

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 เป็นต้นมา ถือได้ว่าเป็นยุคทองของบัตรเครดิต ธนาคารซีทีบีแบงก์ เข้ามาเริ่มต้นบุกตลาดบัตรเครดิตในประเทศไทยอย่างจริงจัง ธนาคารซีทีบีแบงก์กำหนดรายได้ขั้นต่ำของผู้สมัครเป็นสมาชิกบัตรด้วยการแสดงรายได้เพียงเดือนละ 8,000 บาท ทำให้มียอดผู้ถือบัตรมากมาย นับแสนราย ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ตลาดบัตรเครดิตก็ดูเหมือนจะเป็นธุรกิจที่ธนาคารพาณิชย์ต่างอยาก จะเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด เพราะเป็นธุรกิจที่ทำกำไรสูงมาก อีกทั้งสภาพเศรษฐกิจใน ช่วงนั้นเป็นยุคของเศรษฐกิจฟองสบู่ ผู้คนมีสภาพคล่องดีมาก ใช้จ่ายกันอย่างฟุ่มเฟือย โดยบัตร เครดิตเป็นหนึ่งในวิธีการใช้จ่ายของพวกเขา

เพียงระยะเวลาแค่ 4 ปี ตลาดบัตรเครดิตกลายเป็นสมรภูมิรบทางการค้าที่สำคัญของ ธนาคารพาณิชย์ไทย หลายๆธนาคารพยายามหากลยุทธ์ต่างๆเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ผู้ถือ บัตร 1 คน อาจมีบัตรของธนาคารอื่นๆอีกหลายใบ สิ่งที่มาตามคือการหมุนเวียนเงินไม่ทัน ในที่สุด ก็มาสู่ยุคของฟองสบู่แตก

ปี 2541 ธนาคารแห่งประเทศไทย ประกาศลดค่าเงินบาท เงื่อนไขในการสมัครบัตรเครดิต ถูกปรับเปลี่ยน โดยการเพิ่มรายได้ของผู้สมัครจาก 8,000 บาทต่อเดือนเป็น 20,000 บาทต่อเดือน เพื่อพ่วงสถานะหนี้เสียของธนาคารต่างๆเอาไว้ แต่นั่นก็ไม่ทำให้จำนวนสมาชิกบัตรของธนาคาร พาณิชย์ต่างๆลดลงเท่าใด กลับมีที่ทำว่าจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นไปอีก

ในปี 2544 แม้เศรษฐกิจจะยังไม่ฟื้นตัวมากนัก แต่ในส่วนของธุรกิจบัตรเครดิตกลับมีแนว โนม์ในการแข่งขันสูงอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน เนื่องจากมีคู่แข่งรายใหม่ทั้งที่เป็นธนาคารต่าง ประเทศและสถาบันการเอกชน นอกจากนี้ จากการทำธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ปรับ เกณฑ์คุณสมบัติของผู้สมัครบัตรเครดิตลงจากผู้ที่มีรายได้ขั้นต่ำ 20,000 บาทต่อเดือน เป็น 15,000 บาทต่อเดือน ทำให้ฐานของผู้ที่มีโอกาสทำบัตรเครดิตกว้างขึ้น

ดังนั้น ธนาคารและบริษัทผู้ออกบัตรจึงเร่งขยายตลาดบัตรเครดิตของตัวเอง โดยให้การแข่งขันที่ดุเดือดทั้งในเรื่องของการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี ไปจนถึงค่าธรรมเนียมฟรีตลอดชีพ การคิดอัตราดอกเบี้ยค้ำชำระที่ต่ำลง รวมทั้งแจกของแถมให้กับผู้สมัคร การจัดชิงโชคจากเซลล์สลิปที่ใช้จ่ายผ่านบัตร รวมไปถึงแคมเปญโปรโมชั่นสะสมคะแนนจากยอดค่าใช้จ่ายเพื่อแลกของรางวัลต่างๆ ซึ่งธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรจะมีรายได้ 3 ทาง คือ

- รายได้จากค่าธรรมเนียมรายปี (ในกรณีมีสมาชิกบัตรเสียค่าธรรมเนียมรายปี)
- รายได้จากค่าธรรมเนียมการใช้บัตรจากร้านค้า
- รายได้จากดอกเบี้ยของยอดค้ำชำระ

นอกจากนี้ก็ยังมียกยุทธ์ดึงดูดลูกค้า โดยการรับโอนหนี้จากสถาบันการเงินอื่น หรือรีไฟแนนซ์หนี้บัตรเครดิต โดยให้เงื่อนไขและสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจ เช่น การลดหนี้บางส่วน หรือการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำลง (วารสารการเงินการธนาคารฉบับพิเศษ, ทำเนียบบัตรเครดิต 2001)

สถานการณ์บัตรเครดิตในประเทศไทย

การเติบโตของจำนวนบัตรเครดิต

ประเภท	ไตรมาสที่ 2/2544	ไตรมาสที่ 1/2544	ไตรมาสที่ 4/2543
1. ธนาคารพาณิชย์ไทย	1,592,411	1,379,134	1,292,727
- บัตรในประเทศ	383,897	383.442	425,639
- บัตรร่วม (วีซ่า/มาสเตอร์การ์ด)	1,208,514	995,692	867,088
2. ธนาคารต่างประเทศ	560,320	513,829	472,913
รวม	2,151,731	1,892,963	1,765,640

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย เปิดเผยถึงการขยายตัวของตลาดบัตรเครดิต ณ สิ้นเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา มียอดบัตรเครดิตรวมทั้งสิ้น 2,152,731 ใบ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากไตรมาสแรก 13.72% โดยแบ่งเป็นบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 1,592,411 ใบ และบัตรเครดิตของธนาคารต่างประเทศประมาณ 560,320 ใบ ทั้งนี้ บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าธนาคารต่างประเทศ เนื่องจากช่วงที่ผ่านมา ธนาคารพาณิชย์ไทยที่มีธนาคารต่างประเทศเข้ามาถือหุ้นใหญ่ต่าง ร่งขยายและเพิ่มบทบาทในการทำตลาดรีเทลแบงกิ้งโดยเฉพาะบัตรเครดิตและสินเชื่อบุคคล ทำให้การเติบโตในตลาดบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยเพิ่มสูงขึ้นค่อนข้างมาก

อย่างไรก็ตาม ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่อย่างธนาคารกสิกรไทย หรือธนาคารกรุงเทพ ซึ่งมีฐานลูกค้าค่อนข้างมาก พบว่ามีการขยายตัวไม่มาก เนื่องจากธนาคารไทยที่มีการร่วมทุนกับธนาคารต่างประเทศใช้กลยุทธ์ฟรีค่าธรรมเนียมตลอดชีพเข้ามาดึงฐานลูกค้าไปค่อนข้างมาก

ทั้งนี้ บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ บัตรเครดิตในประเทศ ที่ธนาคารเป็นผู้ออกเองให้บริการได้เฉพาะในประเทศเท่านั้นมีจำนวน 383,897 ใบ ซึ่งอยู่ในระดับทรงตัว เนื่องจากปัจจุบันลูกค้านิยมเป็นสมาชิกบัตรร่วม เนื่องจากทั้งวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมกับธนาคารพาณิชย์ต่างๆมากขึ้น ส่งผลให้บัตรร่วมมีอัตราการขยายตัวสูง โดยขณะนี้ มีจำนวน 1,208,514 ใบ โดยแบ่งเป็นบัตรร่วมวีซ่า 1,009,160 ใบ มาสเตอร์การ์ด 143,172 ใบ ซึ่งในส่วนนี้จะพบว่า บัตรร่วมของวีซ่ามีการเติบโตที่ค่อนข้างสูง จากไตรมาสแรกวีซ่ามีตลาดอยู่ที่ 812,627 ใบ

สำหรับบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ณ เดือนมิถุนายนมียอดรวม 560,320 ใบ แบ่งเป็นบัตรวีซ่า 473,858 ใบ และมาสเตอร์การ์ด 86,735 ใบ ทำให้บัตรวีซ่ามียอดรวมทั้งสิ้น 1,482,745 ใบ เติบโตจากไตรมาสแรกประมาณ 19.8% และมาสเตอร์การ์ด 229,907 ใบ ขยายตัวจากไตรมาสแรกประมาณ 4.5%

นอกจากนี้รายงานข่าวจากธนาคารแห่งประเทศไทย แจ้งว่ายอดการใช้ผ่านบัตรเครดิตในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2544 มีมูลค่า 110,425 ล้านบาท อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรในปี 2543 รวมอยู่ที่ 178,888 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 17-19 ก.ย. 44)

สำหรับในไตรมาสที่ 3 ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรวีซ่านั้นประมาณ 2.9 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 48% จากระยะเดียวกันของปีที่แล้ว เพิ่มขึ้น 8% จากไตรมาส 2 ปีนี้ ขณะเดียวกันยอดค่าใช้จ่ายบัตรช่วง 9 เดือนแรกขยับขึ้นเป็น 8 หมื่นล้านบาท เพิ่มจากระยะเดียวกันในปี 2543 ถึง 46% (ผู้จัดการรายวัน, 6 พ.ย. 44)

แนวโน้มการเติบโตของบัตรเครดิตในปี 2545

สำหรับแนวโน้มบัตรเครดิตในปี 2545 คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวต่อเนื่อง เพราะธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้ารายย่อย ซึ่งส่งผลดีกับผู้ที่ต้องการมีบัตรเครดิต

นอกจากนี้การที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดเงื่อนไขผู้สมัครจากผู้ที่ต้องมีรายได้ 20,000 บาทต่อเดือน ลดลงเหลือ 15,000 บาทต่อเดือน ส่งผลให้ฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

จากการคาดการณ์ในปีหน้าธนาคารแต่ละแห่งจะหันมาใช้กลยุทธ์ด้านการลดอัตราดอกเบี้ย และการคิดค่าธรรมเนียม ซึ่งจะทำให้ยอดบัตรเครดิตขยายตัวมากขึ้นจากปี 2544 แน่นนอน

นอกจากนี้การที่ธนาคารกลางสหรัฐ (เฟด) ลดอัตราดอกเบี้ยลง 0.5% คาดว่า จะส่งผลให้ อัตราดอกเบี้ยในประเทศลดตาม ซึ่งส่งผลดีกับลูกค้าที่ถือบัตรเครดิต รวมทั้งการที่ธนาคารพาณิชย์ แต่ละแห่งได้พัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อบริหารความเสี่ยงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำให้ความสามารถในการพิจารณาอนุมัติบัตรเครดิตให้กับลูกค้ามีความเสี่ยงลดลง ซึ่งจะผลักดันให้ ธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2545 ขยายตัว(กรุงเทพธุรกิจ, 8 พ.ย. 2544)

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ในประเทศไทยมีผู้ที่มีศักยภาพถือบัตรเครดิตได้ 5 ล้าน แต่ในปัจจุบันมีบัตรเครดิตในตลาดเพียง 2.53 ล้านใบเท่านั้น (ตัวเลข ณ สิ้นไตรมาสที่ 3) จะเห็นได้ว่าบัตรเครดิตสามารถที่จะขยายตลาดไปได้อีกเกือบ 100%

ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทที่ออกบัตรเครดิตต่างก็พยายามที่จะวางกลยุทธ์ต่างๆ ทั้งในเรื่องของรูปแบบการใช้บัตร เงื่อนไขและสิทธิพิเศษต่างๆ รวมทั้งการแข่งขันในด้านการให้บริการเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากที่สุด เพราะในปัจจุบันนี้มีบัตรเครดิตในประเทศไทย 307 ชนิด จากสถาบันการเงินที่ให้บริการ 19 แห่ง สาเหตุที่มีจำนวนของบัตรมากขนาดนี้ก็เพื่อให้บัตรแต่ละชนิดมีสิทธิประโยชน์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ถือบัตรมากที่สุด ซึ่งการแยกประเภทของบัตรออกเป็นหลายๆ แบบนั้นก็ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้ดึงลูกค้าเช่นกัน

เหตุที่เลือกศึกษาเรื่องบัตรเครดิตนั้น เพราะเห็นว่า ค่านิยมของคนไทยในเรื่องของบัตรเครดิตนั้น หลายๆคนมีความเห็นว่า บัตรเครดิตเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความฟุ่มเฟือย แต่จากข้อมูลแล้วจะเห็นได้ว่าจำนวนฐานลูกค้าบัตรเครดิตของแต่ละสถาบันการเงินหลายๆแห่งต่างก็มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในทุกๆปี อะไรคือปัจจัยที่สำคัญในการทำให้คนตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตแต่ละใบและทำให้จำนวนเพิ่มมากขึ้นขนาดนั้น และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอีกมาก

ผลจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางนโยบายการตลาดของสถาบันการเงินต่างๆ ส่วนในระดับสังคมนั้น ผลของงานวิจัยชิ้นนี้จะบอกได้ว่าคนวัยทำงานตอนต้นมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตอย่างไรกันบ้าง ในส่วนของพฤติกรรมการใช้ก็จะส่งผลกระทบต่อตรงอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในภาคเอกชนตั้งแต่ขนาดย่อมลงมา เพราะเมื่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตมีความถี่มากขึ้น ร้านค้าก็จะหันมารับบัตรเครดิตกันมากขึ้นด้วย

บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์				
ชื่อธนาคาร	จำนวนบัตรสิ้นปี 2543	เป้าหมายขยายฐานบัตรปี 2544	รายการส่งเสริมการขาย	อัตราดอกเบี้ยต่อปี
ซิตี้แบงก์	500,000	70,000-100,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและลดค่าธรรมเนียม 50 % ในปีแรก	26%
ฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้	82,000	120,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก	25.25%
กรุงเทพ	320,000	80,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก	17.5%
กสิกรไทย	310,000	40,000	ไม่มี	17.75%
กรุงไทย	120,000	30,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก	17.75%
กรุงศรีอยุธยา	70,000	3 แสนภายใน 2 ปี	ฟรีตลอดชีพ	23%
ไทยพาณิชย์	200,000	100,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก แลกมกรเป่า 1 ใบ	18%
เอเชีย	40,000	40,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก ปีถัดไปใช้จ่ายถึงเกณฑ์ ฟรีอีก 1 ปี	17%
ทหารไทย	90,000	-	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก ปีถัดไปใช้จ่ายเกิน 4 หมื่นบาทฟรีอีก 1 ปี	18.25%
แสดนครา์คชาเร์เดอรด์นครชน	120,000	-	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและลดค่าธรรมเนียม 50 % ในปีแรก แลกกระเป่าเดินทาง 2 ใบ	24.5%
ดีบีเอส ไทยทนู	10,000	-	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า	15.75%
ศรีนคร	15,000	รปท. ห้ามขยายสินเชือ	-	-
นครหลวงไทย	20,000	10,000	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมปีแรก	19%
ยูโอบี รัตนลิน	-	-	ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมฟรีตลอดชีพ โดยค้องใ้จ่าย 1 ครั้งค้อเดือน	17%

*** ที่มา หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, 2 มิถุนายน 2544

จะเห็นได้ว่า ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งต่างก็มุ่งมั่นที่จะเพิ่มจำนวนฐานสมาชิกบัตรในปริมาณที่สูงมาก เมื่อเป็นเช่นนี้ การแข่งขันในตลาดก็ย่อมสูงมากเช่นกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริโภคจะต้องมีความระมัดระวังในการเลือกรับสื่อที่เกี่ยวกับบัตรเครดิต เพื่อให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการเลือกใช้บัตรเครดิตแต่ละใบ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

มีผู้ให้คำจำกัดความของบัตรเครดิตไว้ดังนี้

อำนาจ ลียาทิพย์กุล (2531) กล่าวว่า “บัตรเครดิต คือ บัตรเล็กๆที่ทำด้วยพลาสติก ใช้เพื่อแสดงหลักฐานว่า เป็นผู้ที่มีสิทธิในการใช้บัตร เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆเพื่อเป็นเงินเชื่อ บัตรนี้จะระบุชื่อบริษัทผู้ออกบัตร เลขที่บัตร ชื่อ และลายเซ็นของผู้ถือบัตร บางบริษัทจะมีรูปถ่ายของผู้ถือบัตรติดอยู่ด้วย เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือการทุจริต”

บัตรเครดิต “เป็นบัตรที่สถาบันการเงินออกให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก เพื่อใช้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการโดยไม่ต้องจ่ายเงินทันทีที่ร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตนั้น นอกจากนี้ผู้ถือบัตรยังสามารถเบิกเงินจากธนาคารพาณิชย์เป็นสมาชิกของบัตรเครดิต ได้ภายในวงเงินที่กำหนดไว้” (ประมวลคำศัพท์การเงินการธนาคารและการลงทุน, 2531)

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นนี้ เป็นการวิจัยเพื่อแสวงหาข้อเท็จจริงกับคนวัยทำงานตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 24-35 ปี ทำงานในหน่วยงานรัฐบาล รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน หรือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน หรือ 180,000 บาทต่อปี ที่มีบัตรเครดิต ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายการตลาดที่สำคัญเนื่องจาก คนในวัยนี้ เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมนำกระแสสังคม และเป็นกลุ่มที่มีแนวคิดใหม่ๆ เนื่องจากหลายคนมีการศึกษาในระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป และคนกลุ่มนี้ก็เพิ่งจบการศึกษาและมีบัตรเครดิต 1-2 ใบ การที่คนกลุ่มนี้เลือกบัตรเครดิตหนึ่งเป็นบัตรเครดิตใบแรกของตนเองนั้น อาจหมายถึงการถือบัตรเครดิตนั้นไปตลอดก็เป็นได้

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมายในฐานะผู้ใช้ และศึกษาเหตุผลในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิต กลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บัตรเครดิตและในฐานะผู้รับข้อมูลข่าวสารโดยตรง เพื่อสามารถวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการสื่อสารที่ธนาคารผู้ออกบัตรดำเนินอยู่ นอกจากนี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ✓
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรและ การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น
4. เพื่อศึกษาตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดที่จะนำมาอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น
2. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น
3. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต เป็นตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น กลุ่มที่เลือกศึกษาก็จะเน้นไปที่กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาท ต่อเดือน หรือ 180,000 บาทต่อปี ขึ้นไป เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตซึ่งมีผลมาจากการส่งสารของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิต รวมทั้งปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อทราบลักษณะการเปิดรับข่าวสารและเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในฐานะผู้รับสาร

สำหรับเหตุผลที่เลือกศึกษากลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่มีอายุระหว่าง 24-35 ปี นั้นเนื่องจากคนกลุ่มนี้คือเป้าหมายหลักของตลาดบัตรเครดิต เนื่องจากคนกลุ่มนี้จะมีวิถีการดำรงชีวิตที่ทันสมัยยอมรับสิ่งใหม่ๆ ได้ง่าย และมีคุณสมบัติที่สามารถเป็นสมาชิกบัตรเครดิตได้ นอกจากนี้ที่เลือกเขตกรุงเทพมหานคร เพราะการขยายตัวของตลาดบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพฯ ยังสามารถขยายได้อีกมาก และธุรกิจบัตรเครดิตในกรุงเทพฯ ก็มีอัตราการขยายตัวที่สูงและสื่ออื่นๆ ก็เป็นไปอย่างเต็มรูปแบบมากกว่าจังหวัดอื่นๆ อีกด้วย

นิยามศัพท์

ปัจจัยลักษณะทางประชากร หมายถึงตัวแปรต่อไปนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. รายได้ หมายถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุด
5. อาชีพ หมายถึง ทำงานในหน่วยงานรัฐ, รัฐวิสาหกิจ, เอกชน หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว

เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต หมายถึง สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายนำมาคำนึงถึงก่อนที่จะเลือกสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของสถาบันการเงินใดสถาบันหนึ่ง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้จำแนกเหตุผลเลือกใช้บัตรเครดิตออกมาเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1. สถาบันการเงินผู้ออกบัตร ซึ่งรายละเอียดในเหตุผลเรื่องสถาบันการเงินมีดังนี้

- มีความมั่นคง
- มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
- มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- เคยใช้บริการด้านอื่นๆ หรือคนรู้จักเคยใช้บริการมาก่อน.
- มีบริการที่รวดเร็ว
- มีสาขาจำนวนมาก
- มีสาขาอยู่ในทำเลที่ไปมาได้สะดวก
- สาขามีการตกแต่งสถานที่สวยงาม
- สาขาใกล้บ้าน
- จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต

2. รูปลักษณ์ของบัตรเครดิต

- รูปแบบและสีสันสวยงาม ทันสมัย
- มีรูปของท่านติดบนบัตร.
- ตัวบัตรมีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน เฉพาะตัว

3. คุณสมบัติของบัตรเครดิต

- แสดงความเป็นผู้นำ
- แสดงความทันสมัย
- แสดงความมีฐานะ
- สะดวกในการซื้อสินค้าไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก
- ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการ
- สามารถถอนเงินสดล่วงหน้าผ่านบัญชีบัตรเครดิต
- สามารถถอนเงินสดจากบัญชีเงินฝากผ่านเครื่อง เอทีเอ็ม
- เลือกชำระค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรได้หลายวิธี เช่น ตัดบัญชีอัตโนมัติ จ่ายผ่านตู้ เอทีเอ็ม
- สามารถใช้บริการสอบถามบริการข้อมูลการเงินต่างๆทางโทรศัพท์ได้
- สามารถชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านเครื่องเอทีเอ็มได้ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ
- สามารถซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ (Mail Order) ได้
- สิทธิในการผ่อนชำระขั้นต่ำ 10%
- สิทธิในการทำบัตรเสริม
- สิทธิในการขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ
- สิทธิได้รับความคุ้มครองความเสียหายกรณีบัตรหายหรือบัตรถูกขโมย
- สิทธิคุ้มครองการซื้อกรณีสินค้าที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตเสียหายจากอุบัติเหตุหรือสูญหาย
- สิทธิคุ้มครองกรณีเครื่องบินหรือกระเป๋าชำรุด
- สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ
- อัตราค่าธรรมเนียมของบัตรเครดิต
- วงเงินการให้สินเชื่อ
- ระยะเวลาการชำระเงินปลอดดอกเบี้ย
- อัตราดอกเบี้ย

4. การส่งเสริมการขาย

- รายการชิงโชค
- จัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม
- ลดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า

- ฟรี ค่าธรรมเนียมบัตรหลัก
- ฟรี ค่าธรรมเนียมบัตรเสริม
- สะสมคะแนนแลกของกำนัล
- สะสมคะแนนแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ
- สะสมคะแนนแลกคืนเป็นตัวเครื่องบิน
- สะสมคะแนนแลกคืนเป็นเงินสด
- สะสมคะแนนแลกคืนเป็นค่าธรรมเนียมในปีต่อไป
- โปรแกรมผ่อนชำระค่าเดินทาง
- สิทธิพิเศษเกี่ยวกับความบันเทิงเช่น การแสดงต่างๆ

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การอ่าน การฟัง การรับชม ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จากสื่อต่างๆเช่น สื่อมวลชน (การอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังวิทยุ การดูโทรทัศน์) สื่อเฉพาะกิจ การจัดนิทรรศการ การจัดงานการกุศล ตลอดจนสื่อบุคคล (การพูดคุยกับพนักงานขาย เพื่อนญาติพี่น้อง)

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารการตลาดต่างๆเกี่ยวกับบัตรเครดิต เช่น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต อัตราค่าธรรมเนียมของบัตรเครดิต ช่องขายสาขาที่ออกบัตร และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ฯลฯ จากสื่อต่างๆใดก็ได้ สื่อบุคคล สื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ วารสารและนิตยสาร สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อเฉพาะกิจ เช่น อินเทอร์เน็ต จดหมาย แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง

บัตรเครดิตภายในประเทศ หมายถึง บัตรเครดิตที่มีขอบเขตการใช้เฉพาะภายในประเทศเท่านั้น

บัตรเครดิตวีซ่า หมายถึง บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินซึ่งได้ลิขสิทธิ์คำว่า *VISA* มาจากบริษัท **VISA International** จำกัด ซึ่งจะมีชื่อของธนาคารนั้นๆและเครื่องหมาย *VISA* อยู่บนบัตร สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการได้ตามร้านค้าทุกแห่งทั่วโลกที่มีเครื่องหมาย ยินดีรับบัตร *VISA*

บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด หมายถึง บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินซึ่งได้ลิขสิทธิ์คำว่า *Mastercard* มาจากบริษัท *Mastercard International* ซึ่งจะมีชื่อของธนาคารนั้นๆ และเครื่องหมาย *Mastercard* อยู่บนบัตร สามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการได้ตามร้านค้าทุกแห่งทั่วโลกที่มีเครื่องหมาย ยินดีรับบัตร *Mastercard*

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยนี้ จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบาย หรือแผนการสื่อสารของบัตรเครดิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลการวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับนโยบายในการดำเนินการของประเภทธุรกิจ อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน