

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษากลยุทธ์การตลาดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และพฤติกรรมการใช้ผ่านบัตรเครดิตของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ	นายวิรัช ชวนประสิทธิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์เนตรพัฒนา ยาวีราช
สาขา	การตลาด
ปีการศึกษา	2549

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และ พฤติกรรมการใช้ผ่านบัตรเครดิตของลูกค้าบริษัทบัตรเครดิตกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าที

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-25,000 บาท

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองอยู่จำนวน 2 บัตร จำนวนบัตรเครดิตที่ใช้เป็นบัตรเครดิต ใช้บัตรเครดิตกรุงไทยซื้อสินค้า/บริการ/ชำระค่าสาธารณูปโภค ใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 10 ครั้ง/เดือน ใช้บัตรเครดิตกรุงไทยถอนเงินสดจากตู้ ATM หรือเคอร์เตอร์ธนาคาร 1-5 ครั้ง/เดือน มีค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกรุงไทย 2,000-5,000 บาท การเลือกชำระหนี้เลือกชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน การเลือกใช้บัตรเครดิตกรุงไทยสำหรับชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ การเลือกใช้บัตรเครดิตกรุงไทยที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โมเดิร์นเทรด ร้านค้าทั่วไป

ความพึงพอใจของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย โดยรวมและรายด้าน มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับสูง

ในการทดสอบสมมติฐาน สรุปผลได้ว่า

1. ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านค่าใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือนที่แตกต่างกัน
2. ลูกค้ำที่มีรายได้ต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านจำนวนบัตรที่ลูกค้ำถือครองที่แตกต่างกัน
3. ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านจำนวนการชำระหนี้โดยเฉลี่ย/เดือนที่แตกต่างกัน
4. ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านการใช้บัตรเครดิตถอนเงินสดที่ตู้ ATM ที่แตกต่างกัน
5. ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ด้านจำนวนบัตรที่ถือครองที่แตกต่างกัน
6. ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ด้านค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกรุงไทยที่แตกต่างกัน

Independent Study	The Study of Marketing Strategy of Krungthai Card Public Limited Company and Customer Behavior on Krungthai's Credit Card Transaction in Bangkok
Name	Mr. Warit Chuanprasit
Advisor	Assistant Professor Natepanna Yavirach
Major	Marketing
Academic Year	2006

### **ABSTRACT**

The purpose of the individual study is to study the marketing strategy of Krungthai Card Public Limited Company through the customer's credit card transaction behavior in Bangkok. The subject group of this research was 400 Krungthai's credit card holders in Bangkok, which questionnaires as collecting data. The statistics of data analysis were percentage, means, standard deviation and T-score differentiate test.

The research found that almost subjects were males between 26-35 years old, married, bachelor's degree, employee of company and having income between 15,001-25,000 baht per month.

The behavior of credit card consumption found that the majority customers have been holding 2 credit cards. The Krungthai's credit card users have used them not over 10 times a month for their public utilities, services and products payment. The credit card could withdraw money from ATM or the bank counter 1-5 times a month, transaction amount between 2,000 -5,000 Baht. Through there was consisted of the partial payment or full amount or products / services payment, at department stores, supermarkets, modern trades, grocery stores. These Krungthai's satisfaction holders found that the overall and as part have satisfied as the high level.

The assumption could summarize that:

1. Different Occupation : there was influenced on credit card behavior on cost as different.
2. Different Income : there was influenced on credit card behavior on credit card holdings as different.
3. Different Gender : there was influenced on credit card behavior on debt a month as different.
4. Different Age : there was influenced on credit card behavior on cash withdrawn at ATM as different.
5. Different Gender : there was influenced on credit card behavior on cost a credit card as different.
6. Different Marital status : there was influenced on credit card behavior on cost a credit card as different.