

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ของผู้เล่นกอล์ฟและสนใจกีฬากอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจที่จะเลือกใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาด และศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่กระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภคที่เล่นกอล์ฟ และสนใจกีฬากอล์ฟในเขตกรุงเทพมหานคร เลือกที่จะสมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD

ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง มีอายุในช่วงระหว่าง 40-49 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ทางสื่อมวลชน จากโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาจากโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ทางสื่อบุคคล โดยการพูดคุยกับเพื่อนเกี่ยวกับข้อมูลของบัตร มากที่สุด รองลงมาคือ การพูดคุยซักถามกับพนักงานขายเกี่ยวกับข้อมูลของบัตร และพูดคุยกับคนในครอบครัวเกี่ยวกับข้อมูลของบัตร ทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของบัตร ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ และการตลาดทางตรง โดยการติดต่อกับศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ (Call center) ได้โดยตรงตลอด 24 ชั่วโมง มากที่สุด

ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD เพิ่มมากขึ้น พบว่า การได้รับสิทธิพิเศษลดค่าธรรมเนียมสนาม (Green Fee) ทั่วทั้งวัน กว่า 30 สนามชั้นนำ เป็นปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการจำหน่ายอยู่ในอันดับที่ 1 โดยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD เพิ่มมากขึ้นอยู่ในระดับมาก รองลงมา ได้แก่ การได้รับสิทธิพิเศษในการออกรอบในสนามกอล์ฟปิดชั้นนำ

ปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือกสมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD สำหรับผู้ที่ยังไม่มีบัตร ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย สื่อมวลชน สื่อบุคคล การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร รวมไปถึงการตลาดทางตรง พบว่า การได้รับสิทธิพิเศษในการออกรอบในสนามกอล์ฟปิดชั้นนำ เป็นปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) อยู่ในอันดับที่ 1 โดยมีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การได้รับ

สิทธิพิเศษลดค่าธรรมเนียมสนาม (Green Fee) ทั้งกลุ่มออกรอบ (4 คน) กว่า 30 สนามชั้นนำ และ การได้รับส่วนลดพิเศษจากสถาบันสอนกอล์ฟและร้านขายอุปกรณ์ชั้นนำ มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ สำหรับการออกบูธตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ใช้บัตร มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD น้อยที่สุด โดยมีผลต่อการตัดสินใจสมัครอยู่ในระดับปานกลาง