

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการบัตรเครดิตของสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (demand) หมายถึงปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆกันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้นผู้บริโภคต้องมีอำนาจซื้อด้วย (purchasing power) กล่าวคือผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (ability and willingness to pay) สินค้าหรือบริการนั้น เช่น นาย ก. ต้องการซื้อ โทรศัพท์ และนาย ก. มีเงินเพียงพอที่จะซื้อ โทรศัพท์ ในกรณีนี้จะเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล แต่ถ้านาย ก. มีความต้องการซื้อ โทรศัพท์แต่มีเงินไม่เพียงพอที่จะซื้อ ในกรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์

ปัจจัยที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ มีดังนี้คือ

1) ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2) ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อ นอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งและระดับราคาสินค้าชนิดอื่นจะเป็นเช่นใด ขึ้นอยู่กับว่าสินค้าสองชนิดนั้นมีความสัมพันธ์กันในลักษณะใด กล่าวคือ

ก. สินค้าสองชนิดเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากขึ้นเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าที่ทดแทนกันด้วย เช่น เนื้อไก่กับเนื้อหมู เป็นต้น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อไก่คงเดิม ผู้บริโภคก็จะลดการบริโภคเนื้อหมูลงแล้วหันมาบริโภคเนื้อไก่เพิ่มขึ้นเป็นการทดแทน จึงกล่าวได้ว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันเพิ่มขึ้นด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิด

หนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้ลดลงด้วยดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข. สินค้าสองชนิดเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมัน เชื้อเพลิง ยาสีฟันกับแปรงสีฟัน กาแฟกับน้ำตาล เป็นต้น เมื่อราคาน้ำตาลแพงขึ้น นอกจากปริมาณซื้อน้ำตาลจะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อกาแฟก็จะลดลงด้วย ทั้งๆที่ราคาของกาแฟไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง สามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

ก. สินค้าชนิดนั้นเป็นสินค้าปกติ ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

ข. สินค้าชนิดนั้นเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เสื้อผ้ามือสอง ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น ความต้องการในสินค้าประเภทนี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น

4) ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ รสนิยมผู้บริโภค จำนวนประชากร การคาดคะเนราคาสินค้าและปริมาณสินค้าในอนาคต ฤดูกาล และสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ

2.1.2 ทฤษฎีส่วส่วนการตลาด

ทฤษฎีส่วส่วนการตลาด (Marketing Mix หรือ 4' Ps) หมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย โดยมีส่วนการตลาดส่งเสริมการตลาดเป็นตัวสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพ เพื่อชักจูงทัศนคติ และพฤติกรรมซื้อ ส่วนการตลาด (Kotler, 1996 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของ

ลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และ/หรือ ความแตกต่างทางการแข่งขันโดยพิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2) ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ

3) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการซื้อ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช่คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

ก) การโฆษณา เป็นกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องการจากการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์การโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการโฆษณา งบประมาณในการโฆษณา ข่าวสารที่ต้องการสื่อ การเลือกใช้สื่อ ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการโฆษณาและการประเมินโฆษณาว่าบรรลุผลหรือไม่

ข) การขายโดยใช้พนักงานขาย หมายถึง เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย และการจัดการหน่วยงานขาย

ค) การส่งเสริมการขาย หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือการกระตุ้นบริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค การกระตุ้นคนกลาง

เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง และการกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

ง) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด

2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดในการให้บริการบัตรเครดิตของสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง สามารถสรุปได้ดังนี้

ศูนย์ เลขาวิวัฒน์ (2539) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักสองประการ ประการแรกเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อวงเงินสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิต เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาวางแผนแบบฉบับหรือสูตรในการพิจารณาวงเงินสินเชื่อ (Credit Scoring) ประการที่สองศึกษาถึงการกระจายบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ไปยังกลุ่มต่างๆ เช่นอาชีพ กลุ่มรายได้ และชนิดบัตรที่ผู้ถือบัตรนิยม กลุ่มตัวอย่างจะสุ่มจากผู้ถือบัตรเครดิตที่มีประวัติการชำระเงินตรงต่อเวลาของสาขาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 500 ตัวอย่าง ผลการศึกษา โดยการใช้วิธี Regression พบว่ารายได้ ประสบการณ์ในการทำงาน และอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อวงเงินบัตรเครดิตของผู้ถือบัตร โดยผู้มีรายได้มากมีโอกาสได้รับวงเงินบัตรเครดิตมากกว่าผู้มีรายได้น้อย ผู้มีประสบการณ์ในการทำงานมากมีโอกาสได้รับวงเงินบัตรเครดิตมากกว่าผู้มีประสบการณ์น้อย และผู้มีอาชีพนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการมีโอกาสได้รับวงเงินบัตรเครดิตสูงกว่าอาชีพอื่นๆ ในด้านการกระจายบัตรเครดิตไปยังกลุ่มอาชีพต่างๆพบว่า การกระจายบัตรเครดิตชนิดต่างๆแตกต่างกันไปตามกลุ่มอาชีพ รายได้ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน และเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้มีรายได้ 100,000 – 200,000 บาทต่อปี อายุ 31 – 40 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 11 ปี และเพศชายจะถือบัตรเครดิตมากที่สุด โดยเฉพาะนักธุรกิจหรือเจ้าของกิจการ ผู้มีรายได้สูง และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาก มีการกระจายไป

ยังชนิดบัตรเครดิตที่มีวงเงินสูง เช่น บัตรวีซ่าบัตรทอง เป็นต้น ผลการศึกษาของศูนย์ เลขาวิวัฒน์ นี้ มีประโยชน์ต่อการนำข้อมูลมาประกอบในการศึกษา ในแง่ของการกระจายบัตรเครดิตไปยังกลุ่มอาชีพต่างๆ ได้แก่กลุ่มรายได้ และกลุ่มอาชีพ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง

หัตถ์รัตน จิตปัญญาภาส (2542) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือครองบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักสองประการ คือ ประการแรก เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรด้านพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือครองบัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สอง เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็น ตลอดจนปัญหาของผู้ถือครองบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ในการศึกษานี้ ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างผู้ถือครองบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวม 7 รายการ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น จำนวน 180 ราย มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 180 ราย จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS แสดงค่าความถี่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธี Cross Tap

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ถือครองบัตรเครดิตเป็นเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 26 ปี ไปจนถึง 40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาของผู้ถือครองบัตรเครดิตอยู่ในระดับปริญญาตรีมีอัตราร้อยละมากที่สุด อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองประมาณ 2 บัตรต่อคน เหตุผลที่ถือครองบัตรเครดิตมากกว่า 1 บัตรเพราะทำให้มีสภาพคล่องมากขึ้น บัตรเครดิตที่มีการถือครองมากที่สุดคือ บัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) รองลงมาได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ถือครองบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีวงเงินบัตรเครดิตประมาณ 10,000 – 50,000 บาท การชำระหนี้คืนธนาคารขั้นต่ำ 10% ไม่น้อยกว่า 1,000 บาทมูลค่าการใช้จ่ายเฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาท สถานที่นิยมใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตคือ ห้างสรรพสินค้า สินค้าที่นิยมใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตคือ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เหตุผลที่ใช้บัตรเครดิตคือ ไม่ต้องจ่ายเงินสดทันทีเนื่องจากมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือครองบัตรเครดิตพบว่า อาชีพของผู้ถือครองบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับวงเงินบัตรเครดิต มูลค่าใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนกลุ่มอาชีพที่มีปัญหาในการค้างชำระหนี้คืนธนาคารคือ กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและกลุ่มข้าราชการ โดยมีเหตุในการค้างชำระหนี้คือ มีเหตุฉุกเฉิน ในด้านสถานภาพของผู้ถือครองบัตรเครดิตพบว่า คนโสดจะมีการใช้จ่ายบัตรเครดิตน้อยกว่าคนที่

ครอบครัวแล้ว ปัญหาของธนาคารที่ผู้ถือครองบัตรเครดิตให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดแพง ร้านค้าบางแห่งไม่ยอมรับบัตรเครดิต ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมเพิ่ม ธนาคารแจ้งยอดไม่ตรงกับจำนวนที่ใช้จ่ายจริง และการแจ้งยอดไม่ชัดเจน

ธนัชชัย อุดลยภิตติชัย (2542) ศึกษาเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นผู้ถือบัตรเครดิตต่อบริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในภาวะเศรษฐกิจ ปี 2540 – 2541” มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความคิดเห็นของผู้ถือบัตรเครดิตต่อบริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ทราบถึงพฤติกรรมและปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรเครดิตในปัจจุบัน

การศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด จำนวน 250 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดตามสัดส่วนปริมาณผู้ถือบัตรเครดิตของแต่ละสาขาจำนวน 10 สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย การรายงานผลการศึกษาโดยวิธีการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตในประเทศ มีระยะเวลาการใช้บัตรมากกว่า 5 ปี วงเงินบัตร 10,001 – 20,000 บาท ยอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 1,001 – 3,000 บาท ใช้เงินโอนชำระหนี้โดยวิธีชำระหนี้เป็นรายเดือน จำนวนเงินร้อยละ 10 ของยอดหนี้คงค้างแต่ไม่น้อยกว่า 1,000 บาท และชำระหนี้เต็มจำนวนยอดค่าใช้จ่ายเท่าๆกัน และใช้วิธีการชำระเงินสดที่เคาท์เตอร์ธนาคาร การใช้บัตรเครดิตจะใช้เพื่อแทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการทั่วไป สถานที่ใช้บัตรจะเป็นห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต

ด้านความคิดเห็นของผู้ถือบัตรเครดิตพบว่า เหตุผลการใช้บัตรเครดิตเพราะมีเพื่อไว้ใช้ใ้กรณีฉุกเฉิน และเพื่อความคล่องตัวสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจต่อบริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ พบว่ามีความพึงพอใจอันดับแรกในเรื่องของระยะเวลาเรียกเก็บเงินปลอดดอกเบี้ย 45 วัน รองลงมาได้แก่ความถูกต้องของใบแจ้งยอดหนี้ บริการรับชำระหนี้ที่เคาท์เตอร์ของธนาคาร สำหรับค่าธรรมเนียมการชำระเงินช้ากว่ากำหนด 100 บาทต่อครั้ง การระงับการใช้บัตรเครดิตเมื่อชำระเงินช้ากว่ากำหนด และอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิต ผู้ถือบัตรมีความพึงพอใจในระดับน้อย

การใช้บัตรเครดิตในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจปัจจุบัน พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาสูงลดลง และการเบิกเงินสดจากบัตรเครดิตลดลง แต่การใช้เพื่อซื้อสินค้าและบริการทั่วไปและการชำระหนี้เป็นไปตามปกติไม่มีผลและยังคงถือบัตรเครดิตทั้ง

ของธนาคารกรุงเทพและบัตรเครดิตอื่นๆที่มีอยู่ต่อไป ปัจจัยที่เป็นปัญหากระทบต่อการใช้บัตรเครดิตได้แก่อัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตที่เพิ่มสูงขึ้น กรเก็บค่าธรรมเนียมชำระเงินช้ากว่ากำหนด และการระงับการใช้บัตรเครดิตเมื่อชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด ส่วนความสามารถในการชำระหนี้ลดลง และวงเงินบัตรเครดิตที่ลดลงมีผลกระทบน้อย ผู้ถือบัตรเครดิตจะต่ออายุบัตรเมื่อบัตรหมดอายุ เพราะเพื่อไว้ใช้ฉุกเฉิน ใช้แทนเงินสดและมีความสะดวกในการใช้บัตร ข้อเสนอแนะของผู้ถือบัตรเครดิตคือให้ลดอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิต

ยุทธพงศ์ ทุงแจ่ม (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการใช้บัตรเครดิตปลอดค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณผู้ใช้บัตรเครดิต ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บัตรเครดิต ความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิต ค้นหาแนวทางในการเพิ่มฐานลูกค้าบัตรเครดิตและมาตรการที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงที่สุดในการใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในจังหวัดลำปาง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 150 รายและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS ในการหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่านัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ใช้บริการบัตรเครดิตประมาณ 2,487 ราย บัตรเครดิตที่ถูกค่าใช้มากที่สุดคือ บัตรเครดิตวีซ่า ถูกค่ามีความพึงพอใจบัตรเครดิตธนาคารมากที่สุด ร้อยละ 65.3 เพราะมีค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ และสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยทั่วไปลูกค้าถือครองบัตรเครดิตหลายธนาคาร แต่ถือครองและใช้บัตรเครดิตมากที่สุด คือ บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา ส่วนลูกค้าที่ไม่มีความพึงพอใจบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาด้วยเหตุผล การเบิกเงินสดฉุกเฉินได้จำกัดเพียงร้อยละ 50 ของวงเงินและอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั่วไป นอกจากนี้ลูกค้าได้เสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยาคือควรลดอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตให้ใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั่วไป เพิ่มวงเงินบัตรเครดิตและจูงใจชำระเงินค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตให้มากกว่าในปัจจุบันใช้เป็นส่วนลดในการซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ

วิทยา จันทรหลวง (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) 2) กำหนดกลยุทธ์การแข่งขันการให้บริการบัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค 3) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต 4) ศึกษาปัญหา

และอุปสรรคในการให้บริการบัตรเครดิต 5) ศึกษาความต้องการของผู้ถือบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุด

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งถือครองบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 374 ราย และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อัตราส่วน ร้อยละ และการวิเคราะห์แบบ Likert Scale

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะใช้บัตรเครดิตวีซ่า ประเภทบัตรเงิน เพราะมีรายได้ประมาณ 15,000 – 35,000 บาทต่อเดือน มีการใช้บัตรเครดิตไม่เกิน 5 ครั้งต่อเดือน และใช้จ่ายประมาณ 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน อีกทั้งการนิยมใช้ชำระค่าสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการบัตรเครดิตอยู่ในระดับสูง ตั้งแต่เริ่มการสมัคร การอนุมัติวงเงินการใช้บัตรเครดิต ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพราะไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้ารายปี ในขณะที่เดียวกันธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มี 1,000 สาขา และมีตู้บริการเงินด่วน 5,000 ตู้ เพื่อสะดวกแก่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต คือ ความสะดวกและง่ายต่อการซื้อสินค้าและบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการให้ธนาคารลดขั้นตอนในการให้บริการ ปรับดอกเบี้ยและอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันและให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลด้วย

ปภานัน วรวัฒนสกุล (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยกลุ่มผู้ถือบัตรของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ กลุ่มละ 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและใช้สถิติไควสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า ปัจจัยทางด้านความสวยงาม ความสะดวกในการพกพา ความรวดเร็วในการอนุมัติ ความหลากหลายของประเภทบัตร อัตราดอกเบี้ยในการผิดชำระต่ำ การมีจำนวนตู้ ATM มากและเพียงพอ การมีร้านค้าและสถานบริการที่ยอมรับบัตรเครดิตเป็นจำนวนมาก การมีสาขานาคารทั่วโลก สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการถือบัตร และการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรงมีอิทธิพลต่อการเลือกมากที่สุด

ผลการศึกษาในกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ถือบัตรธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุด มีค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 1 ปี เป็นจำนวนเงินประมาณ 11,690 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บัตรเพื่อชำระสินค้าและบริการเงินสดเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตร พบว่ากลุ่มอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่เกี่ยวข้องกับการมีพนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรงมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต และปัจจัยด้านสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการมีจำนวนตู้ ATM มากและเพียงพอมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ส่วนในกลุ่มอาชีพพนักงานในบริษัทเอกชน ปัจจัยด้านสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการมีสาขาทั่วโลกมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด และในกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าฟรีและค่าธรรมเนียมเป็นที่ยอมรับได้มีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด

ผลการศึกษาในกลุ่มผู้ถือบัตรเครดิตของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เลือกถือบัตรเครดิตของบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์มากที่สุด มีค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเฉลี่ยต่อเดือนในช่วงหนึ่งปี เป็นเงิน 11,215 บาทต่อเดือน ใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระสินค้าและบริการแทนเงินสดเฉลี่ยอย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตร พบว่า กลุ่มอายุระหว่าง 21 – 30 ปีและกลุ่มอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ปัจจัยด้านรูปลักษณะบัตรที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายของประเภทบัตรเครดิต ในกลุ่มอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ปัจจัยด้านสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการมีสาขาทั่วโลกมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด ในกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป ปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้องกับอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าฟรีและค่าธรรมเนียมเป็นที่ยอมรับได้ และปัจจัยด้านสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการมีจำนวนตู้ ATM มากและเพียงพอมีผลต่อการเลือกใช้มากที่สุด

อัจฉรา สิทธิราช (2549) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากบริษัทที่กำหนดรายได้ขั้นต่ำ 4,000 บาทต่อเดือน จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพ โสด มีการศึกษาอยู่ในระดับ อนุปริญญา/อาชีวศึกษา มีอาชีพพนักงานองค์กรเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยประมาณ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน สมาชิกในครอบครัวมีจำนวน 3-4 คน ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 1-2 ปีและวงเงินอนุมัติต่ำกว่า 10,000 บาท

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มผู้บริโภคที่บริษัทกำหนดรายได้ขั้นต่ำ 4,000 บาทต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์และตู้เย็น มูลค่าของสินค้าที่ซื้ออยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท ระยะเวลาผ่อนชำระ 10-12 เดือน จำนวนเงินที่ต้องชำระต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์จากการใช้บริการ รองลงมาคือ ด้านค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ย และด้านการให้บริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ตามลำดับ และเมื่อทดสอบความคิดเห็นจำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระต่ำ การให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ลูกค้า การมีมารยาทที่ดีและให้บริการที่น่าประทับใจของพนักงาน นโยบายส่งเสริมการบริโภคของรัฐบาล และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุ และมีเพียงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมการบริโภคของรัฐบาลเท่านั้นที่มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอาชีพ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีมารยาทที่ดีและให้บริการที่น่าประทับใจของพนักงาน และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ มีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มรายได้สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดในการใช้บริการคือ ปัญหาบริษัทผู้ให้บริการสินเชื่อให้ข้อมูลกับลูกค้าไม่ชัดเจน

ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มผู้บริโภคที่บริษัทกำหนดรายได้ขั้นต่ำ 6,500 บาทต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ และตู้เย็น มูลค่าของสินค้าที่ซื้ออยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท ระยะเวลาผ่อนชำระ 10-12 เดือนจำนวนเงินที่ต้องชำระอยู่ในช่วง 1,001-2,000 บาทต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรองลงมาคือ ด้านค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ย และด้านการให้บริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ตามลำดับ และเมื่อทดสอบความคิดเห็นจำแนกตามกลุ่มอาชีพ รายได้ แล้วพบว่า การมีระยะเวลาที่กำหนดให้ในการผ่อนชำระยาวนาน และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติมีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอายุ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ระยะเวลาสั้นในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มอาชีพ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ลูกค้ามีความแตกต่างกันในระหว่างกลุ่มรายได้ ส่วนปัญหาที่พบมากที่สุด ในการใช้บริการคือ ปัญหาบริษัทคิดค่าติดตามทวงหนี้กับลูกค้าเป็นจำนวนมาก