

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาวะที่ประชาชนและภาคธุรกิจมีความเชื่อมั่นต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยอย่างแข็งแกร่งและมองเห็นแนวโน้มความเป็นไปได้ที่เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องยั่งยืน ผนวกกับความพยายามของภาครัฐ ที่ต้องการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคเอกชนด้วยการผ่อนผัน ลดหย่อนกฎเกณฑ์ในการให้สินเชื่อที่เคยเข้มงวดมากในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจตามแนวทางนโยบายประชานิยม จึงส่งผลให้ประชาชนจำนวนมากใช้จ่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การหดยืมเงินในอนาคตมาใช้ก่อน ได้กดดันให้ภาวะหนี้สินของภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า สิ้นปี 2558 ยอดหนี้ ภาคครัวเรือนอยู่ที่ 68,279 บาท กระทบปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 82,485 บาท หรือเพิ่มขึ้น 20.8% ส่วนหนึ่งเกิดจากการกู้ยืมผ่านบัตรเครดิต และสินเชื่อบุคคล ยอดบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นจากประมาณ 1.9 ล้านบัตรในไตรมาส 1 ปี 2559 ขึ้นมาเป็นประมาณ 6.7 ล้านบัตร ณ สิ้นปี 2559 ยอดหนี้คงค้างของบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นหลายหมื่นล้านบาท โดยหนี้จำนวนนี้ส่วนหนึ่งเป็นหนี้ของประชาชนที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ชปท.) ระบุว่าเป็นผู้มีรายได้น้อย และน่าเป็นห่วงเรื่องความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคต (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559, ออนไลน์)

ดังนั้น ในวันที่ 23 มี.ค. 2558 ที่ผ่านมา ชปท. จึงได้ออกมาตรการเพิ่มเติม โดยมีเป้าหมายที่จะลดความร้อนแรงของธุรกิจบัตรเครดิต และจำนวนหนี้ ที่ประชาชนจะมีโอกาสก่อขึ้นผ่านการให้สินเชื่อบัตรเครดิตอีกครั้ง หลังจาก ที่พยายามส่งสัญญาณเตือนมาโดยตลอด นับแต่ที่ได้มีการแก้กฎผ่อนปรนให้ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสใช้บัตรเครดิตมากขึ้น กระนั้นก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของมาตรการข้างต้น หลายท่านคงตั้งคำถามว่า ชปท. ออกมาตรการครั้งนี้เพื่ออะไร และคาดหวังอย่างไร เพราะมาตรการที่ออกมา นอกจากจะไม่เข้มงวดตามที่ ชปท. ประกาศ ไว้ก่อนหน้านี้แล้ว ตรงกันข้าม มาตรการ ที่ออกมากลับเปิดช่องทาง และสร้างโอกาส ให้ธุรกิจบัตรเครดิต ขยายตัว ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ที่สำคัญการสร้างแรงกดดัน ครั้งนี้ ผลักดันประชาชนให้ใช้บริการสินเชื่อ อุปโภคบริโภค ที่ต้องเสียอัตราดอกเบี้ยที่สูงมาก อันเป็นการสวนทางกับนโยบายรัฐบาล ที่ต้องการดึงประชาชนออกจากวงจรของนายทุนเงินกู้ยืมในระบบ (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 หน้า 11)

หากเทียบจำนวนบัตรเครดิต ณ สิ้นปี 2558 ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 2,567,961 บัตร กับตัวเลขล่าสุด ในปัจจุบัน สิ้นปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 6,735,000 บัตร โดยเป็นบัตรเครดิตของระบบธนาคารพาณิชย์ 4,224,000 บัตร และของบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน 2,511,000 บัตร จะเห็นตัวเลขที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ซึ่งการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วดังกล่าว มาจากการประกาศผ่อนคลายนโยบายการควบคุมบัตรเครดิต ของ ธปท. ในช่วงเดือน พ.ย. 2545 นั้นเอง โดยประกาศให้ไม่มีการกำหนดรายได้ขั้นต่ำ ทำให้รายได้ขั้นต่ำของผู้สมัครบัตรเครดิตลดลงจาก 15,000 บาทต่อเดือน เป็นต่ำสุด 5,000-7,500 บาทต่อเดือน ส่งผลให้ล่าสุด มีผู้ถือบัตรเครดิตซึ่งมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และบัตรเครดิตของบุคคลที่ไม่มีรายได้ประจำ รวมกันทั้งสิ้นสูงถึง 2,371,000 บัตร โดยผู้ประกอบการบัตรเครดิต ได้คาดการณ์ว่าในปี 2559 นี้จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกจากปี 2560 ประมาณ 10% หมายความว่า จะมีบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นประมาณ 670,000 บัตร ณ สิ้นปี 2559 หากมองถึงภาระหนี้จากบัตรเครดิตของประชาชน นับว่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน จากยอดสินเชื่อ คงค้าง ณ สิ้นปี 2559 ที่ 41,018.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 76,193.07 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2559 ตัวเลขดังกล่าวเป็นเพียงตัวเลขหนึ่งในระบบธนาคารพาณิชย์เท่านั้น ยังไม่รวมหนี้ของธุรกิจที่ไม่ใช่ สถาบันการเงิน และมีหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (เอ็นพีแอล) จำนวน 3.4% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559, ออนไลน์)

แม้ว่ายอดหนี้คงค้าง และเอ็นพีแอลของ สินเชื่อบัตรเครดิต จะยังไม่สูงมากเมื่อเทียบกับระบบสินเชื่อโดยรวม แต่ตัวเลขบัตรเครดิต ที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากและการเปรียบเทียบมาตรการดูแลธุรกิจบัตรเครดิตของ ประเทศอื่น เช่น ประเทศเกาหลีใต้ที่กำหนดให้หนี้ เอ็นพีแอล ของธุรกิจบัตรเครดิต มีสัดส่วนห้ามเกินกว่า 3% จึงทำให้ธนาคารกลางของประเทศไทย ต้องออกมาแสดงบทบาทของตนเอง และเมื่อ ธปท. ได้ศึกษาพบว่า มีหลายประเทศเช่น เกาหลีใต้และไต้หวัน กำลังมีตัวเลขหนี้ภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กระทั่งมีสัญญาณว่า จะไม่สามารถชำระหนี้ได้โดยสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการปล่อยให้ธุรกิจบัตรเครดิตขยายตัวรุนแรงจนเกินไป ขณะที่การศึกษาพฤติกรรม การใช้จ่าย และการก่อหนี้ของคนไทยพบว่า เริ่มจะเข้าสู่การไม่มีวินัยทางการเงินมากขึ้น ทำให้ ธปท. ประกาศคุมเข้มอีกครั้งในวันที่ 23 มี.ค. 2547 โดยกำหนด รายได้ขั้นต่ำของผู้มีคุณสมบัติในการมีบัตรเครดิตใหม่ที่ 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสาระสำคัญของประกาศฉบับใหม่ ได้เพิ่มความเข้มงวดคุณสมบัติของผู้มีบัตรเครดิต ในส่วนที่มีรายได้ประจำไม่ถึง 15,000 บาทต่อเดือน โดยให้ใช้เงินฝากในบัญชีธนาคารเป็นหลักประกันเพิ่มขึ้น จากเดิมที่ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของผู้ให้บริการเป็นตัวกำหนดว่า ผู้ที่ได้รับอนุมัติ จะต้องมิเงินฝากในบัญชีไม่น้อยกว่า 6 เดือน และเป็นเงินที่เพียงพอต่อการชำระหนี้ได้ โดยห้ามนำเอาเงินในบัญชีและรายได้มารวมกันเพื่อให้ครบคุณสมบัติที่ ธปท. กำหนด อีกทั้งยังกำหนดการต่ออายุบัตรเก่าของผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จะทำได้ก็ต่อเมื่อผู้ถือมีประวัติการชำระหนี้ที่ดี โดยในรอบ 1 ปีย้อนหลังไม่เคยผิดนัดเกินกว่า 2 ครั้ง แต่ละ

ครั้งไม่เกิน 30 วัน ส่วนการผ่อนส่ง จากเดิมที่กำหนดให้จ่ายขั้นต่ำได้ 5% ของยอด คงค้าง ก็ให้เพิ่มเป็น 10% แต่ผ่อนผันให้เริ่มใช้กับผู้ถือบัตรรายเก่าในอีก 3 ปีข้างหน้า หรือในปี 2561 (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับวันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 2559 หน้า 11)

ตัวเลขบัตรเครดิตประจำไตรมาส 3 ปี 2558 ยังคงบ่งชี้ถึงการขยายตัวของปริมาณบัตรเครดิตและยอดสินเชื่อคงค้าง ในขณะที่ปริมาณการใช้ผ่านบัตรลดลงเล็กน้อย จากการศึกษาการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิต ในช่วงหลังการออกมาตรการกำหนดเพดานอัตราดอกเบี้ยที่ 18% และการกำหนดรายได้ขั้นต่ำไว้ที่ 15,000 บาทต่อเดือน หรือในช่วงระหว่างไตรมาส 4 ปี 2558 ถึงไตรมาส 1 ปี 2559 พบว่า กลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทยมีการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตมากที่สุด กล่าวคือ มีการขยายตัวของฐานบัตรเครดิต และปริมาณการใช้ผ่านบัตรสูงที่สุด เมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวของตลาดโดยรวม สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของรายได้จากค่าธรรมเนียมที่ตามมา ในขณะที่ยอดสินเชื่อคงค้างมีการขยับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ถึงแม้จะมีการเติบโตของยอดใช้จ่ายที่มาก ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นถึงลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีการจ่ายชำระแบบเต็มจำนวน ขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นสาขาธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ถึงแม้ว่าจะมีการขยายตัวของปริมาณการใช้ผ่านบัตรน้อยกว่ากลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทย แต่จากยอดคงค้างต่อบัตรที่อยู่ในระดับที่สูงกว่า ก็น่าที่จะส่งผลให้ธนาคารกลุ่มนี้ จะมีแหล่งรายได้จากดอกเบี้ยที่ค่อนข้างมาก ส่วนสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ หรือ Nonbank นั้นมีความโดดเด่นของขนาดหรือฐานลูกค้า โดยเป็นผู้ประกอบการที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดของปริมาณบัตรและยอดสินเชื่อคงค้างที่มากที่สุดในกลุ่มผู้ประกอบการ แต่หากพิจารณาการใช้จ่ายต่อบัตรแล้วจะพบว่าอยู่ในระดับที่น้อยที่สุดในกลุ่มผู้ประกอบการ จึงอาจสะท้อนได้ส่วนหนึ่งว่า ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ มีการให้วงเงินโดยเฉลี่ยที่น้อยกว่าผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ รวมทั้งอาจเป็นได้ว่า การขยายฐานบัตรของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ มุ่งหวังผลในการขยายฐานลูกค้าเพื่อเสนอสินเชื่อประเภทอื่นๆ ด้วย นอกเหนือจากบัตรเครดิต ได้แก่ สินเชื่อเงินสด สินเชื่อเงินผ่อน เป็นต้น (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจฉบับวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 หน้า 7)

สำหรับแนวโน้มการดำเนินการในปี 2559 นั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ณ ปลายปี 2559 ปริมาณบัตรเครดิตทั้งระบบจะอยู่ที่ประมาณ 8.6 ล้านบัตร เติบโตประมาณ 28% จากปีก่อน โดยเป็นการขยายตัวในอัตราเร่งขึ้น หากเทียบกับการขยายตัวที่ 20% ในปีก่อน ขณะที่ปริมาณการใช้ผ่านบัตรทั้งปีน่าจะอยู่ที่ประมาณ 4.35 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 23% จากปีก่อน ที่ 3.53 แสนล้านบาท ส่วนยอดคงค้างสินเชื่อบัตรเครดิต คาดว่าจะอยู่ที่ประมาณ 1.23 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าประมาณ 30% ใกล้เคียงกับอัตราการขยายตัวในปีก่อน ดังนั้น ในภาพรวมแล้ว ศูนย์วิจัยกสิกรไทยถึงเห็นว่า ธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2559 จะยังคงเติบโต โดยการขยายฐานบัตรจะมีความ

เข้มข้นขึ้น จากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ รวมไปถึงการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการภายใน เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการใหม่ของการซื้อขายและยอดสินเชื่อค้างยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีปัจจัยการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน ที่อาจส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อขายในระยะแรก หรือในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 ของปี 2559 ก็ตาม (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจฉบับวันอังคารที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 หน้า 7)

ภาวะการแข่งขันของแต่ละธนาคารในการทำให้ผู้บริโภครัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารมีการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นอัน เนื่องมาจากความต้องการกำไรสูงสุดอย่างไม่มีการสิ้นสุด ธนาคารต่าง ๆ จึงออกนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ทั้งการบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละธนาคารนั้น ๆ โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านบัตรเครดิตที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ รวมถึงธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการสินเชื่อด้านบัตรเครดิตกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดเดิมที่มีอยู่และการขยายส่วนแบ่งการตลาดใหม่ให้เพิ่มขึ้นจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมในส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือมีโปรโมชั่นส่งเสริมคะแนนแลกของกำนัน รวมถึงการแจกของสมนาคุณในครั้งแรกที่ทำการสมัครและมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นต้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559, ออนไลน์)

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด เนื่องจากเห็นว่าเมื่อสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ทักษะคน และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปเช่นกัน อีกทั้งจะได้นำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการบริการและดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่ใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา อันจะนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์เพื่อสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาด และยังเป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงาน การบริหารและแนวทางการทำตลาดได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด ของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด ของลูกค้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษารั้ครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการและชำระค่าบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในช่วงเดือน มิถุนายน 2559 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 196 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- อาชีพ
- ประเภทบัตรเครดิตที่ใช้

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา ประกอบด้วย

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา ค่าธรรมเนียม
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคลากร

- ด้านกระบวนการให้บริการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

3. ขอบเขตด้านเวลา

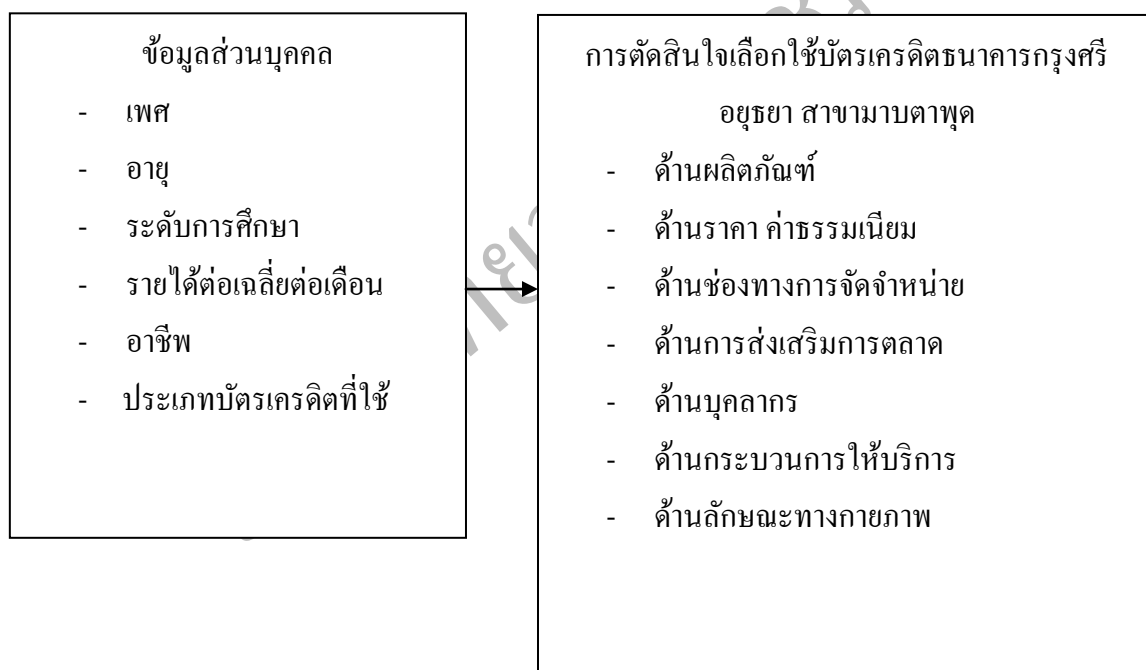
ศึกษาระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือน พฤษภาคม 2559

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามอบตาพุด ของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมอบตาพุด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555) และ Philip Kotler (2003) มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่า เป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร การตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญ และเกี่ยวข้องกับ หน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจ

บัตรเครดิต หมายถึง บัตรแสดงสิทธิของบุคคลที่มีความเชื่อถือในความสามารถในการชำระหนี้สินของผู้ถือบัตรนั้น ที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตออกให้ลูกค้าหรือสมาชิกตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนดและตกลงกัน โดยต้องมีกฎเกณฑ์เข้ามาพิจารณาการออกบัตรเครดิตให้แก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ว่าสมควรจะได้รับบัตรเครดิตหรือไม่ และมีวงเงินที่จะสามารถชำระหนี้สินหรือมีวงเงินที่จะได้รับความเชื่อถือว่าจะสามารถชำระหนี้ได้เป็นจำนวนเท่าใด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการจากร้านค้าสมาชิก รวมถึงสามารถใช้เบิกเงินสดล่วงหน้าในวงเงินที่ได้รับอนุมัติและมีการเรียกเก็บเงินภายหลัง

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา หมายถึง ธนาคารที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย และถูกควบคุมดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงการคลัง เป็นการประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา รายละเอียดมีดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง คุณลักษณะของบัตรเครดิต ได้แก่ รูปแบบของบัตรเครดิต ความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ออกบัตร รวมถึงวงเงินที่ได้รับอนุมัติเพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ

- ด้านราคา ค่าธรรมเนียม หมายถึง ระยะเวลาในการปลอดดอกเบี้ยของบัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยกรณีผ่อนชำระขั้นต่ำ อัตราค่าธรรมเนียมบัตร รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการใช้บัตรเครดิตชำระสินค้าและบริการ

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการชำระหนี้บัตรเครดิต กรณีส่วนลดเมื่อใช้คู่กับบัตรพันธมิตร การให้คำแนะนำของพนักงาน มีช่องทางหรือจุดชำระหนี้ที่หลากหลาย

- ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้บัตรเครดิต เช่น การผ่อนสินค้าออกเบี่ย 0% เป็นต้น

- ด้านบุคลากร หมายถึง ความสุภาพ ความมีมารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานของสถาบันบัตรเครดิต และพนักงาน call center และความเอาใจใส่ของพนักงาน

- ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง เอกสารที่ใช้ประกอบการขออนุมัติ ระยะเวลาในการจัดส่งใบแจ้งหนี้ มีระบบการป้องกันข้อมูลความเสียหายแก่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ

- ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง รูปแบบ สี สันมีความสวยงาม ใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเครื่องมือมีประสิทธิภาพ บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่สวยงาม

นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด หมายถึง นิคมอุตสาหกรรมซึ่งตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเล ณ ตำบลมาบตาพุด อำเภอเมือง จังหวัดระยอง ภายใต้การดูแลของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2524

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขามาบตาพุดของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยในการประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารกรุงศรีอยุธยา

3. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการบริหารงานด้านบัตรเครดิต และกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตให้มีประสิทธิภาพต่อไป