

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันประเทศไทยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากภายนอกประเทศ และประชาชนได้นำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิต ทำให้การใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การขยายสาขาของห้างสรรพสินค้าออกไปทั่วภูมิภาคของประเทศ มีผลกระทบทำให้ประชาชนที่เป็นลูกค้าผู้รับบริการต้องการความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นบัตรเครดิตจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางแทนเงินสด และได้เริ่มเข้ามามีอิทธิพลทำให้รูปแบบการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ควบคู่กับมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น เป็นยุคของการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตที่ลูกค้าของประเทศซีกโลกหนึ่งสามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายของประเทศอีกซีกโลกหนึ่งได้โดยง่าย จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้บัตรเครดิตจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น ดังนั้น หากลูกค้ามีความเข้าใจถึงประโยชน์ใช้สอย และ วิธีการใช้บัตรเครดิตแต่ละประเภท สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง และ ในขณะเดียวกันก็ได้รับความยุติธรรมจากผู้ประกอบการเป็นการก่อให้เกิดประโยชน์ และเป็นการยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิต (กฎ โรจนเสถียร 2544 : ค) บัตรเครดิตจึงนับว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพล และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้าผู้ถือบัตรเป็นอย่างมาก ระบบบัตรเครดิตก่อให้เกิดวัฒนธรรมการซื้อก่อนผ่อนทีหลัง ทำให้ผู้ถือบัตรขาดความระมัดระวังในการใช้จ่ายก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินและส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวม อย่างไรก็ตามบัตรเครดิตก็ยังเป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้า เพราะสะดวกในการพกพาและสามารถใช้เป็นเครดิตในการชำระเงินได้อีกระยะเวลาหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ในปลายปี พ.ศ. 2545 ถือได้ว่าเป็นปีของตลาดบัตรเครดิตที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ธนาคารพาณิชย์ทั้งที่เป็นธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารสาขาจากต่างประเทศหรือธนาคารที่มีต่างชาติถือหุ้นอยู่ พยายามที่จะหาฐานลูกค้ารายใหม่ โดยธนาคารบางแห่งใช้กลยุทธ์เชิงรุกในการเข้าถึงฐานลูกค้าโดยออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินทั้งที่มีอยู่เดิม และผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด พร้อมทั้งเสนอผลประโยชน์ต่างๆ เป็นพิเศษให้แก่ลูกค้า เพื่อรักษาความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว ประกอบกับธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตไม่ให้เกินร้อยละ 18 ต่อปี ทั้งสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน คาดว่าจะทำให้ธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ขยายตัวเพิ่มขึ้น

จะต้องเพิ่มทุนเพื่อให้ดำเนินธุรกิจอยู่ได้และการเพิ่มทุนของธนาคารพาณิชย์ไทยนั่นเอง ได้มีต่างชาติเข้ามาถือหุ้นและเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้ามาสนใจธุรกิจบัตรเครดิตอีกครั้งหนึ่ง โดยธุรกิจบัตรเครดิตที่เป็นของธนาคารพาณิชย์ไทยนั้น ธนาคารกสิกรไทยถือว่าเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจนี้รองมาจะเป็นธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย ตามลำดับและในส่วน of ธนาคารต่างชาติซิตี้แบงก์ถือเป็นผู้นำตลาดบัตรเครดิตในประเทศไทยสูงสุด การแข่งขันธุรกิจบัตรเครดิตกำลังรุนแรง เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่มีคุณสมบัติครบตามเกณฑ์เริ่มน้อยลง ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งจึงต้องมุ่งหาธุรกิจที่สร้างรายได้เพิ่มขึ้น รายได้ที่มาจากธุรกิจบัตรเครดิตถือว่าเป็นธุรกิจหลักทำรายได้ให้กับธนาคารพาณิชย์ โดยเฉพาะธนาคารกรุงเทพ มีรายได้จากค่าธรรมเนียมและบริการทั้งสิ้น 10,941,545,830 บาทแบ่งเป็นรายได้จากธุรกิจบัตรเครดิตร้อยละ 9.84 (รายงานประจำปีธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 2545 : 65)

ปริมาณใช้จ่ายผ่านบัตรถือเป็นปัจจัยการแสดงว่า ใครเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งจากอดีตที่ผ่านมา ธนาคารจะมีการตัดสินใจความเป็นผู้นำทางตลาดบัตรเครดิตด้วยฐานบัตรเครดิต แต่ขณะนี้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง กลยุทธ์ของการเพิ่มจำนวนบัตร โดยการตัดรายได้จากค่าธรรมเนียมออกโครงการฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพ ดังนั้น ในปัจจุบันจึงไม่สามารถระบุได้ว่าเป็นผู้นำทางด้านบัตรเครดิตจากจำนวนบัตรสิ่งที่จะประเมินได้ในขณะนี้คือ ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเท่านั้น โดยทันทีที่มีการอนุมัติบัตรธนาคารจะเสนอสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้ลูกค้าทันทีเพื่อจูงใจการใช้จ่ายผ่านบัตร ซึ่งธนาคารผู้ออกบัตรจะมีรายได้จากค่าธรรมเนียมของร้านค้า ดอกเบี้ยที่เกิดจากลูกหนี้ผิดนัดชำระ การแข่งขันระหว่างผู้ออกบัตรจะยังคงเข้มข้น ซึ่งอาจจะกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ออกบัตรบางรายที่ต้องปรับตัว รวมทั้งอาจนำมาสู่การพยายามลดต้นทุนหรือหารายได้ของธนาคารเพิ่มเพื่อชดเชยกับดอกเบี้ยที่ถูกจำกัด โดยผู้ออกบัตรจะยังคงทุ่มมาตรการทางการตลาดเพื่อขยายฐานธุรกิจของตน และเพื่อรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ ตลอดไปจนถึงกระตุ้นให้ลูกค้ามียอดการใช้บัตร ซึ่งจะนำมาสู่รายได้ของผู้ออกบัตรในขณะเดียวกันลูกค้าก็จะมีอำนาจต่อรองที่จะเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่มีเสนอให้อย่างหลากหลาย ความแตกต่างอาจจะอยู่เพียงที่ว่า การขยายตัวของธุรกิจบัตรเครดิตจะเป็นไปอย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ขณะที่ความสำเร็จของผู้ออกบัตรจะขึ้นอยู่กับความสามารถทางการตลาด การรักษาฐานลูกค้าตลอดจนการบริหารต้นทุนค่าใช้จ่าย และความเสี่ยงให้เหมาะสม การใช้บัตรเครดิตและการเพิ่มของจำนวนผู้ถือบัตรกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเขตธุรกิจหลัก เป็นเป้าหมายที่จะสามารถขยายฐานลูกค้า เช่น ถนนสีลม ถนนสุขุมวิท ถนนรัชดาภิเษก

จะเห็นได้ว่าถึงแม้จะมีการแข่งขันในด้านตลาดบัตรเครดิตสูงมาก เช่น ผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ธนาคารเอเซีย ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียม ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจในการเลือกถือบัตรเครดิต แต่บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ก็ยังได้รับความนิยมจากลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและความน่าเชื่อถือของธนาคารเอง แต่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำด้านการมีผู้ถือบัตรเครดิตมากที่สุด ทั้งนี้ถึงแม้ว่าลูกค้าจะมีความเชื่อมั่นในตัวสินค้า และ ธนาคารแล้วก็ตามจากการสำรวจจากผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับธนาคารและบัตรเครดิต (Brand Age Research House, 2546 :หน้าพิเศษ 53-54) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความน่าเชื่อถือสูงสุด

ธนาคารกรุงเทพ ตั้งเป้าการเป็นผู้นำของยอดการใช้ผ่านบัตรเครดิต ภายใน 2 ปี หลังจากเกณฑ์ธุรกิจบัตรเครดิตได้ออกมาใหม่ ธนาคารได้ศึกษาและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องโดยวางแผนในการเพิ่มจำนวนบัตรเครดิตให้ถึง 600,000 บัตร จากปัจจุบัน มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่อันดับที่ 4 ของอุตสาหกรรม โดยจะปรับปรุงกระบวนการให้บริการบัตรเครดิตทั้งในด้านการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ ระบบการอนุมัติบัตรให้มีคุณภาพและรวดเร็วมากขึ้นรวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้ามากขึ้น โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการปรับปรุงระบบการให้บริการบัตรเครดิต และมีความเชื่อว่าจะเป็นผู้นำตลาดได้จากศักยภาพที่ธนาคารมีอยู่ทั้งในเรื่องของฐานลูกค้าและความแข็งแกร่งด้านสาขา (โชค ฤ ระนอง , สัมภาษณ์)

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยจะใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารที่อยู่ในเขตการแบ่งตามความรับผิดชอบของภาคนครหลวงหนึ่ง เพราะอยู่ในเขตบางรักย่านถนนสีลม และถนนสาทร ถือว่าเป็นเขตธุรกิจหลักของประเทศไทย มีสำนักงานใหญ่ของธนาคารชั้นนำมากมายโดยเฉพาะธนาคารกรุงเทพเอง และธนาคารอื่นอีก เช่น ธนาคารไทยธนาคาร ธนาคารเอเซีย รวมไปถึงธนาคารต่างชาติ ที่มีจำนวนลูกค้าที่ถือบัตรมากเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทยคือ ธนาคารซิตี้แบงก์ ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์ นครธน จึงเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูงสมควรนำมาเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการตลาด และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบัตรเครดิตเพื่อการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ภาคนครหลวงหนึ่ง กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษา จะทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ภาคนครหลวงหนึ่ง กรุงเทพมหานครได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ และ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ ตามลำดับ การศึกษาครั้งนี้จะทำการออกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นลูกค้าของ 4 สาขา คือ สำนักงานใหญ่ สีลม สุรวงศ์ และ จิวเวอรี่เทรดเซ็นเตอร์ โดยผู้ถือบัตรเครดิตเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ 4 สาขา มีจำนวน 27,296 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางพัฒนาส่งเสริมการตลาด และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบัตรเครดิต

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง

1. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงของธนาคาร ความน่าเชื่อถือของธนาคาร ความรวดเร็วในการให้บริการ อำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า รูปแบบของบัตรสวยงาม มีบัตรให้เลือกหลายประเภท สามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเครื่องเอ.ที.เอ็ม สามารถเบิกเงินสดได้ที่เคาน์เตอร์ทุกสาขา สามารถถอนเงินสดจากบัญชีเงินฝากของตนเอง วงเงินประกันอุบัติเหตุสูง
2. ปัจจัยด้านราคา คือ อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าต่ำ อัตราค่าธรรมเนียมรายปีต่ำ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระต่ำ ค่าธรรมเนียมในการชำระเงินช้ากว่ากำหนดต่ำ ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยนาน วงเงินสินเชื่อสูง
3. ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย คือ ที่ตั้งสาขาใกล้ที่ทำงาน การเดินทางมายังสาขาสะดวก สาขาที่มีจอครบสะดวก สามารถสมัครเป็นผู้ถือบัตรผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต เปิดรับสมาชิกบัตรเครดิตนอกสถานที่ มีวิธีการชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น ผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

แผ่นป้าย การแจกของขวัญเมื่อสมัครเป็นผู้ถือบัตร การส่งเสริมการขายด้วยการสะสมยอดค่าใช้จ่ายในรอบบัญชีแรกของการใช้บัตรเพื่อแลกของขวัญ การส่งเสริมการขายด้วยการสะสมคะแนนบัตร หลวง ทุก 25 บาท จะได้ 1 คะแนน เพื่อแลกของขวัญ ให้เป็นส่วนลดร้านค้า การส่งเสริมการตลาดร่วมกับร้านค้า การมีพนักงานมารับสมัครบัตรถึงที่ทำงาน การชักชวนของพนักงานทางโทรศัพท์ ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี

5. ปัจจัยด้านประเภทการให้บริการของพนักงาน คือ ความน่าเชื่อถือของพนักงาน มารยาทในการให้บริการของพนักงาน การเอาใจใส่ของพนักงาน พนักงานตอบข้อสงสัยได้ชัดเจน มีพนักงานบริการลูกค้าแก้ไขปัญหา 24 ชั่วโมง

6. ปัจจัยด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ คือ ขั้นตอนในการอนุมัติบัตร ขั้นตอนการเพิ่มวงเงินบัตรในกรณีฉุกเฉิน ขั้นตอนการต่ออายุบัตร ขั้นตอนการแก้ไขปัญหา

7. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ สถานที่ให้บริการสะอาด เรียบร้อย มีการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์มาช่วยเสริมการบริการ ความถูกต้องของใบแจ้งหนี้ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการใช้บัตรเครดิต ปริมาณร้านค้ารับบัตรเครดิต ระบบป้องกันข้อมูลของผู้ถือบัตรเครดิต สิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ

บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ หมายถึง เครื่องมือในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ออกโดยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ทำให้ลูกค้าผู้ถือบัตรสามารถได้สินค้าหรือบริการจากร้านค้าอันเนื่องมาจากการเตรียมการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตกกลงเป็นผู้ชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการให้แก่ร้านค้าที่ให้สินค้าหรือบริการล่วงหน้าก่อน โดยลูกค้าผู้ถือบัตรมีหน้าที่ในการชำระเงินแก่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ประเภท 1.บัตรเครดิตในประเทศ 2.บัตรวีซ่า 3.บัตรมาสเตอร์การ์ด 4.บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส 5.บัตรร่วม(บัตรเครดิตในประเทศ, วีซ่า, มาสเตอร์การ์ดร่วมกับห้างสรรพสินค้าหรือองค์กรต่าง)

ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท และ เป็นผู้ถือครองบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ประเภทใดประเภทหนึ่งใน 5 ประเภท

ภาคนครหลวงหนึ่ง หมายถึง หน่วยงานที่รับผิดชอบสาขาในเขตนครหลวงดูแลในด้านนโยบาย เช่น ด้านธุรกิจการตลาด และการจัดการ ของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งภาคนครหลวงมีสาขาทั้งหมด 198 สาขาแยกเป็น ภาคนครหลวง1-7 โดยภาคนครหลวงหนึ่งดูแลรับผิดชอบ สาขา 19สาขาประกอบด้วยสาขาจิวเวอรี่เทรคเซ็นเตอร์ สีส้ม สาขาแจ่มนิมิต สำนักงานใหญ่สีลม สาขานานาว่า สาขาสะพานเหลือง สาขาสีลม สาขาลุมพินี สาขาตรอกจันทร์ สาขาหัวลำโพง สาขาสาทร สาขาสุรวงศ์ สาขาตลาดน้อย สาขาดอนนสีพระยา

สาขาสาธิตประดิษฐ์ สาขานนรัชดา-สี่แยกสาธิตประดิษฐ์ สาขาสวนพลู สาขานนจันทร์ สะพาน 5
สาขาย่อยโอเรียนเต็ล สาขาบวงร้ง สำหรับสาขาที่ทำการศึกษารั้งนี้ได้แก่ 4 สาขา
คั้งนี้คือ สำนักงานใหญ่ สีลม สุรวงศ์ และ จิวเวอรี่เทรคเซ็นเตอร์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved