สาธารณะ	3.70	เห็นด้วย	3.88	เห็นด้วย	3.81	เห็นด้วย
Banner โฆษณาทั่วไป	3.69	เห็นด้วย	3.84	เห็นด้วย	3.72	เห็นด้วย
สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ	3.54	เห็นด้วย	3.69	เห็นด้วย	3.58	เห็นด้วย
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้า ฟรี	4.20	เห็นด้วย	4.18	เห็นด้วย	4.04	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด	4.08	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย	4.04	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเป็นเงินสด	3.81	เห็นด้วย	3.81	เห็นด้วย	3.93	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามรายได้

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า	3.86	เห็นด้วย	3.99	เห็นด้วย	3.82	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน	3.96	เห็นด้วย	3.96	เห็นด้วย	4.02	เห็นด้วย
การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า	3.96	เห็นด้วย	3.85	เห็นด้วย	3.96	เห็นด้วย
การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร	3.61	เห็นด้วย	3.46	เฉยๆ	3.64	เห็นด้วย
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.12	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.91	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย	3.97	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.91)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.36) เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 3.98) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 3.92) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 3.88) เฟสบุ๊กแฟนเพจ สาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.70) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.69) เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ SMS (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.08) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินและการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.81) การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในขั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.00) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 3.94) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 3.93) เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.88) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.84) สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และเพื่อนหรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ SMS และ E-mail มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.31)ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือ

การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด(ค่าเฉลี่ย 4.03) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.99) การแลกคะแนน สะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 3.96) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 3.85) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของ บัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนาคาร กรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ การรับ ประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนาคารกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.97)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็น ด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ พนักงานของธนาคารกรุงเทพ และพนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 4.34) เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.32) เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.24) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.07) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.04) เฟสบุ๊กแฟนเพจ สาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ(ค่าเฉลี่ย 3.81) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.72) E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.71) SMS (ค่าเฉลี่ย 3.66) เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินั มาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยสามารถ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 4.02) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 3.96) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด เป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.93) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.82) และการรับ ประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความสนใจโดยจำแนกตามรายได้

ชั้นความสนใจ (Interest)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
แหล่งในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร						
พนักงานของธนาคารกรุงเทพ	4.12	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย	3.91	เห็นด้วย
BBL Call Center	4.36	เห็นด้วย	4.34	เห็นด้วย	4.33	เห็นด้วย
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	3.27	เฉยๆ	3.22	เฉยๆ	3.58	เห็นด้วย
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.41	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย	4.34	เห็นด้วย
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.49	เห็นด้วย	4.34	เห็นด้วย	4.45	เห็นด้วย
เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้	4.49	เห็นด้วย	4.48	เห็นด้วย	4.42	เห็นด้วย
สมัครบริการรับข่าวสารทาง SMS	3.24	เฉยๆ	3.43	เฉยๆ	3.43	เฉยๆ
E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า	2.82	เฉยๆ	2.78	เฉยๆ	2.83	เฉยๆ
เว็บไซต์ของ BBL	4.52	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.61	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.58	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit	4.37	เห็นด้วย	4.52	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.23	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ด สาธารณะ	4.08	เห็นด้วย	4.18	เห็นด้วย	3.95	เห็นด้วย
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้า ฟรี	4.92	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.94	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.81	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด	4.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.66	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเป็นเงินสด	4.52	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.58	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.45	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อ สินค้า	4.60	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.68	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน	4.30	เห็นด้วย	4.21	เห็นด้วย	4.42	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความสนใจโดยจำแนกตามรายได้

ชั้นความสนใจ (Interest)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การรับประกันสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.55	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.55	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.55	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระ ค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยว ผ่านบัตร	4.64	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.63	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.61	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้า ที่ร่วมรายการ	4.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.46	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	เห็นด้วย	4.25	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ (Interest) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.25)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.52)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.41) เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.37) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และเฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.27) รองลงมาคือ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS (ค่าเฉลี่ย 3.24) E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 2.82)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย 4.92) รองลงมาคือ การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.64) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดและการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.53) และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.30) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินพนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.25)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.61) เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.52) และป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้(ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.46) BBL Call Center และป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.34) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.09)ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทในระดับเฉยๆ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS (ค่าเฉลี่ย 3.48) เพื่อน หรือคนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.22) และE-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 2.78) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.66) การรับประกันภัยคุ้มครอง เมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 4.63) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลก รับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.58) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การแลก คะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54) การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคาร กรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับ ตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.24)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็น ด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL(ค่าเฉลี่ย 4.58)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.42) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.34) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.33) เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.23) เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.95) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และเพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเฉยๆ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สมัครงบบริการรับข่าวสารทางSMS (ค่าเฉลี่ย 3.43) และ E-mailถึง ฝ่ายบริการลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 2.83)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ค่าเฉลี่ย 4.81)

รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า(ค่าเฉลี่ย 4.68) การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.61) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.54) และการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้โดยจำแนกตามรายได้

ชั้นความต้องการอยากได้ (Desire)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี	4.92	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.94	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.49	เห็นด้วย
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด	4.38	เห็นด้วย	4.45	เห็นด้วย	4.32	เห็นด้วย
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า	4.46	เห็นด้วย	4.36	เห็นด้วย	4.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน	3.99	เห็นด้วย	3.93	เห็นด้วย	4.36	เห็นด้วย
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย	4.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้โดยจำแนกตามรายได้

ชั้นความต้องการอยากได้ (Desire)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้า ที่ร่วมรายการ	4.53	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.43	เห็นด้วย	4.67	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.51	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง(ค่าเฉลี่ยรวม 4.51)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.92) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่าและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.61) ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด(ค่าเฉลี่ย 4.38) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.51)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.94) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.69) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.64) และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.63)ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.54)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.82) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.53)ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์

เดินทางของสายการบิน(ค่าเฉลี่ย 4.36) และความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลก
รับส่วนลดเงินสด(ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม
ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ขั้นการตัดสินใจซื้อโดยจำแนกตามรายได้

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)	รายได้					
	ไม่เกิน 30,000 บาท		30,001 - 45,000 บาท		มากกว่า 45,000 บาท	
	n=96		n=67		n=137	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลก แต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้า ฟรี	4.91	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.99	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.79	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลก แต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ	4.89	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.94	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.68	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด เงินสด	4.49	เห็นด้วย	4.46	เห็นด้วย	4.50	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อ ซื้อสินค้า	4.43	เห็นด้วย	4.42	เห็นด้วย	4.72	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อ แลกไมล์เดินทางของสายการบิน	4.18	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.66	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.66	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.51	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย	4.48	เห็นด้วย	4.48	เห็นด้วย	4.44	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้า ที่ร่วมรายการ	4.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.52	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.80	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.61	เห็นด้วย อย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.58)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.91) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.89) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.66) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.48) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.56)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.99) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.94) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.66) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด

(ค่าเฉลี่ย 4.46) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.42) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย 4.61)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.80) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.79)ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.72) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.68) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า(ค่าเฉลี่ย 4.51) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.44) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.6 ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนธนาคารกรุงเทพต่อ
สิทธิประโยชน์ จำแนกความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมนธนาคารกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
แหล่งที่ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร						
พนักงานของธนาคารกรุงเทพ	4.26	เห็นด้วย	4.13	เห็นด้วย	4.13	เห็นด้วย
BBL Call Center	3.69	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	4.02	เห็นด้วย
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	3.51	เห็นด้วย	3.65	เห็นด้วย	3.64	เห็นด้วย
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.08	เห็นด้วย	4.29	เห็นด้วย	4.48	เห็นด้วย
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ	4.38	เห็นด้วย	4.41	เห็นด้วย	4.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบ แจ้งหนี้	4.36	เห็นด้วย	4.19	เห็นด้วย	4.30	เห็นด้วย
SMS	3.36	เฉยๆ	3.54	เห็นด้วย	3.46	เฉยๆ
E-mail	3.59	เห็นด้วย	3.56	เห็นด้วย	3.54	เห็นด้วย
เว็บไซต์ของ BBL	3.97	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย	3.87	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit	4.05	เห็นด้วย	4.28	เห็นด้วย	4.30	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บ บอร์ดสาธารณะ	3.74	เห็นด้วย	3.80	เห็นด้วย	3.77	เห็นด้วย
Banner โฆษณาทั่วไป	3.85	เห็นด้วย	3.71	เห็นด้วย	3.75	เห็นด้วย
สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	3.69	เห็นด้วย	3.61	เห็นด้วย	3.48	เฉยๆ
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลก สินค้าฟรี	4.28	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย	4.10	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด	4.18	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย	4.03	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเป็นเงินสด	3.95	เห็นด้วย	3.85	เห็นด้วย	3.85	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.21 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิต วิ
 ซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในชั้นความตั้งใจจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความตั้งใจ (Attention)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อ สินค้า	3.85	เห็นด้วย	3.88	เห็นด้วย	3.87	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน	3.92	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	3.98	เห็นด้วย
การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า	3.62	เห็นด้วย	3.92	เห็นด้วย	4.20	เห็นด้วย
การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระ ค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยว ผ่านบัตร	3.56	เห็นด้วย	3.58	เห็นด้วย	3.64	เห็นด้วย
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้า ที่ร่วมรายการ	4.10	เห็นด้วย	4.09	เห็นด้วย	4.16	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90	เห็นด้วย	3.94	เห็นด้วย	3.96	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อ
 เดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความ
 ตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต
 วิซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน
 ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ
 (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) พนักงานของ
 ธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.08) เฟสบุ๊คแฟนเพจของ
 BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.05) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 3.97) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.85)
 เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.74) BBL Call Center และสื่อโฆษณา
 ทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.59) เพื่อน หรือ คน
 รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเฉยๆ ได้แก่ SMS (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด(ค่าเฉลี่ย 4.18) การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.95) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 3.62) การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.94)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือน ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.29) เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.28) เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.03) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.00)เฟสบุ๊คแฟนเพจ สาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.80) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.71) เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.61) E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ SMS (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีและการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.03) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 3.92) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.88) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร(ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.96)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้และเฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.30) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.13) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.02) เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 3.87) เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/เว็บบอร์ดสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 3.77) Banner โฆษณาทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.75) เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ E-mail (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ SMS (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรับประกันสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) การแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.10) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.03) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 3.98) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความสนใจโดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความสนใจ (Interest)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
แหล่งในการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร						
พนักงานของธนาคารกรุงเทพ	4.10	เห็นด้วย	3.98	เห็นด้วย	4.08	เห็นด้วย
BBL Call Center	4.38	เห็นด้วย	4.29	เห็นด้วย	4.48	เห็นด้วย
เพื่อน หรือ คนรู้จัก	3.44	เฉยๆ	3.48	เฉยๆ	3.13	เฉยๆ
พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.26	เห็นด้วย	4.32	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย
ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.44	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย	4.46	เห็นด้วย
เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้	4.59	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.43	เห็นด้วย	4.46	เห็นด้วย
สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS	3.56	เห็นด้วย	3.36	เฉยๆ	3.28	เฉยๆ
E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า	3.00	เฉยๆ	2.80	เฉยๆ	2.75	เฉยๆ
เว็บไซต์ของ BBL	4.69	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit	4.03	เห็นด้วย	4.40	เห็นด้วย	4.33	เห็นด้วย
เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ	4.21	เห็นด้วย	4.01	เห็นด้วย	4.05	เห็นด้วย
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้า ฟรี	4.79	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.87	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.93	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด	4.72	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.55	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.49	เห็นด้วย
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเป็นเงินสด	4.56	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.49	เห็นด้วย	4.52	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อ สินค้า	4.67	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.60	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.67	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน	4.41	เห็นด้วย	4.32	เห็นด้วย	4.33	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.22 (ต่อ) แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความสนใจโดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความสนใจ (Interest)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สิทธิประโยชน์ของบัตร						
การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.62	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.55	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.51	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระ ค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยว ผ่านบัตร	4.62	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.63	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.61	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้า ที่ร่วมรายการ	4.62	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.49	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย	4.24	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.30)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.69) และเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ(ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/เว็บไซต์สาธารณะ(ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ(ค่าเฉลี่ย 4.10) เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับใดๆ ได้แก่ เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า ค่าเฉลี่ย 3.00)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.72) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.67) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า / การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรและการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.62) และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ (Interest)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.24)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสารแนะนำที่มาพร้อมๆกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือเฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.40) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.29) เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับใดๆสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 2.80)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.87) รองลงมาคือ การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร (ค่าเฉลี่ย 4.63) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.60) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดและการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.55) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.49) และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.49)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพในชั้นความสนใจ (Interest) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.24)

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ BBL Call Center (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit (ค่าเฉลี่ย 4.33) พนักงานของธนาคารกรุงเทพ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และเฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเฉยๆสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สมัครบริการรับข่าวสารทาง SMS (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมาคือ เพื่อน หรือ คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ E-mail ถึงฝ่ายบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย

4.93) รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.67) การรับประกันภัย คู้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.61) การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.52) การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.51) และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.49) ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็น ด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.33)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ ในชั้นความต้องการอยากได้โดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความต้องการอยากได้ (Desire)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี	4.90	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.95	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด	4.44	เห็นด้วย	4.37	เห็นด้วย	4.30	เห็นด้วย
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า	4.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.48	เห็นด้วย	4.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน	4.28	เห็นด้วย	4.12	เห็นด้วย	4.16	เห็นด้วย
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.52	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง(ค่าเฉลี่ยรวม 4.58)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี(ค่าเฉลี่ย4.90) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย4.64) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย4.59) และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย4.44) และ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.51)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.85) รองลงมาคือความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.60) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) และความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.37) และความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.54)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.95) รองลงมาคือความประสงค์จะใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัยและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.59) ความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แด้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.30) และความประสงค์จะใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดง ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์ขั้นการตัดสินใจซื้อโดยจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)	ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน					
	ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน		2-4 ครั้งต่อเดือน		มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	
	n=39		n=200		n=61	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี	4.90	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.84	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.93	เห็นด้วยอย่างย้ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.95	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.74	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.90	เห็นด้วยอย่างย้ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด	4.62	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.49	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า	4.59	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.53	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.61	เห็นด้วยอย่างย้ง
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน	4.41	เห็นด้วย	4.28	เห็นด้วย	4.07	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	4.59	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.66	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.38	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย	4.51	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.46	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย
ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	4.64	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.67	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.66	เห็นด้วยอย่างย้ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.58	เห็นด้วยอย่างย้ง	4.55	เห็นด้วยอย่างย้ง

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างย้ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.65)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.95) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.90) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.62) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้าและท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.59) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.58)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.84) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.74) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.67) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.66) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.46) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ยรวม 4.55)

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.93) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.90) ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61) ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดและท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า (ค่าเฉลี่ย 4.38) และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ ในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งในบทนี้ประกอบด้วย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 36 ถึง 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีสถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพเป็นบัตร BBL Visa Platinum โดยมีวงเงินมากกว่า 100,000 บาทใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 2 ถึง 4 ครั้งมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทเหตุผลที่เลือกใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ โดยใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิ

ประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ

ชั้นความตั้งใจ (Attention)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในชั้นความตั้งใจ (Attention)ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จากป้ายติด

ประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการรองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้พนักงานของธนาคารกรุงเทพ เว็บไซต์ของ BBL และ BBL Call Center เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ Banner โฆษณาทั่วไป เพื่อน หรือ คนรู้จักสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ E-mail และSMS ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเป็นเงินสดการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร ตามลำดับ

ชั้นความสนใจ (Interest)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในชั้นความสนใจ (Interest) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ การหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของ BBL

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การหาข้อมูลจากเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ รองลงมาคือ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ BBL Call Center /พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และ เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเฉยๆ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่การหาข้อมูลจากเพื่อน หรือ คนรู้จัก รองลงมาคือ สมักรับบริการรับข่าวสารทางSMS และE-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้าตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านหมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากบัตรเครดิต BBL Platinum ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าและการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลด การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเป็นเงินสด ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านหมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจากบัตรเครดิต BBL Platinum ในระดับเห็นด้วย ได้แก่การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ขั้นความต้องการอยากได้ (Desire)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในขั้นความต้องการอยากได้(Desire)หรือความความประสงค์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการที่จะใช้สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นในขั้นความต้องการอยากได้(Desire) ในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Attention)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action) ในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัยและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

จากการศึกษาการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม ธนาคารกรุงเทพ สามารถสรุปการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมือง

เชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพตามตัวแบบไอดา (AIDA MODEL) ใน 2 ลำดับสูงสุด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางสรุปการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพตามตัวแบบไอดา (AIDA MODEL) ใน 2 ลำดับสูงสุด

อันดับ	ความตั้งใจ (Attention)	ความสนใจ (Interest)	ความต้องการอยากได้ (Desire)	การตัดสินใจซื้อ (Action)
	ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร	การหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร		
1	จากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	เว็บไซต์ของ BBL		
2	จากพนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้		
	ทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรในหมวด	สิทธิประโยชน์ที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม		
1	การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี	การแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี	สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี	การใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี
2	การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ	การแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกซื้อสินค้าและการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทาง	สิทธิประโยชน์เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า	การใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ จำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยมีข้อเสนอแนะในด้านสินค้าที่นำมาให้แลกควรความหลากหลาย เปลี่ยนแปลงอยู่เป็นประจำ รวมถึงการใช้คะแนนแลกอยากให้ใช้คะแนนน้อยลง เพื่อแลกสินค้า ในขณะที่ลูกค้าบางกลุ่มเห็นว่า การได้คะแนนเพิ่ม 2 เท่าควรทำร่วมกับสถานบริการน้ำมันทุกราย หรือ การซื้อสินค้าอุปโภค บริโภค อยากให้มีการร่วมรายการ 2 เท่าในปริมาณมากขึ้น และมีโปรแกรมผ่อน 0% นาน 10 เดือน ในหลากหลายร้านค้าที่ร่วมรายการ ทั้งนี้ทางธนาคารควรทำการประชาสัมพันธ์ในเรื่องสิทธิพิเศษต่างของบัตรให้เพิ่มมากขึ้น

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพจำแนกตามรายได้

ชั้นความตั้งใจ (Attention)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ(Attention) มีคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การทราบข้อมูลเบื้องต้นจากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit พนักงานของธนาคารกรุงเทพเว็บไซต์ของ BBL และ BBL Call Center เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ Banner โฆษณาทั่วไปเพื่อน หรือ คนรู้จัก สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ ฯลฯและ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้าตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลด การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินและการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากันการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเป็นเงินสด การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ (Attention) มีคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วย

สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่จากเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ รองลงมาคือ เฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Credit พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการพนักงานของธนาคารกรุงเทพ เว็บไซต์ของ BBL และBBL Call Center เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ Banner โฆษณาทั่วไป สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ ฯลฯ และเพื่อน หรือ คนรู้จัก ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ จากการสมัครบริการรับข่าวสารทางSMS และ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากันตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้30,001 - 45,000 บาทในระดับเฉยๆ ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ(Attention) มีคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ พนักงานของธนาคารกรุงเทพ และพนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเฟสบุ๊คแฟนเพจของ BBL Creditเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้เว็บไซต์ของ BBL และ BBL Call Center เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะBanner โฆษณาทั่วไป E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้าสมัครบริการรับข่าวสารทางSMS เพื่อน หรือ คนรู้จัก และสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ ฯลฯตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่สิทธิประโยชน์ในการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการรองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกเป็นส่วนลดเป็นเงินสด การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าและการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ชั้นความสนใจ (Interest)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ (Interest) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของ BBL

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่จากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit BBL Call Center พนักงานของธนาคารกรุงเทพและเฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ ตามลำดับ

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในกรณีที่ต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมในระดับเฉยๆ ได้แก่จากเพื่อน หรือ คนรู้จักรองลงมาคือสมัครบริการรับข่าวสารทาง SMS E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยว การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกเป็นส่วนลดและการเป็นส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกเป็นส่วนลดเป็นเงินสด ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินพนักงานของธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ (Interest) มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จากเว็บไซต์ของ BBL รองลงมาคือ เฟสบุ๊ก แฟนเพจของ BBL Credit และป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จากเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ รองลงมาคือการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ BBL Call Center และป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเฉยๆ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สมัครงานรับข่าวสารทาง SMS รองลงมาคือเพื่อน หรือ คนรู้จัก และ E-mail ถึงฝ่ายบริการลูกค้าตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในชั้นความสนใจ (Interest) มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ การทราบข้อมูลเบื้องต้นจากเว็บไซต์ของ BBL

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย ได้แก่การทราบข้อมูลเบื้องต้นจากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มามีพร้อมกับใบแจ้งหนี้ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ BBL Call Center เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์สาธารณะ พนักงานของธนาคารกรุงเทพ และเพื่อน หรือ คนรู้จัก ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเฉยๆ ได้แก่สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS และ E-mail ถึงฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ของการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร การรับคะแนนสะสมเพิ่มขึ้น 2 เท่าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดและการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ของการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ขั้นความต้องการอยากได้ (Desire)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในขั้นความต้องการอยากได้(Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิชา แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มขึ้น 2 เท่า และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความ

ประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ความคิดเห็น ในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย ตามลำดับ

ความคิดเห็น ในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้าและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้าความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อ

รับ แด้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแด้้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแด้้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแด้้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดตามลำดับ

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแด้้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแด้้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแด้้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแด้้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดรองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแด้้ม เพื่อซื้อสินค้า ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแด้้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแด้้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแด้้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วม

รายการท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่าท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการตามลำดับ

ความคิดเห็น ในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 - 45,000 บาทในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย รองลงมาคือท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้าท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพในชั้นการตัดสินใจซึ่งมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่าและท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด ตามลำดับ

ความคิดเห็น ในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพต่อสิทธิประโยชน์จำแนกความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

ชั้นความตั้งใจ (Attention)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักการกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ(Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต
วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน
ในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ
รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้พนักงานของธนาคารกรุงเทพพนักงาน ณ ร้านค้า
ที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit เว็บไซต์ของ BBLBanner โฆษณาทั่วไปเฟสบุ๊กแฟน
เพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ BBL CallCenter และสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ E-mail เพื่อน หรือ คนรู้จัก ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนใน
ระดับเฉยๆ ได้แก่ SMS

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคาร
กรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วย
สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ การแลก
คะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ การแลกคะแนน
สะสม เพื่อแลกส่วนลดเป็นเงินสดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการ
แลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่าการรับประกันภัยคุ้มครอง
เมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิ
ประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ(Attention) มีคิดเห็น
โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต
วีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนใน
ระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการรองลงมา
คือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับ
ใบแจ้งหนี้พนักงานของธนาคารกรุงเทพเว็บไซต์ของ BBL BBL Call Centerเฟสบุ๊กแฟนเพจ
สาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะBanner โฆษณาทั่วไปเพื่อน หรือ คนรู้จักสื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ
โทรทัศน์ ฯลฯ E-mail และ SMS ตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคาร
กรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถ
เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีและการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ
ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับรองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดการแลก

คะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด และการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความตั้งใจ(Attention) มีคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้และเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน พนักงานของธนาคารกรุงเทพBBL Call Centerเว็บไซต์ของ BBL เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ Banner โฆษณาทั่วไป เพื่อน หรือ คนรู้จัก และ E-mailตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเฉยๆเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุโทรทัศน์ ฯลฯและ SMS

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่ารองลงมาคือ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสดและการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร ตามลำดับ

ชั้นความสนใจ (Interest)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน

ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBLและเอกสารแนะนำ
ที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนใน
ระดับเห็นด้วย ได้แก่ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการรองลงมาคือ BBL Call Center พนักงาน
ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะพนักงานของธนาคารกรุงเทพ
เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit และ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนใน
ระดับเฉยๆ ได้แก่เพื่อน หรือ คนรู้จักและ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคาร
กรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่าง
ยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ การ
แลกคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการรับคะแนนสะสม
เพิ่มเป็น 2 เท่า / การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรและ
การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลก
รับส่วนลดเป็นเงินสดตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตาม
ค่าเฉลี่ย ได้แก่การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิ
ประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพ ในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็น
โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวี
ซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนใน
ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า
แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับ
เห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสาร
แนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันรองลงมาคือเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit

พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ BBL Call Center เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ และพนักงานของธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับหลายๆสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เพื่อน หรือ คนรู้จักรองลงมาคือ สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS และ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดและการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากัน การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสดและการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพในชั้นความสนใจ(Interest)มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

โดยความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ เว็บไซต์ของ BBL

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ BBL Call Center รองลงมาคือ ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันพนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการเฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit พนักงานของธนาคารกรุงเทพ และเฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บบอร์ดสาธารณะ ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนใน

ระดับหลายๆสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่สมัครบริการรับข่าวสารทางSMS รองลงมาคือ เพื่อนหรือ คนรู้จักและ E-mailถึงฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้าการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตรการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสดการรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่าและการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดตามลำดับ

ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยยังสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ขั้นความต้องการอยากได้ (Desire)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แด้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย และความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด และ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มนสะสม เพิ่มขึ้น 2 เท่าความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับ เห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดและความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพในชั้นความต้องการอยากได้ (Desire) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัยและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้าและความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มนสะสมเพิ่มขึ้น 2 เท่าตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนักธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ในระดับเห็นด้วย สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด และความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน มีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรีที่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสดท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้าและท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัยตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน(

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ(Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า และท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อซื้อสินค้าตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการบัตรเครดิตต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัย และท่านตัดสินใจใช้สิทธิแลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนมีการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อแลกสินค้าฟรีรองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อซื้อสินค้า ตามลำดับ

ความคิดเห็นในด้านการตอบสนองเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิต วีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการบัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกส่วนลดเงินสดและท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับความคุ้มครองประกันภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า และท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มเพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบินตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษตามลำดับขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าตามแนวคิดตัวแบบไอดา ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 36-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีสถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษางของจินดาเชื่อนพันธ์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และยังสอดคล้องกับผลการศึกษางของมณฑิตาสกุลรัตนศักดิ์(2556) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สมรสแล้ว วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพเป็นบัตร BBL Visa Platinum โดยมีวงเงินมากกว่า 100,000 บาทใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน 2-4 ครั้งมูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทเหตุผลที่เลือกใช้บริการเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการ

ก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ โดยใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภคซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของของมณฑิตาสกุลรัตนศักดิ์(2556)พบว่าความถี่ในการใช้บัตรเครดิต 2-5 ครั้งต่อเดือน เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเช่นกัน

ขั้นความตั้งใจ (Attention)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นความตั้งใจ (Attention) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในด้านการทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพอันดับแรกได้แก่ จากป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ รองลงมาคือ พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ส่วนความคิดเห็นในด้านการทราบสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในลำดับแรกคือ สิทธิประโยชน์ในการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของมณฑิตาสกุลรัตนศักดิ์ (2556) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลบัตรเครดิตผ่านทางสื่อออนไลน์

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ธนาคารกรุงเทพ ได้นำเสนอบริการสอดคล้องกับแนวคิดตัวแบบไอดา (AIDA Model) ที่กล่าวว่าในขั้นตอนความตั้งใจนั้นเป็นขั้นตอนแรกที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และมีความพร้อมที่จะรับฟังและเพื่อเป็นการการออกแบบข่าวสารให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพนั้น ในขั้นตอนนี้ ข่าวสารควรจะมีคุณลักษณะที่จะต้องเรียกร้องความตั้งใจที่จะรับฟัง (Gain Attention) ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าธนาคารกรุงเทพสามารถสร้างความตั้งใจให้เกิดขึ้น ได้จากการติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ และการนำเสนอของพนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ซึ่งเป็น 2 อันดับแรก ที่ลูกค้าบัตรเครดิตได้รับรู้

ขั้นความสนใจ (Interest)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนัมนาการกรุงเทพในขั้นความสนใจ (Interest) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการหาข้อมูลเพิ่มเติมนั้น ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการค้นหาจากเว็บไซต์ของ BBL รองลงมาคือ การหาข้อมูลจากเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของมณฑิตาสกุลรัตนศักดิ์ (2556) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลบัตรเครดิตผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่นกัน

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ธนาคารกรุงเทพ ได้นำเสนอบริการสอดคล้องกับแนวคิดตัวแบบไอดา (AIDA Model) ที่กล่าวว่าในการสร้างสิ่งเร้าใจลูกค้าให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นธนาคารกรุงเทพได้มีการนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ของทางธนาคาร รวมถึงเอกสารแนะนำที่

ไปพร้อมกับใบแจ้งหนี้ ซึ่งหากต้องการที่จะออกแบบข่าวสาร ที่ให้เกิดผลดีและมีประสิทธิภาพ ในขั้นตอนนี้ ข่าวสารควรมีคุณลักษณะจูงใจให้เกิดความสนใจข่าวสาร (Hold Interest)

ขั้นความต้องการอยากได้ (Desire)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในขั้นความต้องการอยากได้ (Desire) หรือความความประสงค์ของผู้ตอบแบบสอบถามในการที่จะใช้สิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรกคือ ด้านความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แคมเปญเพิ่มเป็น 2 เท่า ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภคจิรา เลิศอรียศักดิ์ชัย (2554) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตชานเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการถือครองบัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตชานเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือ สิทธิในการผ่อนชำระขั้นต่ำ 10 % เป็นอันดับแรก

จากการศึกษาทำให้ทราบว่า ธนาคารกรุงเทพ ได้นำเสนอบริการสอดคล้องกับแนวคิดตัวแบบไอดา (AIDA Model) ที่กล่าวว่าในขั้นตอนการสร้างความต้องการอยากได้ (Desire: D) เป็นการสร้างการกระตุ้นเร้าให้เกิดความสนใจ มากขึ้น จนกลายเป็นความปรารถนา อยากได้ซึ่งทางธนาคารสามารถวิเคราะห์ได้ว่าในแคมเปญการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรีและสิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แคมเปญเพิ่มเป็น 2 เท่า เป็นสิ่งที่ลูกค้าบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ มีความต้องการ และสามารถที่จะสร้างให้เกิดความปรารถนาอยากได้ (Arouse Desire)

ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)

ในการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมนักวิชาการกรุงเทพในขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action) ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งอันดับแรกคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รองลงมาคือ ความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ ซึ่งยังไม่ผู้ศึกษาในประเด็นนี้จึงทำให้ไม่สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ซึ่งจากการศึกษาทำให้ทราบว่า ธนาคารกรุงเทพ ได้นำเสนอบริการสอดคล้องกับแนวคิดตัวแบบไอดา (AIDA Model) ที่กล่าวว่าในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Action: A) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นอย่างแน่นอน ซึ่งทางธนาคารกรุงเทพ สามารถที่จะสร้างให้ลูกค้าเกิดขึ้นความต้องการอยากได้ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้วยแคมเปญการแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี ทั้งนี้ทางธนาคารควรที่จะให้ความสำคัญกับสินค้าที่นำมาแลก ควรเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการและอยากได้

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาการตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวิซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพ ในครั้งนี้มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเครดิต โดยเฉลี่ยต่อเดือน 2-4 ครั้งต่อเดือนจึงยังมีโอกาสที่จะกระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรเครดิตเพิ่มมากขึ้น
2. สื่อที่มีอิทธิพลในการนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรคือ การสื่อสารผ่านทางร้านค้าที่ร่วมรายการ และ ตัวของพนักงานที่ร่วมรายการ ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือ ที่สำคัญอย่างหนึ่ง
3. สื่อที่มีอิทธิพลน้อยในการทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร ได้แก่ SMS Email วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงสื่อบุคคล เช่น เพื่อน หรือ คนรู้จัก
4. สิทธิประโยชน์ของบัตรในหมวดการแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี และการรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการนั้นเป็น 2 หมวดที่ลูกค้ารับรู้มาก
5. สิทธิประโยชน์ของบัตรในหมวดการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร เป็นหมวดที่ลูกค้ารับรู้น้อยกว่าสิทธิประโยชน์อื่นๆ
6. สิทธิด้านการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร ลูกค้าไม่ค่อยได้รับรู้แต่เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจ
7. เครื่องมือที่ควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรคือ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงเทพ และเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้
8. ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า เพื่อใช้สิทธิแลกสินค้าฟรีหรือใช้สิทธิในการแลกแต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ
9. กลุ่มรายได้มากกว่า 45,000 บาท จะรับรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรผ่านช่องทาง SMS เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ในขณะที่เมื่อมีความสนใจแล้วกลุ่มดังกล่าวจะหาข้อมูลจากเพื่อน หรือ คนรู้จัก
10. การป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการมีผลทำให้ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตมากกว่า 4 ครั้งรับรู้ในเรื่องข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร มากกว่าลูกค้าที่ใช้บัตรน้อยกว่า
11. ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนรับรู้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร ผ่าน SMS มากกว่าลูกค้าที่ใช้บัตรน้อยกว่า และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน
12. ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตน้อย หรือ ไม่เกิน 2 ครั้งมักหาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้งหนี้ หรือ สมัครงบบริการรับข่าวสารทางSMS ซึ่งแตกต่างจากลูกค้ารายอื่นๆ
13. ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 4 ครั้งต่อเดือนชื่นชอบแคมเปญการรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า

14. ลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนขึ้นขอบแคมเปญแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด รับได้รับความคุ้มครองประกันภัย

5.4 ข้อเสนอแนะ

ในการสร้างความสัมพันธ์และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าสำหรับธุรกิจบัตรเครดิต เพื่อให้เกิดความภักดี และถ้าในระยะยาวได้นั้นควรจำเป็นต้อง สร้างความพึงพอใจ และความประทับใจ ให้เกิดขึ้นดังนั้นจากการศึกษา การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพ ในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะตามแนวทางAIDA Model ดังต่อไปนี้

ขั้นความตั้งใจ (Attention)

หากทางธนาคารกรุงเทพ ต้องการให้ลูกค้าเกิดขั้นความตั้งใจ (Attention) ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพนั้น

1. ควรเน้นไปที่สื่อ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการทั้งป้ายติดประกาศ รวมถึงการแนะนำของพนักงาน ณ ร้านที่ร่วมรายการ โดยทางธนาคารฯ ควรแสวงหาพันธมิตรทางการค้า หรือ ร้านค้าที่ร่วมรายการให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆเนื่องจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค

2. ควรเข้าไปมีส่วนร่วมของกการอธิบายแคมเปญ เงื่อนไข ให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้า รวมถึง ตัวของพนักงานให้เข้าใจอย่างถ่องแท้

3. ควรสนับสนุนสื่อภายในร้าน (In-store media)ที่ใช้ในการนำเสนอภายในร้าน เช่น โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ขนาดต่างๆ Standee Board แผ่นพับเอกสารแจกฟรี Popup / Tent Card หรือป้ายตั้งบนตัวสินค้า เป็นต้น เพื่อทำให้เกิดการรับรู้มากยิ่งขึ้น และควรหลีกเลี่ยงการใช้สื่อ SMS E-mail วิทยุโทรทัศน์ และBanner โฆษณาทั่วไป ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า เป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพในการที่จะสร้างให้ลูกค้ารับรู้ถึงข้อมูลเบื้องต้นของบัตรเครดิต

ความสนใจ (Interest)

หากทางธนาคารกรุงเทพ ต้องการให้เกิดขั้นความสนใจ (Interest) ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพนั้น

ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลครบบัตรเครดิตอย่างถ้วน อาทิเช่น สินค้าแลกเปลี่ยน หมวดร้านค้าร่วมรายการ รวมถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ โดยออกแบบเว็บไซต์ให้น่าสนใจ พร้อมทั้งการมีเอกสารแนะนำแคมเปญต่างๆที่มา

พร้อมกับใบแจ้งหนี้ ต้องเป็นเอกสารที่อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย มีรายละเอียดชัดเจน ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องร่วมกับร้านค้า ก่อนตีพิมพ์

ความต้องการอยากได้ (Desire)

หากทางธนาคารกรุงเทพ ต้องการให้เกิดขึ้นความต้องการอยากได้ (Desire) ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพนั้น

1. ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสรรหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ ในการนำมาเป็นของแถมฟรี โดยพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่าและมีคุณภาพที่ดี ในสายตาของโดยมีการกำหนดเงื่อนไขที่เหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป

2. ควรทำการประชาสัมพันธ์สิทธิประโยชน์ด้านการรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางเพิ่มมากขึ้นในช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย เนื่องจากการศึกษาพบว่าด้านดังกล่าว ในปัจจุบัน มีการรับรู้น้อย แต่เป็นสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าให้ความสนใจ

3. ในบางช่วงเวลา ทางธนาคารควรจัดทำแคมเปญได้แถมคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่าสำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์ หรือ การเข้ารับบริการ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการบัตรเครดิตมากขึ้น เช่น การได้รับคะแนนเพิ่ม 2 เท่าเมื่อซื้อสินค้าที่ท็อปซูปเปอร์มาเก็ต หรือ ริมปีงซูปเปอร์มาเก็ตในหมวด สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น หรือ ในบางช่วงอาจจัดคู่กับ Tesco Lotus หรือ Big C เป็นต้น

4. ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านประโยชน์การใช้บัตรมากขึ้น เช่น เราสามารถวางแผนการซื้อสินค้าได้ ไม่ต้องมีเงินสด และยังสามารถได้รับส่วนลดพิเศษมากมาย เนื่องจากการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้เหตุผลที่เลือกใช้บัตรเครดิตเพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บรองลงมาคือใช้เป็นส่วนลดตามร้านค้าต่างๆที่เข้าร่วมกับบัตรเครดิต

การตัดสินใจซื้อ (Action)

หากทางธนาคารกรุงเทพ ต้องการให้เกิดขึ้นการตัดสินใจซื้อ (Action) ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินั่มธนาคารกรุงเทพนั้น

ควรมีการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้น เริ่มจากการสร้างความตั้งใจ (Attention) โดยให้ความสำคัญกับสื่อต่างๆในการสื่อสารทั้งข้อมูลเบื้องต้น และสิทธิประโยชน์ต่างๆจากบัตร รวมถึงตัวผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆที่จะนำเสนอให้แก่ลูกค้าเกิดความสนใจ (Interest) และความต้องการอยากได้ (Desire) ตามมา และท้ายที่สุด ก็จะตัดสินใจซื้อในทันทีทั้งนี้ทางธนาคารควรให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ด้านการแลกแถมคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับร้านค้า เพื่อรับส่วนลด ทั้งนี้ส่วนลดต่างๆ ควรเป็นส่วนลดที่จูงใจ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บัตรได้เร็วมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการตลาดเฉพาะกลุ่ม

1. ทางธนาคารอาจเพิ่มช่องทางสื่อสารพิเศษเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท โดยมีการแจ้งข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรผ่านช่องทาง SMS เนื่องจากการศึกษาพบว่า กลุ่มดังกล่าวมีความสนใจที่จะหาข้อมูลผ่านช่องทาง SMS มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

2. สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตน้อย หรือ ไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน ทางธนาคารควรเน้นการสื่อสารใน 2 ช่องทางคือ การส่ง SMS และ เอกสารใบแจ้งหนี้ โดยมีการออกแบบให้มีความน่าสนใจกับ เพื่อแจ้งข่าวสิทธิประโยชน์ต่างๆที่ลูกค้าต้องการ โดยพิจารณาจากข้อมูลประวัติที่ลูกค้าเคยใช้บริการผ่านบัตรเครดิต และเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการ หรือ สามารถตอบสนองความต้องการได้มากขึ้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า กลุ่มดังกล่าวให้ความสนใจในการหาข้อมูลจากช่องทางดังกล่าวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ โดยข้อมูลที่แจ้งใน 2 ช่องทางดังกล่าวอาจเป็นในเรื่อง การแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด หรือการรับได้รับความคุ้มครองประกันภัย เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือนชื่นชอบแคมเปญแลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด รับได้รับความคุ้มครองประกันภัย

3. สำหรับผู้ใช้บริการบัตรเครดิตไม่เกิน 4 ครั้งต่อเดือน อาจทำโปรโมชั่น หรือ แคมเปญพิเศษเฉพาะกลุ่ม เช่น ได้คะแนนสะสมพิเศษ 2 เท่า เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งใน 1 เดือน โดยมีวงเงินขั้นต่ำต่อครั้ง 1,000 บาท เป็นต้น พร้อมจะได้รับสิทธิพิเศษคะแนน 2 เท่า ทันทีในรอบบิลถัดไป เนื่องจากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 4 ครั้งต่อเดือนชื่นชอบแคมเปญการรับแต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า

4. ธนาคารควรให้ข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องสิทธิประโยชน์ของบัตรสำหรับลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิต 2-4 ครั้งต่อเดือนรับรู้ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตร มากกว่าลูกค้าที่ใช้บัตรน้อยกว่า และมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

1. ในเนื้อหาของแบบสอบถามการศึกษานี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงตัวแปรด้านระยะเวลาในการถือบัตร ซึ่งมีผลต่อการตอบสนองต่อแคมเปญ

2. ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด RFM เนื่องจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในคำถามที่เกี่ยวกับตัว M มูลค่าในการใช้บัตร (Monetary Value) มีการกระจายตัวของผู้ตอบแบบสอบถามมูลค่าการใช้บัตรเครดิตระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท เพียง 22 ราย ซึ่งไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติจำแนกตามกลุ่มย่อย ผู้ศึกษาจึงเปลี่ยนไปใช้รายได้ในการวิเคราะห์แทน

บรรณานุกรม

- กฤษณี เวชสาร. 2551. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤติกา ลีละเศรษฐศาสตร์. 2548. “CRM คืออะไร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.mindphp.com> (22 พฤศจิกายน 2556).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. 2554. “ประโยชน์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ต่อองค์กร”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.itforsme.net> (7 พฤศจิกายน 2556).
- จินดา เชื้อนพันธ์ .2553.การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และคณะ 2546. การตลาด 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์และธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนินทร์ สุขสุวรรณ .2555.Mass Customer/Customer Relationship Management. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/mass-customer-customer-relationship.html> (7 กรกฎาคม 2558).
- ดารา ทีปะपाल. 2546. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรการพิมพ์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2556. “ข้อมูลสถิติบัตรเครดิตประเทศไทย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bot.or.th> (6 พฤศจิกายน 2556).
- ธนาคารกรุงเทพ. ข้อมูลบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bangkokbank.com/BangkokBankThai/CreditCardPromotion.aspx> (16 กรกฎาคม 2558).
- ปิยะนารถ สิงห์ชู. 2555. “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.gotoknow.org> (7 พฤศจิกายน 2556).
- พัชราภรณ์ งามวิจิตรนันท์ .2554. การพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา หจก. เพชรบุรี ส.เจริญยนต์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มันทิตา สกุรัตน์ศักดิ์ .2556. พฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตบริษัท บัตร
กรุงไทย จำกัด (มหาชน)ในเขตกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิต
วิทยาลัย .มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.2556 . “แนวโน้มธุรกิจบัตรเครดิต ปี 2556” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<https://www.kasikornresearch.com> (6 พฤศจิกายน 2556).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. 2552.การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
สุนันทา เสถียรมาศ. (2551). “อยู่ที่ใจ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา<http://www.business-thai.co.th/>
(7 พฤศจิกายน 2556).

ณัฐญา เนตรหิน. 2555. “ผลิตภัณฑ์-ปรับกลยุทธ์‘ชิงเบอร์1ตลาดบัตรเครดิต” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.thanonline.com/> (29 กุมภาพันธ์ 2555).

ผู้จัดการออนไลน์ 2555. “บัตรเครดิตสับสนนโยบายเพิ่มเงินเดือน เล็งเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ - ขรก.เพิ่ม
ฐานลูกค้า”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th/> (15 มีนาคม
2555).

Ed Peelen . 2005. **Customer Relationship Management (P)**. Pearson Education Indochina Ltd.

Kotler, Philip. 2006. **Marketing Management**. Twelfth Edition ,Pearson Education, Inc.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

**เรื่อง การตอบสนองของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคาร
กรุงเทพ**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านโปรดตอบ
แบบสอบถามตามจริง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเก็บไว้เป็นความลับและนำไปใช้ประโยชน์เฉพาะด้านการศึกษาเท่านั้น ผู้
ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ได้ให้ข้อมูลในครั้งนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิต BBL Visa Platinum ต่อสิทธิประโยชน์

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถามเพื่อการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านอาศัยหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ หรือไม่

() อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

() ทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

() ไม่ใช่ทั้งคู่ (ยุติแบบสอบถาม)

2. ท่านเป็นลูกค้าบัตรเครดิต BBL Visa Platinum หรือไม่

() เป็นลูกค้าบัตรเครดิต BBL Visa Platinum

() เป็นลูกค้าบัตรเครดิต BBL ประเภทอื่น (ยุติแบบสอบถาม)

() ไม่ใช่ (ยุติแบบสอบถาม)

3. ท่านเป็นลูกค้าบัตรเครดิต BBL Visa Platinum ที่ถือบัตรประเภทใด

() บัตรหลัก (เริ่มตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1)

() บัตรเสริม (เริ่มตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| 1. () 18-25 ปี | 2. () 26-30 ปี |
| 3. () 31-35 ปี | 4. () 36-40 ปี |
| 5. () 41-45 ปี | 6. () 45-50 ปี |
| 7. () ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป | |

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| 1. () ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย | 2. () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. |
| 3. () อนุปริญญา/ปวส. | 4. () ระดับปริญญาตรี |
| 5. () สูงกว่าระดับปริญญาตรี | |

4. สถานภาพสมรส

- | | |
|-----------------|-------------|
| 1. () โสด | 2. () สมรส |
| 3. () หย่าร้าง | 4. () ม่าย |

5. อาชีพ

- | | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| 1. () ข้าราชการ | 2. () พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| 3. () พนักงานบริษัทเอกชน | 4. () เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว |
| 5. () อื่นๆ โปรดระบุ | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1. () ไม่เกิน 15,000 บาท | 2. () 15,001 - 30,000 บาท |
| 3. () 30,001 - 45,000 บาท | 4. () มากกว่า 45,001 บาท |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

7. ประเภทบัตร BBL Visa Platinum ที่ท่านถืออยู่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 1. () BBL Platinum Leader | 2. () BBL Visa Platinum |
| 3. () BBL Visa Platinum Toyota | 4. () BBL Visa Platinum Travel |

8. วงเงินของบัตรเครดิตที่ท่านได้รับ

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| 1. () ไม่เกิน 30,000 บาท | 2. () 30,001 - 50,000 บาท |
| 3. () 50,001 - 100,000 บาท | 4. () มากกว่า 100,000 บาท |

9. ท่านใช้บริการบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. () น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน | 2. () 2-4 ครั้งต่อเดือน |
| 3. () 5-7 ครั้งต่อเดือน | 4. () มากกว่า 7 ครั้งต่อเดือน |

10. มูลค่าการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1. () ไม่เกิน 5,000 บาท | 2. () 5,001 - 15,000 บาท |
| 3. () 15,001 - 25,000 บาท | 4. () 25,001 - 35,000 บาท |
| 5. () 35,001 - 45,000 บาท | 6. () มากกว่า 45,001 บาท |

11. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บัตรเครดิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () สะดวก ปลอดภัย ไม่ต้องพกพาเงินสดมาก
2. () ใช้ซื้อสินค้าและบริการก่อนแล้วชำระเงินเมื่อเรียกเก็บ
3. () สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้
4. () ใช้ถอนเงินจากตู้ ATM ในยามฉุกเฉิน
5. () ใช้เป็นส่วนลดตามร้านค้าต่างๆที่เข้าร่วมกับบัตรเครดิต
6. () ต้องการแลกแต้มคะแนนสะสมเพื่อให้ได้ของรางวัล
7. () อื่นๆ โปรดระบุ.....

12. ประเภทสินค้าและบริการที่ท่านใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. () ค่าทานอาหารนอกบ้าน
2. () ซื้อสินค้าอุปโภค/บริโภค
3. () ซื้อเครื่องแต่งกาย
4. () ซื้อเครื่องสำอาง/อาหารเสริม
5. () ค่าบำรุงรักษารถยนต์/เติมน้ำมัน
6. () ซื้อของออนไลน์
7. () ค่าพาหนะเดินทาง
8. () ค่าโรงแรม
9. () ค่ารักษาพยาบาล
10. () อื่นๆ โปรดระบุ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตอบสนองของลูกค้าบัตรเครดิต BBL Visa Platinum ต่อสิทธิประโยชน์

กรุณาระบุความคิดเห็นของท่านที่มีต่อประโยชน์แต่ละข้อโดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อมากที่สุด

การตอบสนองต่อแคมเปญลูกค้าสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ชั้นความตั้งใจ (Attention)					
13.ท่านทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิ ประโยชน์ของบัตรเครดิต BBL Visa Platinum จาก					
13.1 พนักงานของธนาคารกรุงเทพ					
13.2 BBL Call Center					
13.3 เพื่อน หรือ คนรู้จัก					
13.4 พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
13.5 ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
13.6 เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้ง หนี้					
ชั้นความตั้งใจ (Attention)					
13.ท่านทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิ ประโยชน์ของบัตรเครดิต BBL Visa Platinum จาก					
13.7 SMS					
13.8 E-mail					
13.9 เว็บไซต์ของ BBL					
13.10 เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit Card					

การตอบสนองต่อแคมเปญลูกค้าสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
13.11 เฟสบุ๊คแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บไซต์ สาธารณะ					
13.12 Banner โฆษณาทั่วไป					
13.13 สื่อโฆษณาทั่วไป เช่น วิทยุ, โทรทัศน์ ฯลฯ					
14. ท่านทราบสิทธิประโยชน์ของ BBL Platinum ในหมวด					
14.1 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี					
14.2 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลด					
14.3 การแลกคะแนนสะสมเพื่อแลกรับส่วนลดเป็นเงินสด					
14.4 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อสินค้า					
14.5 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์เดินทางของสายการบิน					
14.6 การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า					
14.7 การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่าเดินทางและ โปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร					
14.8 การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
ชั้นความสนใจ (Interest)					
15. เมื่อท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ท่านจะสอบถามหรือค้นหาข้อมูลจาก					
15.1 พนักงานธนาคารกรุงเทพ					
15.2 BBL Call Center					

การตอบสนองต่อแคมเปญลูกค้าสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
15.3 เพื่อนหรือคนรู้จัก					
15.4 พนักงาน ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
15.5 ป้ายติดประกาศ ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ					
15.6 เอกสารแนะนำที่มาพร้อมกับใบแจ้ง หนี้					
ขั้นความสนใจ (Interest)					
15.7 สมัครงบบริการรับข่าวสารทาง SMS					
15.8 ส่ง E-mail ถึงฝ่ายบริการลูกค้า					
15.9 เว็บไซต์ของ BBL					
15.10 เฟสบุ๊กแฟนเพจของ BBL Credit Card					
15.11 เฟสบุ๊กแฟนเพจสาธารณะ/ เว็บ บอร์ด สาธารณะ					
16. หมวดของบริการหรือสิทธิประโยชน์ ใดบ้าง ที่ท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติม					
16.1 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลก สินค้าฟรี					
16.2 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลด					
16.3 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกรับ ส่วนลดเป็นเงินสด					
16.4 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกซื้อ สินค้า					
16.5 การแลกคะแนนสะสม เพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน					
16.6 การรับคะแนนสะสมเพิ่มเป็น 2 เท่า					

การตอบสนองต่อแคมเปญลูกค้าสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
16.7 การรับประกันภัยคุ้มครองเมื่อชำระค่า เดินทางและโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านบัตร					
16.8 การรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ ร่วม รายการ					
ขั้นความต้องการอยากได้ (Desire)					
17.ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลก แต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี					
18.ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิในการแลก แต้มเพื่อรับส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
19. ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด					
20. ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า					
21.ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิแลกแต้ม เพื่อ แลกไมล์เดินทางของสายการบิน					
22. ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ แต้มคะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า					
23.ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย					
24.ท่านมีความประสงค์จะใช้สิทธิประโยชน์ เพื่อรับส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วม รายการ					

การตอบสนองต่อแคมเปญลูกค้าสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เฉย ๆ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ขั้นการตัดสินใจซื้อ (Action)					
25. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้ม คะแนนสะสม เพื่อแลกสินค้าฟรี					
26. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ในการแลกแต้มเพื่อรับ ส่วนลด ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					
27. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้มคะแนนสะสม เพื่อแลกรับส่วนลดเงินสด					
28. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อซื้อสินค้า					
29. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์แลกแต้ม เพื่อแลกไมล์ เดินทางของสายการบิน					
30. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับแต้ม คะแนนเพิ่มเป็น 2 เท่า					
31. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับ ความคุ้มครองประกันภัย					
32. ท่านตัดสินใจใช้สิทธิ์ประโยชน์ เพื่อรับ ส่วนลดค่าอาหาร ณ ร้านค้าที่ร่วมรายการ					

**ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัม
ธนาคารกรุงเทพ**

.....

.....

.....

.....

***** ขอขอบคุณสำหรับการเสียสละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม *****

ภาคผนวก ข กลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตอบสนองของลูกค้ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ซึ่งประชากรที่ทำการศึกษาคือ ลูกค้ายบัตรเครดิตวีซ่า แพลทินัมธนาคารกรุงเทพ ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้แสดงจำนวน และร้อยละในตาราง ข 1 ข 2 และ ข 3 ดังนี้

ตาราง ข 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการอาศัยหรือทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	116	38.67
ทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	184	61.33
รวม	300	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 61.33 รองลงมาคือ อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.67

ตาราง ข 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการเป็นลูกค้ายบัตรเครดิตประเภทใด

ประเภทบัตร	จำนวน	ร้อยละ
เป็นลูกค้ายบัตรเครดิต BBL Visa Platinum	300	100.00
รวม	300	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นลูกค้ายบัตรเครดิต BBL Visa Platinum คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตาราง ข 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะบัตร

ลักษณะบัตร	จำนวน	ร้อยละ
บัตรหลัก	300	100.00
รวม	300	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นลูกค้ายบัตรเครดิต BBL Visa Platinum โดยมีลักษณะบัตรเป็นบัตรหลัก คิดเป็นร้อยละ 100.00

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นายธนบดี ทับสุวรรณ

วัน เดือน ปี เกิด

9 พฤศจิกายน 2531

ประวัติการศึกษา

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปี พ.ศ. 2553

ประวัติการทำงาน

ปี 2554- ปัจจุบัน
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด มหาชน ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved