

บทที่ 3

การให้บริการบัตรเครดิต

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยได้มีการพัฒนาร่วมกันกับระบบการเงิน เพื่อให้การสนับสนุนต่อสภาพของตลาด ที่แต่เดิมมีการใช้สินค้าเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการปรับเปลี่ยนมาเป็นระบบเศรษฐกิจที่ใช้เงินเป็น สื่อกลางในการแลกเปลี่ยน เงินที่ใช้เป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้าและบริการ นอกจากนี้จะมีลักษณะเป็นเงินเหรียญ ธนบัตร และเช็คแล้ว ยังมีเงินพลาสติกที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไปในลักษณะของบัตรเครดิต (Credit Card) เพราะสามารถใช้ทดแทนเงินได้เป็นอย่างดี ดังนั้นรายละเอียดในส่วนนี้จะเป็นการให้บริการบัตรเครดิต ประเภทต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

3.1 ประวัติและความเป็นมาของบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิต มีจุดกำเนิดและได้พัฒนาขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี พ.ศ. 2457 ราว ๆ 88 ปีล่วงมาแล้ว โดยบริษัทน้ำมัน General Petroleum Corporation of California (ปัจจุบัน Mobil Oil) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งให้กับลูกค้าและพนักงานกลุ่มหนึ่ง เพื่อไว้ซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งจัดเป็นบัตรสินเชื่อสำหรับการจับจ่ายซื้อสินค้าใบแรกของโลก ต่อมาการให้สินเชื่อลักษณะนี้เป็นที่นิยมและได้ถูกนำไปใช้กับอีกหลายกิจการ อาทิ บริษัท ร้านค้า และโรงแรมต่าง ๆ

โดยกิจการเหล่านั้นได้ออกเหรียญโลหะ (Shopper Plates) ให้แก่ลูกค้าของตน ซึ่งลูกค้าเหล่านั้นจะต้องเปิดบัญชีสินเชื่อเป็นรายเดือน หมายเลขบัญชีของลูกค้าและชื่อบริษัทผู้ออกเหรียญจะปรากฏอยู่บนเหรียญเครดิตดังกล่าว ลูกค้าจะใช้เหรียญเครดิตนั้นเพื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของบริษัทผู้ออกเหรียญโดยไม่ต้องจ่ายเงินสด แต่จะนำไปชำระค่าสินค้าและบริการตอนสิ้นเดือนทั้งจำนวน โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายอื่นใดเพิ่มเติม

ต่อมาในปี พ.ศ. 2493 นายแฟรงค์ แมคนามารา นักธุรกิจชาวนิวยอร์กกับเพื่อนได้ก่อตั้งบริษัท Diner's Club ขึ้นเพื่อออกบัตร Diner's Club ให้แก่ลูกค้าซึ่งลูกค้าสามารถนำบัตรดังกล่าวไปใช้ในการชำระค่าบริการโรงแรมและภัตตาคารในนิวยอร์กได้ การชำระเงินให้ชำระตอนสิ้นเดือนและสามารถใช้ได้ไม่จำกัดวงเงิน สมาชิกทั้งหลายจะได้รับรายงานชื่อร้านค้า โรงแรม ภัตตาคารต่าง ๆ ที่สามารถใช้บัตรได้โดยไม่ต้องพกพาเงินสด ทั้งนี้ Diner's Club จะเป็นผู้ชำระเงินแทนลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยจะไปเรียกเก็บเงินจากผู้ให้บริการในภายหลังและจัดทำลำดับความน่าเชื่อถือของลูกค้าผู้ใช้บริการ

ธุรกิจ Diner's Club ได้รับความนิยมนำไปทั่วสหรัฐอเมริกาและต่อมา ได้ขยายไปเปิดสาขาในต่างประเทศอีกหลายประเทศกิจการร้านค้าผู้รับบัตรมีแทบทุกประเภท ตั้งแต่ภัตตาคาร บริการน้ำมัน สายการบิน โรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว และร้านค้าพาณิชย์ทั่วไป นับเป็นจุดเริ่มต้นของบัตรเครดิตชนิดเพื่อการเดินทางและการรับรอง หรือที่เรียกว่า "Charge Card" ซึ่งแตกต่างจากบัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทน้ำมันในตอนต้น ๆ เพราะ Diner's Club ไม่ได้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าเองแต่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือบัตร และร้านค้าที่มีข้อตกลงรับบัตรเครดิตของ Diner's Club เมื่อสมาชิกไปซื้อสินค้าหรือบริการ

บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงิน ถือกำเนิดขึ้น พ.ศ. 2502 โดยธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) ในรัฐ California ได้ออกบัตรเครดิตของตนเองชื่อ "Bank Americard" ซึ่งได้รับความนิยมนอกจากประชาชนมากถึง 1 ล้านคนใน 2 ปี และขยายเพิ่มขึ้นอีกเกือบ 3 ล้านคนในปี 2510 ต่อมาธนาคารได้จัดตั้ง Bank of Americard Service Corporation เพื่อทำหน้าที่ออกบัตร ให้ความสะดวกแก่ผู้ถือบัตรและดูแลเก็บค่าบริการต่าง ๆ ตลอดจนขยายความร่วมมือกับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการออกบัตรเครดิต ในปี 2513 มีสถาบันการเงินต่าง ๆ เข้าร่วมมากกว่า 3,000 แห่ง บัตรเครดิตดังกล่าวได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศ สหรัฐอเมริกา จนต้องตั้งองค์กรอิสระระหว่างประเทศชื่อ IBANCO เพื่อดูแลและขยายบัตรเครดิตไปทั่วโลกซึ่งต่อมาองค์กร IBANCO นี้ได้เปลี่ยนชื่อเป็น VISA International ออกบัตรเครดิต VISA ซึ่งเป็นที่นิยมทั่วไปในขณะนี้

ส่วนบัตรเครดิตใบแรกที่เข้ามาในประเทศไทยนั้น ได้แก่ "บัตรเครดิตไดเนอร์สคลับ" เมื่อปี พ.ศ. 2512 โดยได้มีการจัดตั้งบริษัทไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด ออกบัตรเครดิตไดเนอร์สในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับนักธุรกิจ และสมาชิกที่นิยมการท่องเที่ยว การเดินทางระหว่างประเทศ และสมาชิกร้านค้ารับบัตรเครดิตของไดเนอร์สคลับ แต่สภาพเศรษฐกิจไทยในยุคนั้นไม่เติบโตเท่าที่ควร ประกอบกับสังคมไทยในยุคนั้นยังนิยมซื้อสินค้าและบริการด้วยเงินสด อีกทั้งร้านค้าที่รับบัตรเครดิตยังมีไม่มาก ตลาดจึงขยายตัวไปอย่างช้า ๆ

ในปี พ.ศ. 2520 อเมริกันเอ็กซ์เพรสได้นำบัตรเครดิตของตนเข้าสู่ตลาดในเมืองไทย ได้เกิดแรงกระตุ้นที่สำคัญจากการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่บุกตลาดอย่างจริงจัง ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวในการใช้บัตรเครดิตกันมากขึ้น นอกจากบัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรสแล้ว ยังตามด้วยบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด และ วีซ่าอินเตอร์เนชันแนล โดยธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับเลือกให้เป็นตัวแทนของวีซ่าอินเตอร์เนชันแนล ในปี พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ก็ได้ออกบัตรเครดิตในประเทศเป็นรายแรกของประเทศไทยใช้ชื่อ "บัตรเครดิตกสิกรไทย" ในปี พ.ศ. 2530

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ก็ได้ออกบัตรเครดิตในประเทศ ใช้ชื่อ “บัตรเครดิตโพธิ์เงินโพธิ์ทองใน ปี พ.ศ. 2531 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ก็ได้เปิดตัวบัตรเครดิตในประเทศของตนเอง จำนวน 3 รูปแบบ คือ บัตรเครดิตสีน้ำเงิน บัตรทอง บัตรผู้นำ

โดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ใช้สอยของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป็นเกณฑ์ และสามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก จนก้าวอยู่ในระดับแนวหน้าในตลาดบัตรเครดิตได้ในเวลาไม่กี่ปี และในปี 2533 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตในประเทศ ใช้ชื่อ “บัตรเครดิตกรุงศรีอยุธยา” ธนาคารกรุงไทย จำกัด ก็ได้ออกบัตรเครดิตในประเทศใช้ชื่อ “บัตรเครดิตกรุงไทย” และ ธนาคารพาณิชย์อีก 6 แห่ง คือ ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ จำกัด ธนาคารทหารไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารศรีนคร สหธนาคาร ได้ร่วมกันออกบัตรเครดิต ชื่อ “บัตรเครดิตขวัญนคร” ช่วงระยะเวลานั้นตลาดบัตรเครดิตในประเทศไทยได้มีการขยายตัวอย่างมาก จนธนาคารพาณิชย์ของไทยรายอื่น ๆ อยากเข้ามามีส่วนร่วมในตลาดจึงได้ออกบัตรเครดิตทั้งของตนเอง และร่วมกับธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน หรือร่วมกับองค์กรธุรกิจอื่น ๆ ออกบัตรเครดิตกันอย่างถล่มทลาย [ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ,2544]

สถิติข้อมูลฐานบัตรเครดิตของผู้ออกบัตรปี 2545 มีดังนี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย , 2545)

- 1) ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด จำนวน 500,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 17
- 2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด จำนวน 400,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 14
- 3) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด จำนวน 350,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 12.50
- 4) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด จำนวน 350,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 12.50
- 5) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด จำนวน 350,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 12.50
- 6) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด จำนวน 300,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 10.70
- 7) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์นครธน จำนวน 200,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 7
- 8) ธนาคารทหารไทย จำกัด จำนวน 100,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 3.50
- 9) ธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ และสถาบันอื่น 250,000 ใบ มีส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 10.3

ยอดรวมบัตรเครดิตทั้งหมด 2,800,000 ใบ มียอดให้สินเชื่อ 4.4 หมื่นล้านบาท ข้อมูล ณ เดือน มิถุนายน 2545

3.2 ความหมายของบัตรเครดิต

ในความหมายของเศรษฐศาสตร์ บัตรเครดิตไม่ถือว่าเป็นเงิน แต่เป็นสิ่งที่ใช้แทนเงินเป็นเพียงเครื่องมือในการเลื่อนการชำระเงินออกไป ทำให้เกิดจำนวนรอบของการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจสูง แต่ตัวเงินที่แท้จริง คือเงินฝากธนาคาร ประเภทเพื่อเรียกเท่านั้น

สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ได้ให้ความหมายของบัตรเครดิตไว้คือ บัตรที่ผู้ประกอบการธุรกิจออกให้แก่ผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ผู้ประกอบการกำหนดเพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการหรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิกถอนเงินสด แต่ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้า ค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้าแล้ว [ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ,2544]

3.3 ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิต:หน้าที่และผลประโยชน์

ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิต จำแนกออกเป็น 4 ฝ่าย [ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ,2544] ดังนี้ คือ

1) ผู้ออกบัตรเครดิต

ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิต บริษัทห้างร้านต่าง ๆ เป็นต้น มีหน้าที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิตและดำเนินการให้ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถใช้ประโยชน์จากบัตรเครดิตในการชำระค่าใช้จ่ายและค่าบริการต่าง ๆ จากร้านค้าและสถานบริการที่ได้ตกลงกับผู้ออกบัตรเครดิตไว้แล้ว โดยผู้ออกบัตรเครดิตได้ประโยชน์ทางใดทางหนึ่งหรือหลายทางในลักษณะต่อไปนี้ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการออกบัตร ทั้งค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี รวมทั้งค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด เช่น ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมรายปี รวมทั้งค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนด เช่น ค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดล่วงหน้า ดอกเบี้ยค้างชำระจากผู้ถือบัตรเครดิต เบี้ยปรับ และส่วนลดการทำเคลียร์รายการซื้อขาย (Sales Slip) ต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ออกบัตรเครดิตยังยอมเป็นผู้รับความเสี่ยงทั้งหมดในกรณีที่ไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตรเครดิตอีกด้วย

2) ผู้ถือบัตรเครดิต

จะได้รับประโยชน์จากการใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยอันเกิดจากการที่ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัวเป็นจำนวนมาก การเป็นที่ยอมรับของร้านค้าผู้รับบัตรเครดิต การได้รับสิทธิพิเศษบางประการที่ร้านค้าหรือผู้ออกบัตรเครดิตจัดให้มีขึ้น สามารถเบิกเงินสดฉุกเฉินล่วงหน้าสำหรับบรรเทาความเดือดร้อนได้ สำหรับ

บัตรเครดิตบางประเภทผู้ถือบัตรอาจได้รับประโยชน์จากการได้รับข้อมูลข่าวสารบางประการจากผู้
ออกบัตรเครดิตส่งมาให้ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ถือบัตรเครดิตมีหน้าที่ที่ต้องชำระเงินภายในระยะเวลาตาม
ข้อตกลง ตลอดจนชำระค่าธรรมเนียม ดอกเบี้ย หรือเบี้ยปรับตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงไว้แล้วเช่นกัน

3) ร้านค้าผู้รับบัตร

มีหน้าที่ยินยอมให้ผู้ถือบัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตแทนการ
ชำระด้วยเงินสด ด้วยความสุจริตและระมัดระวังตามสมควร โดยร้านค้าจะเรียกเก็บเงินจากผู้
ออกบัตรเครดิตในภายหลังต่อไป ประโยชน์ที่ได้รับคือ การเพิ่มปริมาณการขายสินค้าหรือบริการเพิ่ม
มากขึ้นจากสมาชิกผู้ถือบัตรเครดิต และการจัดการรายการพิเศษที่อาจจัดขึ้นมาเองหรือร่วมกับผู้
ออกบัตรเครดิต โดยสามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางช่องสื่อสารระหว่างผู้ออกบัตรเครดิตกับผู้
ถือบัตรเครดิต โดยยอมเสียส่วนลดให้แก่ผู้ออกบัตรเครดิตเพื่อเป็นค่าบริการเรียกเก็บเงินจากผู้
ถือบัตรเครดิต

4) ผู้ควบคุมดูแลธุรกิจบัตรเครดิต

เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและผลประโยชน์แก่เศรษฐกิจของชาติได้แก่ คณะกรรมการว่า
ด้วยสัญญา สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ในฐานะที่บัตรเครดิตเป็นธุรกิจที่
ควบคุมสัญญา โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา ทั้งนี้ทำให้บัตรเครดิต
ทุกชนิด และทุกประเภทจะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายดังกล่าว อันก่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่ผู้ใช้
บริการ ซึ่งแต่เดิมมีความแตกต่างในสาระของสัญญาของผู้ให้บริการบัตรเครดิตแต่ละรายอยู่พอสมควร
ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยในฐานะเป็นผู้กำกับดูแลธนาคารพาณิชย์ ตามพระราชบัญญัติ
ธนาคารพาณิชย์ซึ่งควบคุมดูแลธุรกิจบัตรเครดิตในส่วนของสถาบันการเงินได้แก่ ธนาคารพาณิชย์
ที่เป็นผู้ออกบัตรเครดิตชนิด Bank Card และการควบคุมการใช้จ่ายอันเกิดจากการนำบัตรเครดิต
ไปใช้ในต่างประเทศ

ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยควบคุมด้านคุณสมบัติของผู้ถือบัตรเครดิต ดูแลการใช้
จ่ายอันเกิดจากบัตรเครดิตเพื่อให้เหมาะสมกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการเงินของประเทศ
ตลอดจนอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ธนาคารแห่งประเทศไทยไม่อาจควบคุมและ
กำกับดูแลบัตรเครดิตภายในประเทศที่ผู้ออกบัตรไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ได้ อันเป็นเหตุให้เกิดความ
เหลื่อมล้ำด้านการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตในช่วงที่ผ่านมา

3.4 ประเภทและลักษณะของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ [ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ,2544] ดังนี้

3.4.1. จำแนกตามขอบเขตของการใช้บัตร สามารถจำแนกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (International Credit Card)

- ได้แก่
- บัตรเครดิต VISA
 - บัตร Master
 - บัตร Diner's Club
 - บัตร American Express เป็นต้น

บัตรเครดิตที่ใช้ได้เฉพาะภายในประเทศ (Local Credit Card)

- ได้แก่
- บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา
 - บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ
 - บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

บัตรเครดิตที่ใช้เฉพาะร้านค้า (Store Card หรือ Private Label)

- ได้แก่
- บัตรเครดิตเซ็นทรัล
 - บัตรเครดิตเพาเวอร์บาย
 - บัตรเครดิตเทสโก้โลตัส เป็นต้น

3.4.2. จำแนกตามลักษณะ สามารถจำแนกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) Charge Card

ได้แก่บัตรเครดิตประเภทที่ผู้ถือบัตรจะต้องชำระยอดหนี้สินให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติได้แก่ 1 เดือน บัตรเครดิตประเภทนี้มีจุดประสงค์ในการใช้สอยเพื่อชำระค่าบริการ การเดินทางและท่องเที่ยวพักผ่อน (Travel and Entertainment Card) เป็นสำคัญ มักไม่ค่อยจำกัดวงเงินค่าใช้จ่ายล่วงหน้า กลุ่มเป้าหมายคือนักบริหารหรือบุคคลผู้มีฐานะทางการเงินดีที่ต้องเดินทางหรือต้องเลี้ยงรับรองแขกอยู่เป็นประจำ บัตรเครดิตประเภทนี้ได้แก่ บัตร Diner's Club และ บัตร American Express (AMEX)

2) Credit Card หรือ Bank Card

เป็นบัตรเครดิตที่มักออกโดยสถาบันการเงินออกร่วมกับสถาบันบัตรเครดิตระหว่างประเทศ (International Credit Card) หรือสถาบันการเงินออกบัตรเครดิตเป็นของตนเอง (Local Credit Card) บัตรเครดิตนี้นอกจากมีลักษณะการชำระเช่นเดียวกับ Charge Card คือต้องชำระยอดหนี้สินให้เสร็จสิ้นไปภายในระยะเวลาอันสั้นที่กำหนดไว้ ซึ่งโดยปกติได้แก่ 1 เดือน โดยไม่เสียดอกเบี้ย ผู้ถือบัตรยังสามารถเลือกชำระเงินคืนแต่เพียงบางส่วนได้ด้วยการใช้สินเชื่อหมุนเวียน (Revolving Credit) โดยเสียดอกเบี้ยด้วยก็ได้

ในกรณีนี้ยอดค้างชำระของบัตรเครดิตจะแปลงสภาพเป็นเงินกู้ ที่ต้องผ่อนชำระเป็นรายงวดอันเปิดช่องทางเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ถือบัตรอีกทางหนึ่ง และอีกด้านหนึ่งเป็นการเพิ่มความยืดหยุ่นในการชำระหนี้ของผู้ถือบัตร โดยบัตรเครดิตประเภทนี้ มีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายในการชำระค่าสินค้าและบริการสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันเป็นสำคัญ มักมีการจำกัดวงเงินให้สินเชื่อ (Credit Line) ไว้ในระดับหนึ่ง

บัตรเครดิตชนิดนี้ได้แก่ บัตร VISA บัตร Master Card บัตรเครดิตธนาคารต่าง ๆ ซึ่งนิยมเรียกว่า Affinity Card หรือ Go-Brand Card โดยผู้ถือบัตรลักษณะนี้จะได้รับสิทธิประโยชน์หรือส่วนลดจากบริษัทห้างร้านที่ออกบัตรเพิ่มเติมตามที่กำหนดด้วย เช่น บัตรเครดิตที่ธนาคารออกร่วมกับห้างสรรพสินค้าซึ่งนอกจากลูกค้าจะได้รับเครดิตแล้วยังใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าบางประการตามที่ห้างสรรพสินค้ากำหนดได้อีกด้วย

3) บัตรที่ออกโดย Non-Bank

หมายถึง บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทเอกชนที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ เพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการในเครือข่ายหรือในสถานประกอบการที่มีข้อตกลงร่วมกัน บัตรเครดิตชนิดนี้ได้แก่ บัตรเครดิตอออน บัตรเซ็นทรัลการ์ด บัตรเครดิตเพาเวอร์บาย บัตรเครดิตเทสโก้โลตัส

4) Cash Card

หมายถึง บัตรเครดิตที่เมื่อผู้ถือบัตรนำไปแสดงต่อธนาคารที่เกี่ยวข้องแล้วสามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากธนาคารผู้ออกบัตร หรือเบิกเงินสดล่วงหน้าได้โดยเบิกเงินจากเครื่อง ATM ที่เข้าร่วมให้บริการ ซึ่งผู้ใช้จ่ายต้องเสียค่าธรรมเนียมและดอกเบี้ยตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้

5) Debit Card

จัดเป็นบัตรที่ไม่มีสินเชื่อใช้เบิกเงินสดหรือใช้ชำระค่าสินค้าและบริการโดยร้านค้าจะเรียกเก็บ โดยการหักบัญชีของผู้ถือบัตร โดยตรงจากธนาคารหรือหักผ่านระบบเครือข่ายของสถาบันบัตรเครดิต บัตรประเภทนี้ได้แก่ บัตรเดบิตอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ

3.5 ธนาคารกสิกรไทย ปี 2545 และทิศทางปี 2546

ในรอบปี 2545 ธนาคารกสิกรไทยยังคงเร่งปรับยุทธศาสตร์ธนาคารในเชิงรุกต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ๗ มา ทั้งนี้โดยได้สังเกตเห็นว่าบรรยากาศและภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจการธนาคารและการเงินทั้งของโลกและในประเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเร่งปรับแนวทางการดำเนินงาน ให้สามารถรองรับการแข่งขันใน โลกรธุรกิจธนาคารยุคใหม่ได้อย่างทันท่าทีเป็นสิ่งจำเป็นที่ธนาคารต้องเร่งจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งการเร่งรัดพัฒนาธนาคารให้ก้าวขึ้นสู่มาตรฐานสากลทัดเทียมกับธนาคารต่างประเทศโดยเร็วที่สุด

วิสัยทัศน์ ภารกิจ และคุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง : กสิกรไทย...รุกไปข้างหน้า [ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ,2545]

ในรอบปี 2545 ธนาคารได้กำหนดภารกิจ คุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง และวิสัยทัศน์ รวมทั้งการเร่งปรับกลยุทธ์เชิงรุก ทั้งนี้ ก็เพื่อให้ธนาคารมีความสามารถในกาแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ การเงิน และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองแผนยุทธศาสตร์ธนาคารในระยะยาว จึงมีการกำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับภารกิจคุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง และวิสัยทัศน์ ดังนี้

ภารกิจ

“ธนาคารกสิกรไทยมุ่งมั่นพัฒนาสู่การเป็นสถาบันที่แข็งแกร่งที่สามารถให้บริการด้านการเงินที่หลากหลายด้วยคุณภาพมาตรฐานโลก โดยมีการผสมการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลที่ดีและเป็นธรรมต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และประเทศไทย”

คุณค่าที่ธนาคารมุ่งหวัง

- ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการสร้างความพอใจของลูกค้า
- เชื่อมมั่นในการทำงานร่วมกัน
- อุทิศตนต่องานอย่างมีอาชีพ โดยมีคุณธรรม
- ยึดมั่นในหลักการ ระเบียบวินัยการปฏิบัติงานที่ดี
- พร้อมตอบสนองในทุกสถานการณ์

วิสัยทัศน์

“ธนาคารกสิกรไทยมุ่งมั่นเป็นธนาคารที่มั่นคงที่สุดที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นธนาคารไทยที่ให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้า”

ความมุ่งมั่นที่ธนาคารกสิกรไทยต้องการจะก้าวขึ้นสู่ “ธนาคารที่มั่นคงที่สุด” ซึ่งนอกจากจะหมายถึงความมั่นคงทางการเงินแล้ว ยังหมายรวมถึงความสามารถเชิงการแข่งขันที่มีความแข็งแกร่ง การมีสัญลักษณ์ทางการค้าและภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในสายตาลูกค้ารวมทั้งมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้วย

ในด้าน “ริเริ่มในสิ่งใหม่” ธนาคารสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมถึงตลอดถึงการเร่งพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ธนาคารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ธนาคารไม่เพียงแต่พัฒนาองค์การให้มีความพร้อมต่อการรองรับความเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น หากทว่ายังจะต้องพัฒนาก้าวขึ้นสู่การเป็นองค์กรที่สามารถมองเห็นโอกาสและผลกระทบที่จะมีต่อองค์การได้ล่วงหน้า และสามารถพัฒนาโอกาสให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกัน ผลกระทบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจธนาคาร ก็จะต้องได้รับการจัดให้หมดสิ้น โดยรวดเร็วไปพร้อม ๆ กัน

Balanced Scorecard:

แปลงยุทธศาสตร์...สู่การปฏิบัติจริง

ภายใต้สถานะเศรษฐกิจ การแข่งขันที่เข้มข้น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีและกฎระเบียบต่าง ๆ ทำให้การวางแผนยุทธศาสตร์ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธนาคารสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่ธนาคารมุ่งหวัง ในปี 2545 ธนาคารมียุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

- เพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า
- ปรับปรุงคุณภาพของสินทรัพย์
- มีส่วนต่างดอกเบี้ยสุทธิซึ่งเหมาะสมกับความเสี่ยง
- เพิ่มสัดส่วนของรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย
- เพิ่มประสิทธิภาพ/ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

เพื่อให้ธนาคารประสบผลสำเร็จตามยุทธศาสตร์หลักธนาคารได้กำหนดยุทธศาสตร์ต่อเนื่องอันเป็นรากฐานอีก 9 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- เพิ่มความแข็งแกร่งให้สัญลักษณ์ทางการค้าและภาพลักษณ์ของธนาคาร
- ปรับปรุงการบริหาร portfolio และการบริหารความเสี่ยงของธนาคาร
- พัฒนาขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจำหน่าย
- เพิ่มขีดความสามารถของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- พัฒนาระบบข้อมูล
- สร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของธนาคาร
- เพิ่มความแข็งแกร่งของการจัดการ วัฒนธรรมและภาวะความเป็นผู้นำ
- มีบุคลากรที่มีทักษะและความชำนาญเพียงพอ
- สร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากร

ธนาคารได้มีการนำแนวคิด Balanced Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือการจัดการที่จะสนับสนุนให้ธนาคารสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่มุ่งหวังได้อย่างรวดเร็วมาใช้ซึ่งจะทำให้ทุกหน่วยงานในองค์กรมีเป้าหมายและปฏิบัติงานสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยความเชื่อที่ว่า ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันไม่จำกัดเฉพาะผลการดำเนินงานด้านการเงิน และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความรู้ ความสามารถของบุคลากร ข้อมูลข่าวสาร และความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า แนวคิด Balanced Scorecard จึงมี 4 มิติหลักคือ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายในและการเรียนรู้และนวัตกรรม โดยในทุกมิติต้องมีความสอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน ความหมายในแต่ละมิติ เป็นดังนี้

- 1) มิติการเงิน (Financial Perspective) คือ การสร้างความพึงพอใจให้ผู้ถือหุ้น ด้วยการรักษาระดับการเติบโต และผลกำไรของธนาคารที่ยั่งยืนในระยะยาว
- 2) มิติลูกค้า (Customer Perspective) คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ด้วยการสร้างคุณภาพและความแตกต่างให้แก่ลูกค้า
- 3) มิติกระบวนการภายใน (Internal Perspective) คือ การสร้างและปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและผู้ถือหุ้น
- 4) มิติการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Perspective) คือ การสร้างสภาพแวดล้อมให้ธนาคารพร้อมต่อการเรียนรู้ เปลี่ยนแปลง และสร้างนวัตกรรมของธนาคาร พัฒนาศักยภาพให้มีความพร้อมและมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

แนวคิด Balanced Scorecard จะถูกนำไปใช้ในการจัดการทุกระดับ เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการสร้างและดำเนินการตามยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง และทุกคนในธนาคารมีส่วนร่วม ทุกหน่วยงานในธนาคาร ทั้งหน่วยงานธุรกิจ หน่วยงานสนับสนุน รวมถึงพนักงานทุกคนจะมีความเชื่อมโยงกัน มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน และดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของธนาคารอื่นจะก่อให้เกิดความสำเร็จตามภารกิจและวิสัยทัศน์ของธนาคารอย่างมั่นคงต่อไป

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ลักษณะบริการ

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ทุกประเภทตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ. การธนาคารพาณิชย์ และประกาศที่เกี่ยวข้อง ซึ่งออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดยผ่านเครือข่ายสาขาทั่วประเทศ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2544 ธนาคารมีเครือข่ายสาขาทั่วประเทศทั้งสาขาเต็มรูปแบบและสาขาย่อย จำนวนทั้งสิ้น 529 สาขา นอกจากนี้ ธนาคารยังมีสาขาในต่างประเทศอีก 6 สาขา และสำนักงานตัวแทน 5 แห่ง โดยมีศูนย์กลางการดำเนินงานและให้บริการที่สำนักงานใหญ่

นอกจากการประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์แล้วธนาคารยังได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจอื่น คือ

- คำหลักทรัพย์อันเป็นตราสารแห่งหนี้และจัดจำหน่ายหลักทรัพย์อันเป็นตราสารแห่งหนี้ (Debt Instrument Dealing and Underwriting)
- ที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial Advisors)
- นายทะเบียนหลักทรัพย์ (Securities Registrar)
- บริการรับฝากทรัพย์สิน (Custodian Services)
- ผู้แทนผู้ถือหุ้นกู้ (Debentureholder Representative)
- ผู้ดูแลผลประโยชน์ของกองทุนรวม (Mutual Fund Supervisor)
- ตัวแทนเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการจำหน่ายหน่วยลงทุน (Mutual Fund Sales Support Agent)
- บริการระบบทะเบียนสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (Registrar of Pension Fund)
- นายทะเบียนสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Registra of Provident Fund)
- ตัวแทนจำหน่ายหุ้นในประเทศ (Selling Agent)

บริการหลัก

บริการหลักของธนาคาร มีดังนี้

- บริการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไปและบริการที่นำมาซึ่งรายได้ดอกเบี้ยได้แก่ บริการด้านสินเชื่อ
- บริการที่นำมาซึ่งรายได้ค่าธรรมเนียม และรายได้อื่นๆ ได้แก่ บริการด้านพาณิชย์ การลงทุนในหลักทรัพย์ บริการบัตรเครดิต บริการบัตร ATM กิจการด้านวิเทศพาณิชย์ การปริวรรตเงินตราต่างประเทศ และบริการอื่น ๆ เช่น บริการเลตเตอร์ออฟเครดิต บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น
- บริการช่องทางการขายตรง (Direct Sale Channel) และ/หรือ ช่องทางการขายทางพันธมิตรทางธุรกิจ

ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย และนโยบายแบ่งการดำเนินงานบริษัทในกลุ่ม

ธนาคารยังดำเนินการตามนโยบายคือไม่มีการลงทุนเพิ่มในหุ้นทุนทั่วไปเพื่อแสวงหากำไร แต่จะเน้นการลงทุนในธุรกิจที่สอดคล้องและเอื้อประโยชน์กับธุรกิจของธนาคารในเชิงยุทธศาสตร์และเชิงสนับสนุน สำหรับหลักเกณฑ์การลงทุนจะแตกต่างกันตามลักษณะธุรกิจของแต่ละบริษัทซึ่งสามารถแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ

บริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจที่เอื้อประโยชน์กับธุรกิจธนาคารในเชิงยุทธศาสตร์ จะมีการร่วมกันพิจารณาแผนธุรกิจและวิธีการเชื่อมโยงกับธุรกิจของธนาคาร โดยมุ่งใช้ทรัพยากร อุปกรณ์ เครื่องมือและช่องทางต่างๆ ของธนาคารที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและไม่มีการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อนกัน

บริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจสนับสนุนธุรกิจของธนาคาร จะมุ่งเน้นการให้บริการแก่ธนาคารเพื่อทดแทนหน่วยงานต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักของธนาคาร และขาดความคล่องตัวในการจัดการหากยังคงเป็นหน่วยงานภายในธนาคาร บริษัทเหล่านี้ธนาคารจะส่งตัวแทนเข้าไปดูแลการจัดการอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลรวมทั้งมาตรฐานการให้บริการแก่ธนาคาร

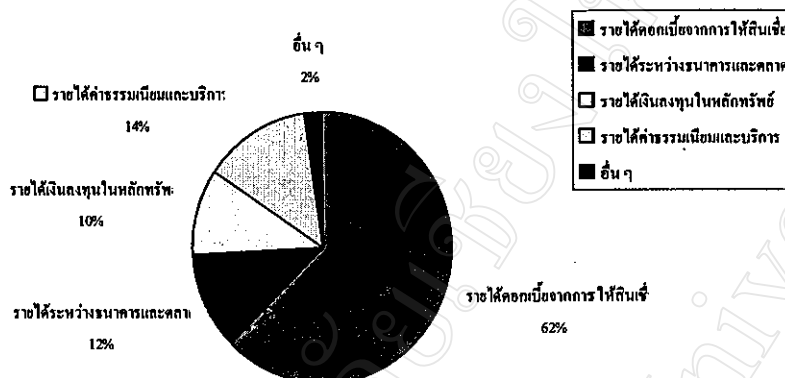
ตารางที่ 3.1 โครงสร้างรายได้ของธนาคารกสิกรไทย ปี 2544

(หน่วย : ล้านบาท)

	จำนวน
รายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผล	
1. รายได้จากเงินให้สินเชื่อ	27,956
1.1 เงินให้กู้ยืม	12,256
1.2 เงินเบิกเกินบัญชี	7,743
1.3 ตัวเงิน	7,957
2. รายได้ระหว่างธนาคารและตลาดเงิน	5,247
2.1 เงินฝาก	4,268
2.2 เงินให้สินเชื่อ	834
2.3 หลักทรัพย์ซื้อโดยมีสัญญาขายคืน	145
3. รายได้จากเงินลงทุนในหลักทรัพย์	4,615
รวมรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผล	37,818
รายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย	
1. รายได้จากค่าธรรมเนียมและค่าบริการ	6,041
1.1 การรับรอง การอาวัล และการค้ำประกัน	814
1.2 อื่น ๆ	5,228
2. กำไรจากการปริวรรตเงินตรา	1,224
3. รายได้อื่น	(262)
4. รวมรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย	7,003
รวมรายได้	44,822

ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) , (2544 :104)

รูปภาพที่ 3.1 โครงสร้างรายได้ของธนาคารกสิกรไทย ปี 2544



ที่มา: รายงานคณะกรรมการและงบบุคลากรปี 2544 ของธนาคารกสิกรไทย

รายได้หลักของธนาคารเป็นรายได้ดอกเบี้ยและเงินปันผลมีสัดส่วนร้อยละ 84.4 ของรายได้รวม จำแนกเป็นรายได้จากเงินให้สินเชื่อมีสัดส่วนร้อยละ 62.4 รายได้ระหว่างธนาคารและตลาดเงินมีสัดส่วนร้อยละ 11.7 และรายได้จากเงินลงทุนในหลักทรัพย์มีสัดส่วนร้อยละ 10.3 รายได้มีค่าธรรมเนียมมีสัดส่วนร้อยละ 15.6 ของรายได้รวม ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากค่าธรรมเนียมและบริการ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 13.5 ของรายได้รวม

บริการใหม่และบริการที่มีการพัฒนาในรอบปี 2545 บริการบัตรเครดิต

ด้วยความเป็นผู้ริเริ่มและผู้ริเริ่มบริการบัตรเครดิตตั้งแต่ปี 2516 ธนาคารกสิกรไทยยังคงให้ความสำคัญในด้านคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ในรอบปี 2546 นี้ ธนาคารมุ่งขยายฐานบัตรเครดิตผ่านช่องทางใหม่ ๆ โดยการออกโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการขายตรง (Direct Sales) ซึ่งมีการจัด

บุรุษรับสมัครบัตรเครดิตตามอาคารสำนักงานและห้างสรรพสินค้าทั้งในเขตกรุงเทพฯ และเขตภูมิภาค โดยยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีในปีแรกพร้อมแจกของสมนาคุณ ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม ดำเนินโครงการส่งจดหมายเชิญลูกค้าเข้าร่วมเป็นผู้ถือบัตรเครดิตเพื่อขยายฐานบัตรเครดิตของธนาคารกับลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคาร สำหรับลูกค้าปัจจุบันธนาคารได้จัดโครงการร่วมกับร้านค้าประมาณ 200 ร้านค้า เพื่อมอบส่วนลดการชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิตของธนาคาร เพื่อกระตุ้นปริมาณการใช้บัตร อีกทั้งช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและธนาคาร นอกจากนี้ยังมีโครงการส่งเสริมการตลาดร่วมกับห้างสรรพสินค้ารับบัตรมอบส่วนลดร่วมและของสมนาคุณให้แก่ลูกค้าที่ให้ความไว้วางใจกับธนาคารเสมอมา นอกจากนี้ธนาคารยังให้ความสำคัญต่อการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคม สำหรับด้านธุรกิจร้านค้ารับบัตรเครดิต ธนาคารมุ่งเน้นในการขยายร้านค้าสถานที่รับบัตรเครดิตให้มีครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ถือบัตรให้สามารถนำบัตรเครดิตของธนาคารไปใช้ได้อย่างสะดวกสบาย พร้อมทั้งขยายจุดติดตั้งเครื่องอนุมัติวงเงินอัตโนมัติ (Electronic Data Capture) ให้แก่ร้านค้าสถานที่รับบัตรต่าง ๆ เพิ่มขึ้น โดยครอบคลุมธุรกิจหลากหลายประเภททั้งห้างสรรพสินค้า ร้านค้าขายปลีกขายส่งขนาดใหญ่ ร้านค้าราคาพิเศษ (Discount Store) โรงแรม โรงพยาบาลสถานที่พักผ่อนและบันเทิง รวมถึงงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีบริการร่วมกับพันธมิตร เช่น การรับชำระค่าบัตรโดยสารเดินทาง บขส. ด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิต การใช้บัตรเครดิตที่ตู้โทรศัพท์ (เฉพาะรุ่น) ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย รวมทั้งบริการ TFB e-Commerce Service เพื่อให้ร้านค้าสถานที่รับบัตรและผู้ประกอบธุรกิจ ทั้งร้านค้าที่มีเว็บไซต์ของตนเองหรือร้านค้าที่เป็นสมาชิกของ บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด สามารถสมัครเป็นร้านค้ารับบัตรเครดิตของธนาคาร ในการจำหน่ายสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตได้

ตารางที่ 4.2 ตารางเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของแต่ละธนาคาร

	Citibank	ธ.กรุงไทย	ธ.กรุงศรีฯ	ธ.กรุงเทพ	ธ.กสิกรไทย
อัตราดอกเบี้ย	18.00	14.00	18.00	17.25	17.50
วันเริ่มคิดดอกเบี้ย	วันที่ร้านค้าส่งเรียกเก็บ	วันที่ร้านค้าส่งเรียกเก็บ	วันที่ร้านค้าส่งเรียกเก็บ	วันที่ร้านค้าส่งเรียกเก็บ	วันที่ร้านค้าส่งเรียกเก็บ
ค่าธรรมเนียมในการถอนเงินสด	300 บาท/ครั้ง (ทุก 5,000 บาท เศษ 5,000 บาท คิด 300)	120 บาท/ครั้ง (ทุก 3,000 บาท และเศษ 3,000 บาทคิด 120	300 บาท/ครั้ง (ทุก 5,000 บาท เศษ 5,000 บาท คิด 300)	150 บาท/ครั้ง (ทุก 3,000 บาท และเศษ 3,000 บาทคิด 150	120 บาท/ครั้ง (ทุก 3,000 บาท และเศษ 3,000 บาทคิด 120
ค่าปรับ late chart	200 บาท	ไม่มี	180 บาท	100 บาท	200 บาท
ค่าปรับเช็คคืน	300 บาท/ฉบับ	200 บาท/ฉบับ	300 บาท/ฉบับ	200 บาท/ฉบับ	200 บาท/ฉบับ
เบิกเงินสด	80 % ของวงเงิน	100 % ของวงเงิน	50 % ของวงเงิน	100 % ของวงเงิน	100 % ของวงเงิน
ระยะเวลาปลอดหนี้	55 วัน	55 วัน	50 วัน	45 วัน	45 วัน
ชำระขั้นต่ำ	50 % ขั้นต่ำ 1,000 บาท	10 % ขั้นต่ำ 2,000 บาท	5 % ขั้นต่ำ 500 บาท	10 % ขั้นต่ำ 2,000 บาท	10 % ขั้นต่ำ 2,000 บาท
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี	ฟรีในปีแรก	ฟรีตลอดชีพ	ฟรีตลอดชีพ	มี	ฟรี 2 ปีแรก

ที่มา: เกี่ยวกับบัตรเครดิต (2546:ออนไลน์)