

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ .....	33
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	34
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	34
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	35
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	35
4.6	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสื่อมวลชน.....	37
4.7	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต SCBTITANIUM GOLF CARD ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อบุคคล.....	39
4.8	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ข่าวสาร.....	40
4.9	จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสื่อการตลาดโดยตรง	41
4.10	จำนวนและร้อยละความสนใจบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD หลังจากได้รับข้อมูลจากสื่อโฆษณา.....	42
4.11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD เพิ่มมากขึ้นด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) .....	43
4.12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือก สมัครบัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) .....	46
4.13	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือกสมัคร บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ด้านสื่อมวลชน (Advertising) .....	48

4.14	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือกสมัคร บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ด้านการขายโดยบุคคล (Personal Selling) .....	51
4.15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือกสมัคร บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ด้านการประชาสัมพันธ์และ เผยแพร่ข่าวสาร (Public Relations).....	52
4.16	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้สนใจเลือกสมัคร บัตรเครดิต SCB TITANIUM GOLF CARD ด้านการตลาดโดยตรง(Direct Marketing).....	53