

บทคัดย่อ

174424

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : การเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน : นางสาวนพรัตน์ จิตติตระกูลวงศ์

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา : 2545

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :

- | | |
|--|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ อติ ไทยานันท์ | ประธานกรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ อัมรินทร์ พงศ์ นัฏราคม | |
| 3. รองศาสตราจารย์ สุกัญญา ตันธนวัฒน์ | |

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาเหตุผลและปัจจัยส่งเสริมที่มีผลต่อการเลือกถือเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษามาใช้เพื่อการปรับปรุง การพัฒนารูปแบบ และการส่งเสริมการขายของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต โดยให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ศึกษาโดยใช้วิธีการออกแบบสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 360 คน เป็นผู้บริโภคที่ถือบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ไทย และบริษัทผู้ออกบัตรชาร์จ์การ์ดในประเทศไทย มีอายุระหว่าง 18-60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยการทดสอบแบบไคสแควร์ (chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่กำหนด คือ ปัจจัยส่วนบุคคลกับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่เห็นต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตนั้น ๆ

จากการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกถือเลือกใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 360 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการถือบัตรเครดิตคือ เพื่อต้องการเพิ่มความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายในระยะสั้น ๆ (ไม่ต้องจ่ายในทันทีทันใด) เป็นเหตุผลสำคัญ และปัจจัยส่งเสริมในการเลือกถือบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่ คือ อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และรายปี เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คำนึงถึงเมื่อต้องการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตในปีถัดไป

จากการศึกษาดังกล่าวยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตเมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตในด้านอื่น ๆ ที่นำมาพิจารณากับระดับการศึกษาพบว่าไม่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์เหตุผลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตต่อในปีถัดไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยพิจารณากับระดับรายได้ พบว่าเหตุผลต่าง ๆ เหล่านั้นไม่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต ฉะนั้นสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจึงควรมีสิ่งดึงดูดใจผู้ถือบัตรในเรื่องอื่น ๆ เพิ่มเติมให้ต่างจากผู้ออกบัตรเครดิตรายอื่น เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าไว้ต่อไป

ผลการวิเคราะห์เหตุผลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บัตรเครดิตต่อในปีถัดไปของกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณากับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าเหตุผลเพื่อส่วนลดจากร้านค้าต่าง ๆ และการได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีถัดไปเท่านั้นที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตต่อในปีถัดไปของกลุ่มตัวอย่าง

สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตจึงควรปรับกลยุทธ์ในการหาลูกค้ารายใหม่ โดยควรจะมีข้อเสนอหรือสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรตามเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรอย่างสม่ำเสมอ ส่วนลูกค้ารายเก่าจะต้องรักษาไว้แม้ว่าจะทำให้ธนาคารไม่มีโอกาสได้รับค่าธรรมเนียมรายปีจากลูกค้ารายนั้นเลยแม้แต่ปีเดียวก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจบัตรเครดิตทำให้ผู้ถือบัตรจะเลือกใช้บริการเฉพาะบัตรที่เอื้อสิทธิประโยชน์สูงสุดเท่านั้น จึงน่าจะถึงเวลาที่สถาบันผู้ออกบัตรควรจะหันมาทบทวนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อขยายจำนวนบัตรเครดิต โดยเสนอบริการรวมทั้งสิทธิประโยชน์ที่ครอบคลุมและแตกต่างจากผู้ออกบัตรเครดิตรายอื่น เพื่อความคงอยู่ของลูกค้ารายเก่า และความสม่ำเสมอในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภค

ABSTRACT

174424

Thesis Title : Consumer Selection of Credit Card in Bangkok Area

Student's Name : Miss Nopparat Thititrakulwong

Degree Sought : Master of Economics

Academic Year : 2002

Advisory Committee :

- | | |
|---|-------------|
| 1. Assoc. Prof. Ati Thaiyanan | Chairperson |
| 2. Assoc. Prof. Asambhinabong Shatragom | |
| 3. Assoc. Prof. Sukanya Tantanawat | |

The objective of this thesis is to ascertain reasons and factors which consumers have towards the selection of credit cards to be held. The results obtained from this thesis will be used to improve, develop and enhance the Marketing Strategy of Credit Card Issuers in accordance to Consumers' Behavior and also their Needs.

To collate the information needed for this thesis, 360 people with the age in the bracket of 18-60 years old who reside in Bangkok and hold one or more credit cards issued by either local commercial banks or charge-card companies, were chosen to respond to the questionnaire. Employing the "Chi-Square" test, a test to determine the correlation two variables, the effects of the personal factors to the selection of credit card and marketing strategy which influences the selection of credit card, were found out.

From the study of behavior of the sample of 360 credit card holders, the main reason in holding credit card is to increase the flexibility of short-term expense i.e. do not have to pay immediately. The other factor that has an influence on the renewal of credit card membership is the entrance and annual fee.

In Consideration of Education level of the sample, only Interest Rate is a factor influent the selection of credit card. Other factors have no any effects toward their selection.

From the analysis, there is no any factor effecting to sample decision in renewal of credit card (in case the sample's income is determined). Therefore, Credit card issuers should have distinguish privileges to draw the attention of and maintain existing customer.

In addition, Gaining Discount from various stores and Exemption of annual fee are the only factors influent to the decision of sample (consider career) in renewal of credit card.

Conclusively, credit card issuer should apply Marketing Strategy that can secure new customers by offering the privilege to the customers. Credit card issuers should keep existing customer even though they have not received any annual fee from customer. Among extreme competition of credit card business, credit card holders will choose the only card that provides the best benefits. It is a time for credit card issuers to review the marketing strategy for expanding credit card holders by offering a variety & distinguish of privilege to sustain the existing customer and the stability of their usage.