

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบัตรเครดิตกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นบัตรที่สามารถซื้อสินค้าและบริการมาใช้ในการบริโภคได้ล่วงหน้า ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันบัตรเครดิตมีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ประจำ จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดการแข่งขันและการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการของตนให้มากที่สุด ส่งผลให้กระทรวงการคลังออกประกาศกระทรวงเพื่อให้ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ทำการควบคุมการดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2545 รวมทั้งการรวมสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์หรือ Nonbank เข้ามาอยู่ภายใต้มาตรฐานการกำกับดูแลเดียวกันกับธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะการใช้เกณฑ์กำหนดรายได้ขั้นต่ำผู้มีสิทธิทำบัตรเครดิตไว้ที่ 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งมีผลบังคับใช้ทันทีนับตั้งแต่วันที่ประกาศ แต่ไม่มีผลย้อนหลังต่อผู้ถือบัตรเดิมจนกว่าจะมีการต่ออายุบัตรครั้งใหม่และการกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ย รวมค่าธรรมเนียมสูงสุดไว้ที่ 18% และเพดานค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดที่ไม่เกิน 3% ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ภายหลังระยะเวลาปรับตัว 60 วัน นับจากวันประกาศเป็นต้นไป (บริษัท มิเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด, 2547)

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมมีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตของสถาบันการเงิน ไม่ว่าจะเป็นแนวทางในการแข่งขันในตลาดเพื่อการรักษาส่วนแบ่งในตลาดบัตรเครดิตที่ดูเหมือนจะแคบลง ผลกระทบที่สถาบันการเงินเสนอเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนเพื่อทดแทนตลาดบัตรเครดิต การหารายได้ทดแทนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถส่งผลไปยังปริมาณบัตรเครดิตในระบบ การใช้จ่ายผ่านบัตรและปริมาณการค้าชำระของผู้ถือบัตร

อย่างไรก็ตามคาดว่าในปลายปี 2547 ปริมาณบัตรเครดิตทั้งระบบจะอยู่ที่ประมาณ 8.6 ล้านบัตร โดยเป็นการเติบโตในอัตรา 28% จากปี 2546 ซึ่งสามารถแยกจำนวนบัตรเครดิตตามสถาบันการเงิน ณ เดือนมิถุนายน 2547 พบว่า บริษัท จีอี แคปปิตอล มีปริมาณบัตรเครดิตมากที่สุดถึง 1,410,000 บัตร (19.6%) รองลงมาเป็น บริษัท อีออนธนสินทรัพย์ มีปริมาณบัตรเครดิต

1,130,000 บัตร (15.7%) ในขณะที่กลุ่มธนาคารพาณิชย์ กลับมีปริมาณบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยน้อยกว่าสถาบันการเงินทั้งสองเป็นอย่างมาก (บริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด, 2547) และในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ก็เริ่มหันกลับมาสนใจธุรกิจนี้อย่างจริงจังมากขึ้น ด้วยความหวังที่จะสามารถเป็นช่องทางหนึ่งในการหารายได้ให้แก่ธนาคาร ซึ่งรายได้หลักของธนาคารในการดำเนินธุรกิจนี้ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมจากร้านค้า ค่าธรรมเนียมเบิกเงินสดล่วงหน้า ดอกเบี้ย และค่าปรับผิดนัดชำระ

จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน หากกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้บริการให้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนสามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดยุทธศาสตร์ในการแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิตได้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนบัตรเครดิตแยกตามสถาบันการเงิน ณ เดือนมิถุนายน 2547

ธนาคาร/บริษัท	จำนวน (บัตร)	ส่วนแบ่งการตลาด (%)
จีอี แคปปิตอล	1,410,000	19.6
อออนธนสินทรัพย์	1,130,000	15.7
เคทีซี	956,000	13.3
ไทยพาณิชย์	886,000	12.3
กสิกรไทย	760,000	10.5
กรุงเทพ	542,000	7.5
กรุงศรี จีอี	500,000	6.9
เอสเอสบีซี	300,000	4.2
สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน	250,000	3.5
ยูโอบี รัตนสิน	180,000	2.5
เอไอจี	150,000	2.1
นครหลวงไทย	134,352	1.9
รวม	7,198,352	100.0

ที่มา : บริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด, 2547.

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิต ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรและปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตร
- 4) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการบัตรเครดิตแก่ผู้บริโภค
- 5) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทราบถึงสภาวะการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการบัตรเครดิต ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์ทางเลือกและกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันธุรกิจการให้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปปรับปรุงการบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด (maximize satisfaction)
- 4) ธนาคารมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีในการบริการที่ได้มาตรฐาน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**บัตรเครดิต** หมายถึง บัตรเครดิตที่ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ออกให้ลูกค้า ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด

**ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)** หมายถึง ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 7 สาขา คือ สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาสี่แยกสนามบิน สาขาย่อยประตูท่าแพ สาขาท่าแพ สาขาประตูช้างเผือก สาขานนเมืองสมุทร และสาขาย่อยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ผู้บริโภค** หมายถึง ลูกค้าที่ถือบัตรเครดิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมการใช้บัตรในการซื้อสินค้าและซื้อบริการของลูกค้าที่ถือบัตรเครดิตของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ เช่น การเลือกใช้บัตร การเลือกซื้อสินค้าและบริการ สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

**ปัจจัยที่มีอิทธิพล** หมายถึง ปัจจัยหลักหรือปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของผู้บริโภคที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### **ขอบเขตของการศึกษา**

การศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีทั้งหมด 7 สาขา คือ สาขาประตูเชียงใหม่ สาขาสี่แยกสนามบิน สาขาซอยประตูท่าแพ สาขาท่าแพ สาขาประตูช้างเผือก สาขานนเมืองสมุทร และสาขาซอยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved