

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของ  
ลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ภาคนครหลวงหนึ่ง  
กรุงเทพมหานคร

**ผู้เขียน** นายกิตติเวท ไสยวงศ์

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

อาจารย์ นำชัย เตมศิริเกียรติ

ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ อุเทน ปัญโญ

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคนครหลวงหนึ่ง กรุงเทพมหานคร การศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)ในย่านธุรกิจ 4 สาขา คือ สำนักงานใหญ่ สาขาสีลม สาขาสุรวงศ์ และ สาขาจิ๋วเวอรี่เทรด เซ็นเตอร์ภายใต้การกำกับดูแลของภาคนครหลวงหนึ่ง กรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 400 ตัวอย่างใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบแยกชั้น ช่วงเวลาที่ศึกษาระหว่างเดือน เมษายน ถึง เดือน กรกฎาคม 2546 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการวัดระดับความสำคัญจะใช้มาตราวัดส่วนประมาณค่าแบบ 3 สเกล ได้แก่ สำคัญมาก สำคัญน้อย และไม่สำคัญ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคนครหลวงหนึ่ง กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือชื่อเสียงของธนาคาร ความรวดเร็วในการให้บริการ และ อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยยาวนาน เงินสินเชื่อสูง และอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าต่ำตามลำดับ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือ การมีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น ผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม ที่ตั้งของสาขาใกล้ที่ทำงาน และการเดินทางมายังสาขาสะดวก ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือ การส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี และ ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือ พนักงานตอบข้อสงสัยได้ชัดเจน การเอาใจใส่ของพนักงาน มารยาทในการให้บริการของพนักงานและมีพนักงานบริการลูกค้าแก้ไขปัญหา 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านปัจจัยด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือ ขั้นตอนการแก้ไขปัญหา ขั้นตอนการเพิ่มวงเงินบัตรในกรณีที่ฉุกเฉิน และ ขั้นตอนในการอนุมัติบัตร ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตในระดับสำคัญมากคือ ความถูกต้องของใบแจ้งหนี้ ระบบป้องกันข้อมูลของผู้ถือบัตรเครดิต และการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการเครดิต ตามลำดับ

**Independent Study Title** Marketing Mix Factors Affecting the Credit Card Selection of Bangkok Bank(Public)Company Limited in Metropolitan 1, Bangkok

**Author** Mr. Kittiwet Saiyawong

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Lecturer Namchai Termsirikiat

Chairperson

Associate Professor Uthen Panyo

Member

**ABSTRACT**

The objective of this independent study was to understand the marketing mix factors affecting the credit card selection of Bangkok Bank Public Company Limited in metropolitan 1, bangkok. This study was surveyed 400 customers of Bangkok Bank Public Company Limited branch in 4 branches such as Head Office, Silom, Suriwongse and Jewelry Trade Center in period of April through July 2003. The study was stratified random sampling. The statistic used was frequency, percentage, mean, standard deviation and 3 rating scales: very importance, less importance and not importance.

The service marketing mix factors that affected customer using Bangkok Bank's credit card in Metropolitan area 1, Bangkok at the high importance level were people, physical evidence and presentation, process, price, service product, promotion and place respectively.

All rights reserved

Regarding the service product factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card was reputation of the Bank, services fastness and convenient to use at merchant respectively.

Regarding the price factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card was long grace period, higher credit limit and lower entrance fee respectively.

Regarding to place factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card was various payment methods such as via ATM, branch's location near work place and convenient for visiting branches respectively.

Regarding to promotion factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card were promotion at merchant and free annual and entrance fee respectively.

Regarding to people factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card were able to clarify question of the customer and resolve customer query, attention, well-mannered and 24 hours services respectively.

Regarding to process factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card was procedure to handle customer problem, to emergency increase credit limit and to approve application respectively.

Regarding to physical evidence and presentation factors which very importance affected the customer using Bangkok Bank's credit card was correctness of detail in statement, system security to protect customer information and credit card's news respectively.