บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การติดต่อซื้อขายในสังคมมนุษย์ยุคแรก ๆ นั้น เริ่มจากการนำสินค้าชนิดหนึ่งมาแลก-เปลี่ยนกับสินค้าอีกชนิดหนึ่ง เรียกว่า Barter System ต่อมามนุษย์ได้นำโลหะมีค่า เช่น ทอง เงิน มาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ซึ่งการแลกเปลี่ยนยังคงไม่คล่องตัวนัก และจนถึงปัจจุบันสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนได้วิวัฒนาการจนเป็นเหรียญกษาปณ์และธนบัตร ซึ่งได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของบุคคลและเอื้ออำนวยต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่บุคคลต่างยอมรับกันโดยทั่วไป (ชุติมา คำปุ้ย, 2533)

ในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคม มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปมาก การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคขยายตัวรวดเร็ว และความต้องการของผู้บริโภคก็ย่อมพัฒนาไปมากเช่นเดียวกัน บุคคลเริ่มต้องการความสะดวกสบายในการใช้จ่าย ดังนั้นพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอย จึงเปลี่ยนรูปแบบไป โดยที่การใช้เงินสดจะลดน้อยลง แต่จะหันมานิยมใช้สิ่งที่แทนเงินสดกันมากขึ้น (สรุป-ข่าวธุรกิจ, 2533)

ธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทมากที่สุดต่อการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและการเงินในสังคม ก็ได้พัฒนาบริการหลายประเภท เพื่อตอบสนองแบบแผนการบริโภคที่เปลี่ยนแปรไป ตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีควบคู่กับมาตรฐานการครองชีพที่ดี กล่าวคือ เดิมธนาคารจะเน้นที่การระดมเงินฝากแล้วนำเงินฝากนั้นไปให้กู้ยืมต่อ โดยธนาคารได้กำไรจากส่วนต่างระหว่างดอกเบี้ยที่ได้รับจากเงินกู้กับดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายให้กับผู้ฝาก แต่ต่อมาธนาคารได้หันเหความสนใจไปสู่ธุรกิจด้านการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น (นภพร เรืองสกุล, 2529)

ภายใต้ภาวะการแข่งขันของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่รุนแรงในปัจจุบัน ประชาชนจึงมีโอกาสเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่ง หรือธนาคารใดธนาคารหนึ่งได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าบริการหรือ

ธนาคารใดที่สามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้มากกว่ากัน การประกอบการของธนาคารสมัยใหม่จึงเปลี่ยนโฉมการเน้นกำไรจากปริมาณการขายเป็นการเน้นการสร้างผลกำไรจากการให้บริการที่ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการ (ประจวบ อินอ๊อด, 2531)

บัตรเครดิต เป็นบริการทางการเงินประเภทหนึ่ง ได้เข้ามาเป็นสื่อกลางในการแลก-เปลี่ยนที่ใช้เป็นตัวแทนของเงิน ซึ่งอำนวยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย และทำให้บุคคลสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยไม่ต้องจ่ายเงินสดทันที บัตรเครดิตที่แต่ละธนาคารออกมานั้นมีวัตถุ-ประสงค์หลัก ๆ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มรายได้ทางด้านค่าธรรมเนียมรับให้กับธนาคาร
2. เพื่อสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร
3. เพื่อเพิ่มภาพพจน์ของธนาคารในการที่มีบริการครบทุกประเภทให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการได้

<u>ความหมายของบัตรเครดิต</u>

คำว่า เครดิต (Credit) ตรงกับภาษาไทยว่า สินเชื่อ มาจากภาษาลาติน Credere แปลว่า เชื่อถือ เครดิต หมายถึง ความเชื่อถือหรือความน่าเชื่อถือ ตัวอย่างเช่น ลูกค้าสัญญาว่าจะจ่ายเงินให้และผู้ขายก็เชื่อในสัญญานั้น เพราะลูกค้าเป็นคนมีเครดิตและสัญญานั้นน่าเชื่อถือ ผู้ขายจึงอนุญาตให้ลูกค้านำสินค้าไปได้โดยมีสิ่งของมีค่าจับต้องได้เป็นของแลกเปลี่ยน (Sender, 1972)

นอกจากนี้ มีนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า Credit มาจากคำภาษาลาติน Credo ซึ่งเป็นคำผสมระหว่างคำภาษาสันกฤต Crad แปลว่า ความเชื่อถือไว้วางใจ กับคำภาษาลาติน do แปลว่า ทำให้เกิดหรือมอบ จะเห็นได้ว่าที่มาของคำว่าสินเชื่อนั้นมาจากรากฐานเดียวกัน คือความเชื่อถือและไว้วางใจ จึงได้มีผู้กำหนดความหมายของสินเชื่อไว้หลายลักษณะ ดังนี้ (ดารณี พุทธ-วิบูลย์, 2530)

ในแง่ของการค้า สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือที่ผู้ขายมีต่อผู้ซื้อ และยอมมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อไปก่อนโดยไม่ต้องชำระเงินสด แต่มีสัญญาการชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการ

นั้นในวันข้างหน้า ตามการตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะความเป็นลูกหนี้และเจ้าหนี้ตามมา

ในแง่ของผู้บริโภค สินเชื่อ หมายถึง ความสามารถที่จะได้สินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยตกลงว่าจะนำเงินมาชำระค่าสินค้าหรือบริการในภายหน้า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น อาจนำมาสรุปสาระสำคัญสำหรับความหมายของสินเชื่อได้ว่า เป็นความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้สินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาการชำระคืนในอนาคต หรืออาจกล่าวได้ว่า สินเชื่อ หรือเครดิต เป็นความไว้วางใจที่บุคคลมีต่อกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ และการที่บุคคลใดได้รับการยอมรับว่าเป็นคนมีเครดิต นับได้ว่าบุคคลผู้นั้นเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจจากบุคคลอื่น ให้เป็นผู้มีสิทธิเหนือบุคคลทั่วไป ในบางกรณี

บัตรเครดิต มีผู้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

อำนวย ลียาทิพย์กุล (2531) กล่าวว่า "บัตรเครดิต คือบัตรเล็ก ๆ ที่ทำด้วยพลาสติก ใช้เพื่อแสดงหลักฐานว่า เป็นผู้มีสิทธิในการใช้บัตร เพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เป็นเงินเชื่อ บัตรนี้จะระบุชื่อบริษัทผู้ออกบัตร เลขที่บัตร ชื่อและลายเซ็นของผู้ถือบัตร บางบริษัทจะมีรูปถ่ายของผู้ถือบัตรติดอยู่ด้วย เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือทุจริต"

บัตรเครดิต "เป็นบัตรที่สถาบันการเงินออกให้แก่ผู้ที่เป็นสมาชิก เพื่อใช้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการโดยไม่ต้องจ่ายเงินทันทีกับร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตนั้น นอกจากนี้ผู้ถือบัตร ยังสามารถเบิกเงินจากธนาคารพาณิชย์ที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตได้ภายในวงเงินที่กำหนดไว้" (ประมวลคำศัพท์การเงินการธนาคารและการลงทุน, 2531)

ดังนั้น "บัตรเครดิต" จึงเป็นตราสารทางการเงินชนิดหนึ่ง ที่เป็นเครื่องยืนยันได้ว่า ผู้ที่ถือบัตรเครดิตนี้ เป็นผู้มีเครดิตดี โดยการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ออกบัตร และยังเป็นหลักฐานที่แสดงว่า เจ้าของบัตรเครดิตนี้จะได้รับสินเชื่อผู้บริโภค (Consumer Credit) สำหรับการซื้อสินค้า และบริการจากผู้ขายในระยะเวลาหนึ่ง (ฐานเศรษฐกิจ ฉบับพิเศษ, 2533)

บัตรเครดิตที่ใช้กันในปัจจุบันเป็นบัตรพลาสติกที่ประกอบไปด้วย แถบแม่เหล็ก เพื่อบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตรและรหัสที่ผู้ออกบัตรกำหนดให้ (Magnetic Stipe) แถบเซ็นชื่อเจ้าของบัตร

(Signature Panel) การพิมพ์ตัวนูนชื่อ นามสกุล และรหัสผู้ถือบัตร (Embossing) การฝังภาพของผู้ถือบัตรหรือภาพสามมิติลงบนตัวบัตร (Picture Engraving)

ความเป็นมาของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตในรูปของบัตรบริษัทได้ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกราวปี ค.ศ. 1920 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทน้ำมันใหญ่ ๆ และกลุ่มโรงแรมชั้นนำได้ออกบัตรเครดิตให้กับลูกค้า เพื่อใช้ซื้อหาสินค้าและบริการต่าง ๆ ในเครือข่ายของบริษัทตนเท่านั้น

ต่อมาในปี ค.ศ. 1950 "สโมสรไดเนอร์ส" (Diners Club) ได้ก่อตั้งขึ้นมาจากจุดเริ่มแรกที่นายแฟรงค์ เอ็กซ์ แมคนามาร่า (Frank X. McNamara) พร้อมด้วยเพื่อนกลุ่มหนึ่งได้ปรึกษาหารือกับนักกฎหมายชื่อ ราล์ฟ อี ชไนเดอร์ (Ralph E. Schneider) เพื่อร่วมกันออกเครดิตการ์ดสำหรับสมาชิกใช้ประจำตัว โดยมีสมาชิกเริ่มแรกเพียง 200 ราย และมีร้านค้าที่ยอมรับการ์ดเพียง 29 แห่งเท่านั้น แต่ในระยะเวลาไม่นานนักสโมสรไดเนอร์สก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจนถึงระดับชาติ จนกระทั่งสามารถขยายสาขาไปทั่วยุโรปได้

ในปี ค.ศ. 1951 ธนาคารแฟรงคลิน เนชั่นแนล (Franklin National Bank) ได้นำแผนบัตรเครดิต (หรือบัญชีเงินเชื่อ) มาใช้กับร้านค้าปลีก ซึ่งได้อำนวยความสะดวกแก่ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมในแผนบัตรเครดิตเป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะธนาคารรับผิดชอบเต็มที่ในด้านสินเชื่อ ธนาคารรับภาระในการพิจารณาตรวจสอบฐานะเครดิตของลูกค้าก่อนที่จะอนุมัติให้เครดิตแก่ลูกค้าโดยการออกบัตรเครดิตให้ และลูกค้าสามารถใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าหรือบริการได้แทนเงินสด สำหรับร้านค้าปลีกที่ร่วมในโครงการนี้ เมื่อขายสินค้าหรือบริการได้ จะทำใบสลิปขายสินค้า (Sales Slips) ขึ้น และให้ผู้ถือบัตรเซ็นชื่อในใบนี้ และรวบรวมใบสลิปขายสินค้ามาฝากเข้าบัญชีของธนาคาร ธนาคารจะเครดิตเข้าบัญชีโดยหักค่าส่วนลด ซึ่งธนาคารได้ตกลงกับร้านค้าที่ร่วมในแผนนี้ไว้ล่วงหน้าแล้ว

แผนบัตรเครดิตของธนาคารแฟรงคลินได้ขยายตัวอย่างแพร่หลาย ธนาคารได้อนุญาตให้ธนาคารอื่นใช้แผนบัตรเครดิตของธนาคารได้ และในปี ค.ศ. 1958 ธนาคารเชส แมนฮัตตัน (Chase Manhattan) ในนิวยอร์ค และธนาคารแห่งอเมริกา (Bank of America) ใน

แคลิฟอร์เนีย ก็ได้ส่งเสริมระบบบัตรเครดิตขึ้นครั้งใหญ่ ซึ่งนับเป็นก้าวแรกของการขยายตัวในระบบบัตรเครดิตโดยธนาคารต่าง ๆ ออกไปอย่างกว้างขวาง (อำนวย ลียาทิพย์กุล, 2531)

และในปี ค.ศ. 1959 ธนาคารแห่งอเมริกา ก็ได้ออกบัตรแบงค์อเมริการ์ด (Bank Americard) ซึ่งต่อมาในปี ค.ศ. 1974 ก็ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบัตรวีซ่า (Visa Card) ภายหลังการรวมตัวกันของกลุ่มธนาคารสมาชิกแบงค์อเมริการ์ด แล้วตั้งเป็น "วีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล" (Visa International)

ปี ค.ศ. 1966 ธนาคารในแถบตะวันออกของประเทศสหรัฐอเมริกา ร่วมกับ เวลล์-ฟาร์โก ออกบัตรเครดิตชื่อ Master Charge ซึ่งก็คือ Master Card ในปัจจุบัน

<u>บัตรเครดิตในประเทศไทย</u>

บัตรเครดิต เริ่มมีใช้เป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2512 ในนามของบริษัทไดเนอร์คลับ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร สมาชิกในปีแรกมีอยู่ประมาณ 150 รายเท่านั้น และเป็นนักบริหารอาวุโสแทบทั้งสิ้น นอกจากนี้ ก็มีร้านค้าที่เป็นสถานที่รับบัตรเพียงไม่กี่ราย (โสมนัส ณ บางช้าง, 2530)

หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2515 ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารศรีนคร ได้ร่วมกันออกบัตรเครดิตสำหรับใช้ในประเทศโดยเฉพาะ มีชื่อเรียกว่า บัตรเครดิตอเนกประสงค์ (Multi-Purpose Credit Card) ในระยะแรก บัตรเครดิตไม่ได้รับความนิยมเท่าใดนัก เนื่องจากประเทศไทย เป็นสังคมเงินสด (Cash Society) ร้านค้าต่าง ๆ ก็ยังไม่ให้ความเชื่อถือว่าบัตรเครดิตจะเทียบเท่าการชำระค่าสินค้าและบริการด้วยเงินสด ตลอดจนความเข้มงวดในการออกบัตรแก่ลูกค้าของธนาคารเองด้วย ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบของบริการธนาคาร รวมถึงการปรับปรุงบัตรเครดิตให้ดึงดูดความสนใจมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ผลักดันให้บุคคลเริ่มมีการยอมรับวัฒนธรรมของสังคมเงินพลาสติก (Card Society) บัตรเครดิตจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย (สาวิตร สาประเสริฐ, 2533)

บัตรเครดิตที่มีใช้อยู่ในประเทศไทย สามารถแบ่งออกตามลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้ (ปฏิภาณ ศรีสังวาล, 2533)

1. แบ่งตามลักษณะของผู้ออกบัตร

1.1 Bank Card เป็นบัตรที่ออกโดยธนาคาร เช่น บัตรวีซ่า บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

1.2 Company Card เป็นบัตรที่ออกโดยบริษัทซึ่งทำธุรกิจบัตรเครดิต เป็นบัตรเครดิตที่ใช้เพื่อการเดินทางและความบังเทิง (Travel and Entertainment Card : T&E Card) เช่น บัตรไดเนอร์สคลับ บัตรอเมริกันเอ็กซเพรส

2. แบ่งตามลักษณะการให้เครดิต

2.1 Credit Card เป็นบัตรที่ให้วงเงินในการใช้ เช่น การให้วงเงินในการเบิกเงินสดส่วนหนึ่ง และวงเงินในการนำไปซื้อสินค้าอีกส่วนหนึ่ง การให้เวลาระยะหนึ่งหลังการใช้บัตรโดยไม่เสียดอกเบี้ยถ้าชำระภายในวันที่กำหนด บัตรดังกล่าว เช่น มาสเตอร์การ์ด บัตรวีซ่า

2.2 Charge Card เป็นบัตรที่ไม่กำหนดวงเงินการใช้ แต่กำหนดระยะเวลาชำระเงินคืน โดยไม่เสียดอกเบี้ย

2.3 Debit Card เป็นบัตรที่ไม่มีวงเงินการใช้ ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดโดยผ่านระบบโอนเงิน ณ จุดขาย หรือ EFT-POS (Electronic Fund Transfer at the Point of Sales) เช่น บัตร เอ.ที.เอ็ม. ของธนาคารต่าง ๆ

3. แบ่งตามลักษณะและพื้นที่การใช้

3.1 บัตรเครดิตภายในประเทศ (Local Credit Card) เป็นบัตรเครดิตที่มีขอบเขตการใช้เฉพาะภายในประเทศเท่านั้น บัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารหรือกลุ่มธนาคารร่วมมือกันในการออกบัตร มีดังต่อไปนี้

3.1.1 บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ มี 2 แบบ คือ บัตรธรรมดา และบัตรทอง

3.1.2 บัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย มี 2 แบบ คือ บัตรคลาสสิค และบัตรทอง

3.1.3 บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา

3.1.4 บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย มี 2 แบบ คือ บัตรเขียว และบัตรชมพู (บัตรทอง)

3.1.5 บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ มี 2 แบบ คือ บัตรโพธิ์เงิน และ บัตรโพธิ์ทอง

3.1.6 บัตรเครดิตชวัญนคร (ธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชย์การ ธนาคารทหารไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารสหธนาคาร ธนาคารศรีนคร ในนาม บริษัททุนรวมการ จำกัด) มี 2 แบบ คือ บัตรเงิน และบัตรทอง

3.2 บัตรเครดิตสากล (International Credit Card) ผู้ถือบัตรเครดิตสากลสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการได้ทั่วโลก จากร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ของบัตรเครดิตชนิดนั้นติดอยู่ ได้แก่

3.2.1 Visa Card มี 2 แบบ คือ บัตรคลาสสิค กับพรีเมียร์ ปัจจุบันมีผู้ออกบัตรเป็นธนาคารพาณิชย์ 10 แห่ง คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารสหธนาคาร ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารศรีนคร และ ซิตี้แบงค์

3.2.2 Master Card มี 2 แบบ คือ บัตรเงิน และบัตรทอง ปัจจุบันมีผู้ออกบัตรเป็นธนาคารพาณิชย์ 5 แห่ง คือ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เรียกว่า Lady's Card ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย ธนาคารศรีนคร เรียกว่า MS Card หรือ มาสมัวแชล การ์ด

3.2.3 Diners Card โดยมี บริษัท ไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) เป็นผู้ออกบัตร ต่อมา ธนาคารนครธน ได้เข้ามาเป็นสมาชิกผู้ออกบัตรอีกราย เป็นบัตรเครดิตที่ไม่มีบัตรเงิน บัตรทอง เพราะเป็นบัตรที่ใช้ได้ไม่จำกัดถ้าผู้ถือบัตรสามารถชำระเงินได้เมื่อครบกำหนด

3.2.4 American Express ในประเทศไทยมีเพียง 2 แบบ คือ บัตรเขียว และ บัตรทอง แต่ในต่างประเทศยังมีแบบที่ 3 คือ Platinum ผู้ออกบัตรนี้ในไทย คือ บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส (ไทย) จำกัด

3.2.5 JCB เป็นบัตรเครดิตญี่ปุ่น ออกโดย Japan Credit Beureau มี 2 แบบ คือ บัตรเงิน และบัตรทอง โดยมีธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นตัวแทนผู้ออกบัตรในไทย

3.3 บัตรเครดิตเฉพาะกิจ เป็นบัตรเครดิตที่ออกโดย ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า เพื่อให้เครดิตแก่ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกเท่านั้น มีขอบเขตการใช้จำกัดมาก เพราะใช้ได้ในสถานที่ของผู้ออกบัตรเท่านั้น เช่น

3.3.1 บัตรเครดิตเซ็นทรัล (Central Card) มีแบบเดียว ใช้ได้ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลทุกสาขา และร้านค้าที่อยู่ในพลาซ่าของเซ็นทรัล เป็นบัตรเครดิตที่ใช้ลดราคาสินค้าได้ด้วย

3.3.2 Golf Card เป็นบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดที่พัฒนาโดยธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นบัตรเครดิตที่ให้สิทธิพิเศษแก่กลุ่มนักกอล์ฟ โดยมีโครงการร่วมกับมาสเตอร์การ์ดใน 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และไทย ผู้ถือบัตรสามารถเล่นกอล์ฟในสนามของประเทศดังกล่าวที่รับมาสเตอร์การ์ดได้

3.3.3 บัตรเครดิตจิม ทอมป์สัน ออกโดยธนาคารไทยพาณิชย์ ร่วมกับ จิม ทอมป์สัน เป็นมาสเตอร์การ์ด คู่กับบัตรเครดิตโพธิ์เงิน-โพธิ์ทอง ออกให้กับลูกค้าของจิม ทอมป์สันและเมื่อนำบัตรมาซื้อสินค้าที่ จิม ทอมป์สัน จะได้รับส่วนลดพิเศษอีกต่างหาก นอกเหนือไปจากคุณสมบัติเดิมของบัตรทั้งสอง

3.3.4 Affinity Card เป็นบัตรเครดิตโพธิ์เงิน โพธิ์ทอง ของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ออกให้กับผู้ถือบัตรจากหน่วยงานต่าง ๆ หรือลูกค้าของห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เช่น การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย การประปานครหลวง การประปาส่วนภูมิภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่าเรือแห่งประเทศไทย บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย ชมรมห้างสรรพสินค้าภูธร ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ฯลฯ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>บัตรเครดิตชวัญนคร</u>

สภาพการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ ได้กระตุ้นให้ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็ก หันมาสนใจในธุรกิจบัตรเครดิตมากขึ้น เพื่อให้เกิดบริการครบวงจร แต่การออกบริการบัตรเครดิตต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ความแตกต่างทางเทคโนโลยีของการผลิตตัวบัตรที่เพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายของการให้บริการแพงขึ้นตามไปด้วย

และปัญหาอีกประการหนึ่งคือ การแข่งขันทางการตลาดกับธนาคารหรือองค์กรที่มีธุรกิจบัตรเครดิตมานานมีเครือข่ายจุดขายเป็นสมาชิกร้านค้ามากมาย ธนาคารแต่ละแห่งอาจไม่สามารถรับภาระตามลำพังได้ ดังนั้น การที่ธนาคารร่วมมือกันออกบัตรเครดิต โดยมีบริษัทแกนกลางเป็นผู้ประสานงาน จึงช่วยลดระดับการแข่งขันและลดค่าใช้จ่ายลง

ด้วยเหตุนี้ "บัตรเครดิตชวัญนคร" บัตรเครดิตในประเทศจึงได้เกิดขึ้นจากการรวมตัวของธนาคารพาณิชย์ 6 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชย์การ ธนาคารทหารไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารศรีนคร และธนาคารสหธนาคาร ร่วมกันจัดตั้ง บริษัททุนรวมการ จำกัด เพื่อเป็นบริษัทกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างธนาคาร เพื่อให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวในการให้บริการแก่ผู้ถือบัตรและร้านค้า โดยอาศัยเครือข่ายสาขาของธนาคารสมาชิกเกือบ 700 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งเป็นการลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจต่าง ๆ โดยเริ่มให้บริการบัตรเครดิตชวัญนคร ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2533 เป็นต้นไป

<u>ประเภทบัตรเครดิตชวัญนคร และวงเงินสินเชื่อ</u>

บัตรเงิน วงเงินสินเชื่อ ไม่เกิน 50,000 บาท

บัตรทอง วงเงินสินเชื่อ ตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป

บัตรเสริม เฉลี่ยวงเงินสินเชื่อจากบัตรหลัก

<u>สิทธิประโยชน์จากการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนคร</u>

1. ชำระค่าสินค้าและบริการ แทนเงินสดได้

2. เบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากเครื่อง เอ.ที.เอ็ม. (ATM) ในเครือข่ายสยามเน็ท (SIAM NET) ทั่วประเทศ และจากธนาคารสมาชิก 700 สาขาทั่วประเทศ

3. ให้ระยะเวลาค้างชำระเงินนานถึง 45 วัน

4. ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถเลือกผ่อนชำระยอดหนี้ในแต่ละเดือน (Revolving Credit) คือ ชำระ 10% ของยอดหนี้ ขั้นต่ำ 500 บาท

5. การชำระเงิน

- ชำระผ่านบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน
- ชำระด้วยเช็ค เงินสด ธนาณัติ

6. การประกันภัย

- ประกันบัตรหาย กรณีบัตรสูญหาย และมีผู้นำบัตรไปใช้จนได้ผล ผู้ถือบัตรรับผิดชอบความเสียหายในวงเงินขั้นต่ำ 800 บาทแรก
- ประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง กรณีใช้บัตรซื้อตั๋วโดยสารยานพาหนะสาธารณะใด ๆ ที่ได้รับอนุญาตให้รับจ้างขนส่งโดยสารและมีตารางเส้นทางการเดินทางที่กำหนดแน่นอน มีทุนประกันบัตรเงิน วงเงิน 1 ล้านบาท บัตรทอง วงเงิน 2 ล้านบาท โดยกรมธรรม์คุ้มครองคู่สมรส และบุตร ธิดาอายุต่ำกว่า 23 ปี

7. สามารถสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ได้ (Mail Order) ผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรสั่งซื้อสินค้าที่ไม่มีวางขายตามท้องตลาดได้ในราคาพิเศษ และสินค้าบางประเภทยังสามารถผ่อนชำระเป็นรายเดือนได้อีกด้วย

จากธุรกิจบัตรเครดิตที่ได้ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกในประเทศสหรัฐอเมริกาและเข้ามาเผยแพร่สู่ประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2512 มาจนถึงปัจจุบันนี้ ธุรกิจบัตรเครดิตได้กลายเป็นบริการทางการเงินที่มีการแข่งขันและอัตราการขยายตัวสูงสุด กล่าวคือ สถาบันต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต พยายามเสนอจุดเด่น และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน เพื่อจูงใจให้มีผู้รู้จัก เห็นประโยชน์ของการใช้สอย ตลอดจนสร้างความนิยมและความเชื่อถือให้มีมากขึ้น (ชุติมา คำปุ้ย, 2533) ซึ่งธุรกิจบัตรเครดิตนี้ สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาระบบการชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่จะให้มีการปรับปรุงระบบการชำระเงินให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ด้วยการลดบทบาทของสังคมเงินสด โดยใช้ระบบการโอนเงินทางอิเลคทรอนิกส์หรือตราสารการเงินอื่น ๆ แทน (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, 2533)

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวนผู้ถือบัตรเครดิตในประเทศ 343,500 บัตร โดยผู้ออกบริการบัตรเครดิต มีเป้าหมายในสิ้นปี 2533 สูงถึง 500,000 บัตร ส่วนยอดผู้ถือบัตรเครดิตระหว่างประเทศ มีประมาณ 206,343 บัตร และมีเป้าหมายในสิ้นปี 2533 ประมาณ 250,000

บัตร เมื่อรวมยอดบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีประมาณ 548,843 บัตร และหากรวมยอดเป้าหมายในสิ้นปี 2533 ของบัตรทั้งสองชนิดเข้าด้วยกันแล้วจะมีจำนวนสูงถึง 750,000 บัตร (สาวิตร สาประเสริฐ, 2533)

บัตรเครดิตนับว่าเป็นสิ่งที่ค่อนข้างจะทันสมัยในประเทศไทย เป็นสื่อกลางในการแลก-เปลี่ยนที่ช่วยพัฒนาระบบการชำระเงิน และเปลี่ยนแปลงสังคมที่ใช้เงินสดในการซื้อสินค้า (Cash Society) มาเป็นสังคมที่ใช้บัตรซื้อสินค้า (Card Society) ทำให้ระบบการชำระเงิน สะดวก ปลอดภัย และทันสมัยขึ้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าบัตรเครดิตเป็นนวกรรมที่เข้ามาสู่ประเทศไทยเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว โดยการเผยแพร่บัตรเครดิตในช่วงแรกนั้น เป็นการแนะนำหรือให้ความรู้แก่ประชาชนว่าบัตรเครดิตคืออะไร และมีประโยชน์อย่างไร เฉพาะในหมู่ประชาชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง โดยขณะนั้นจะมีแต่เฉพาะบัตรเครดิตต่างประเทศ หลังจากนั้นเมื่อประมาณ 5 ปีที่ผ่านมา บัตรเครดิตก็ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และในปัจจุบันธุรกิจบัตรเครดิตมีการแข่งขันสูงมาก เนื่องจากภาวะการขยายตัวของความต้องการใช้บัตรเครดิตมีลักษณะก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจบัตรเครดิต ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ประชาชนทั่วไปมีความเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของบัตรเครดิตมากขึ้น ตลอดจนการที่บัตรเครดิตเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนที่ได้รับการต้อนรับจากธุรกิจหลายประเภท

จากปัจจัยเกื้อหนุนต่าง ๆ นี้ บัตรเครดิตจึงกลายเป็นธุรกิจที่มีผู้สนใจกันมาก มีผู้ออกบัตรทั้งที่เป็นบริษัทและสถาบันการเงินต่าง ๆ เป็นผลให้ตลาดบัตรเครดิตมีความคึกคักมากขึ้นเพราะในการหาลูกค้านั้น ผู้ออกบัตรต่างก็แข่งขันกันในด้านการให้บริการ มีการส่งจดหมายเชิญชวนไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เสนอเงื่อนไขที่จูงใจลูกค้าเป็นพิเศษ มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจุดเด่นของบัตรเครดิต เพิ่มสิทธิประโยชน์ของบัตรให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกบัตรเครดิต

เหตุที่เลือกศึกษาบัตรเครดิตชวัญนคร เนื่องจาก บัตรเครดิตชวัญนคร เป็นบัตรเครดิตภายในประเทศ ที่ถูกเผยแพร่ในระยะแรก ตลอดจนเป็นบัตรเครดิตที่ออกโดยความร่วมมือของธนาคารพาณิชย์ไทย 6 แห่ง ทำให้จำนวนสมาชิกกระจายตัวกันอย่างกว้างขวาง

ในการพัฒนาโดยทั่วไป การนำนวกรรมใด ๆ มาใช้ เป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมให้ดีขึ้น ถ้าสมาชิกในสังคมยอมรับและนำไปใช้ แต่การที่บุคคลจะยอมรับนวกรรมหรือไม่นั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับการใช้สื่อต่าง ๆ ในการเผยแพร่แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นเกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับนวกรรม

การวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อ และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครของชาวกรุงเทพมหานครนี้ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารงานนวกรรม ดังนั้น องค์ประกอบทางด้านการสื่อสารต่าง ๆ จึงมีบทบาทสำคัญในการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวกรรมนั้น ๆ เพื่อที่จะได้ทราบถึงบทบาทของสื่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรมบัตรเครดิตและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติหรือแก้ไขข้อบกพร่อง ในเรื่องการติดต่อสื่อสารหรือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผนงานเผยแพร่นวกรรมประเภทอื่นต่อไป

<u>วัตถุประสงค์ในการวิจัย</u>

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบัตรเครดิต และพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิตกับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

3. เพื่อทราบถึงความแตกต่างของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกบัตรเครดิตตามระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

4. เพื่อทราบถึงความแตกต่างในบทบาทของการชักจูงใจระหว่าง สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ตามระดับการยอมรับบัตรเครดิต

<u>ปัญหานำการวิจัย</u>

1. คุณลักษณะของบัตรเครดิต มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตอย่างไร

2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมแบบใดของสมาชิกที่ช่วยส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับบัตรเครดิต

3. พฤติกรรมการสื่อสารแบบใดของสมาชิก ที่ช่วยส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับบัตรเครดิต

4. สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีบทบาทต่อการตัดสินใจยอมรับบัตรเครดิตของสมาชิกต่างกันหรือไม่

สมมติฐานในการวิจัย

1. คุณลักษณะของบัตรเครดิตขวัญนคร มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

2. พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร

3. สมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครที่แตกต่างกัน

4. สมาชิกบัตรเครดิตขวัญนครที่ได้รับการจูงใจจากสื่อที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนครที่แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

คุณลักษณะของบัตรเครดิต หมายถึง ผลดีของการใช้บัตรเครดิตขวัญนคร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้เงินสด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร ในที่นี้ ประกอบด้วย

1. ผลดีทางด้านการเงิน หมายถึง
   - การใช้บัตรชำระค่าสินค้าหรือบริการ แทนเงินสดได้ โดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย
   - สามารถผ่อนชำระค่าสินค้า หรือบริการได้
2. ผลดีทางด้านความสะดวกปลอดภัย หมายถึง
   - ใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดล่วงหน้าได้จากเครื่อง เอ.ที.เอ็ม.
   - สามารถสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- การใช้บัตรเพิ่มความคล่องตัว สะดวกสบาย เมื่อต้องการซื้อสินค้าหรือบริการทันที
- การพกบัตรให้ความปลอดภัยมากกว่าการนำเงินสดติดตัว
- การประกันภัย ประกันบัตรหาย และประกันอุบัติเหตุในการเดินทาง กรณีใช้บัตรซื้อตั๋วเดินทาง

3. ผลดีทางด้านสังคม หมายถึง การที่บุคคลได้รับการพิจารณาให้เป็นผู้ถือบัตร ถือว่าบุคคลนั้น ได้รับการยอมรับและยกย่องว่าเป็นผู้มีเครดิตดี ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ในที่นี้ หมายถึงตัวแปรต่อไปนี้

1. เพศ
2. อายุ หมายถึง อายุ 20-65 ปี
3. รายได้ หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
4. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุด
5. สถานภาพทางครอบครัว หมายถึง โสด แต่งงาน หย่า แยกกันอยู่ หม้าย
6. อาชีพ หมายถึง อาชีพรับราชการ ทำงานในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว
7. การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน หมายถึง การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ประเภทบ้าน รถยนต์
8. ทัศนคติต่อการกู้ยืมเงิน หมายถึง การมีทัศนคติที่ดีต่อการกู้ยืมเงิน ไม่เห็นว่าการกู้ยืมเงินเป็นเรื่องน่าเสียหาย

พฤติกรรมการสื่อสาร ในที่นี้ หมายถึง

1. การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
2. การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเดินทางไปต่างถิ่น
3. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หมายถึง ความบ่อยครั้งในการติดต่อกับพนักงานของธนาคารพาณิชย์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. การเข้าถึงสื่อบุคคล หมายถึง ความบ่อยครั้งในการพูดคุยสังสรรค์กับบุคคลอื่น

5. การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับนวกรรม หมายถึง ความบ่อยครั้งในการติดตามข่าวสาร เกี่ยวกับวิทยาการ สินค้าและบริการใหม่ ๆ จากแหล่งข่าวต่าง ๆ

สื่อ (Media) หมายถึง แหล่งข้อมูลหรือพาหะที่นำข่าวสารข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับบัตรเครดิตไปยังสมาชิกบัตรเครดิต ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

- สื่อมวลชน (Mass Media) ในที่นี้ หมายถึง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

- สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ในที่นี้ หมายถึง แผ่นพับใบสมัครบัตรเครดิต โปสเตอร์ สติกเกอร์ ที่จัดทำขึ้นโดยผู้ออกบัตรเครดิต

- สื่อบุคคล (Interpersonal Media) ในที่นี้ หมายถึง เพื่อน ญาติพี่น้อง และพนักงานของธนาคาร

การยอมรับบัตรเครดิตขวัญนคร หมายถึง การสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตขวัญนคร และหมายรวมถึง ระดับการยอมรับ ซึ่งประกอบด้วย การใช้เวลาตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต และความคิดเห็นที่มีต่อบัตรเครดิต

<u>ข้อจำกัดของการวิจัย</u>

เนื่องจากการวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีบัตรเครดิตขวัญนคร เฉพาะสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร และมุ่งศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของบัตรเครดิต สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกบัตรเครดิต และสื่อที่สมาชิกใช้เท่านั้น ดังนั้น จึงไม่สามารถนำผลของการวิจัยนี้ไปอธิบาย เรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับบัตรเครดิตทั่วไปได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวางทั้งประเทศ

017335

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัยนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะบัตรเครดิตในประเทศ ที่มีชื่อว่า "บัตรเครดิตชวัญนคร" ซึ่งเป็นบัตรเครดิตซึ่งออกโดยความร่วมมือของธนาคารพาณิชย์ 6 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพฯ พาณิชย์การ ธนาคารทหารไทย ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารมหานคร ธนาคารศรีนคร และธนาคารสหธนาคาร

2. กำหนดให้เขตกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ทำการวิจัย เนื่องจากเป็นเขตที่มีการแข่งขันการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และมีการชักจูงเพื่อสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ สูง

3. ศึกษาเฉพาะสมาชิกบัตรเครดิตชวัญนครของ 6 ธนาคาร เฉพาะสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นสมาชิกที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งหมด 36 เขต ได้แก่ เขตพระโขนง ประเวศ คลองเตย บางกะปิ บึงกุ่ม ลาดพร้าว บางเขน จตุจักร ดอนเมือง มีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน บางขุนเทียน จอมทอง ราษฎร์บูรณะ ภาษีเจริญ หนองแขม พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ปทุมวัน สัมพันธ์วงศ์ บางรัก ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ยานนาวา สาธร บางคอแหลม ห้วยขวาง ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางพลัด บางกอกใหญ่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยนี้ จะนำมาซึ่งแนวทางในการวางนโยบาย หรือแผนการเผยแพร่และพัฒนาทางการตลาด บัตรเครดิตภายในประเทศของธนาคารพาณิชย์

2. ผลการวิจัย อาจเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อผู้สนใจ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและเผยแพร่บัตรเครดิตภายในประเทศและนวกรรมอื่น

3. ผลการวิจัยนี้ จะเป็นการเพิ่มพูนแนวความคิดและการวิจัยในสาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารงานนวกรรม