

บทที่ 3

ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

3.1 แหล่งกำเนิดของบัตรเครดิต

3.1.1 บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัท บัตรเครดิตชนิดแรกของโลกกำเนิดในประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1920 บริษัทน้ำมันและโรงแรมที่มีหลายสาขาเริ่มนำบัตรเครดิต (Courtesy Card) เข้ามาใช้ในการซื้อขายสินค้าและบริการเป็นเงินเชื่อ ซึ่งให้ความสะดวกแก่ผู้ไ้รถยนต์โดยไม่ต้องนำเงินสดติดตัวไปจำนวนมากเพื่อเติมน้ำมัน ด้วยวิธีการชำระผ่านบัตรและในช่วงสิ้นเดือนจึงเรียกเก็บเงินจากลูกค้าตามบัญชีที่ได้บันทึกเอาไว้ ในปี ค.ศ. 1950 บัตรเครดิตได้ดำเนินกิจการเป็นรูปร่างมากยิ่งขึ้น นำโดยชาวอเมริกัน 2 คน คือนาย Frank X. McNamara และนาย Ralph E. Schneider ร่วมกันออกบัตรเครดิตใบแรกของโลก คือ บัตรโตเนอร์สคลับ นาย Frank ได้ดัดแปลงมาจากการให้กู้ยืมเงินของบริษัทของตน วิธีการคือ ลูกค้าจะมีบัญชีเงินเชื่อ (บัตรเครดิต) กับร้านค้าปลีกต่างๆ เมื่อถึงเวลาชำระเงินลูกค้าหรือผู้ถือบัตรจะต้องชำระค่าสินค้าและดอกเบี้ย จากการดำเนินงานของบริษัทของนาย Frank พบว่าลูกค้าของตนไม่สามารถชำระหนี้ได้ นาย Frank จึงส่งเรื่องให้ทนายความคือนาย Ralph ให้ดำเนินการตามกฎหมาย ในปี ค.ศ. 1951 บัตรเครดิตได้ถูกปรับปรุงเพื่อนำมาใช้กับร้านค้าปลีกจนสามารถขยายเงินเชื่อได้มากขึ้น เนื่องจากมีธนาคารเข้ามารับผิดชอบด้านสินเชื่อ ธนาคารจะเข้ามาับภาระการพิจารณาตรวจสอบฐานะเครดิตของลูกค้าก่อนที่จะอนุมัติให้เครดิตแก่ลูกค้า ธนาคารจะเป็นผู้จัดการในด้านบัญชี การแจ้งหนี้ การรับชำระหนี้หรือชำระเงินสดกับธนาคาร หากผู้ถือบัตรชำระเงินเต็มจำนวน ผู้ถือบัตรจะไม่ต้องเสียดอกเบี้ย แต่หากผู้ถือบัตรชำระเพียงบางส่วน ธนาคารหรือผู้ออกบัตรจะคิดค่าธรรมเนียมดอกเบี้ยตามกฎหมายที่ได้กำหนดไว้ สำหรับร้านค้าที่รับบัตรเมื่อขายสินค้าจะทำใบสลิปขายสินค้า (Sales Slip) ขึ้นและให้ผู้ถือบัตรเซ็นชื่อกำกับไว้ ร้านค้าจะรวบรวมใบสลิปขายสินค้ามาฝากเข้า บัญชีของธนาคาร ธนาคารจะเครดิตเข้าบัญชีโดยหักค่าส่วนลดซึ่งธนาคารได้ตกลงไว้กับทางร้านค้าไว้ล่วงหน้า แผนบัตรเครดิตหรือบัญชีเงินเชื่อของ Frank National Bank ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนมีการอนุญาต (Licensing) ให้ธนาคารอื่นๆปฏิบัติตาม ในปี ค.ศ. 1958 ธนาคาร Chase Manhattan ในนิวยอร์กและธนาคารแห่งอเมริกาในแคลิฟอร์เนียได้ส่งเสริมระบบบัตรเครดิตเป็นครั้งใหญ่ นับเป็นก้าวแรก

ของการขยายตัวของบัตรเครดิต ในปี ค.ศ. 1960 ได้มีชาวต่างชาตินำบัตรเครดิตเข้ามาชำระตามร้านค้าและโรงแรมต่างๆ ในประเทศไทย บริษัทและห้างร้านจึงริเริ่มจัดตั้งบริษัทตัวแทนขึ้นมาเพื่อหาสมาชิกที่รับชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิตตามสถานบริการใหญ่ๆ ในปี ค.ศ. 1968 ไดเนอร์สคลับได้ริเริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาในประเทศไทยในลักษณะของ Travel and Entertainment Card (T&E) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับสมาชิกที่นิยมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ หรือสมาชิกที่เป็นนักธุรกิจซึ่งมีความจำเป็นต้องเดินทางระหว่างประเทศอยู่เสมอ ในระยะแรกบริษัทจัดตั้งในรูปแบบตัวแทนรับบัตรในประเทศไทย จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1969 จึงได้ตั้งบริษัทไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด นำโดยคุณ ชดช้อย โสภณพานิชย์และพี่ชายได้ร่วมกลุ่มเปิด ช้อยไฟแนนซ์คลับ เรียกว่า "ช้อยส์เอ็นเตอร์เทนเมนท์" ออกบัตรไดเนอร์สคลับที่เป็นแฟรนไชส์ของไดเนอร์สคลับเอเชีย เป็นบัตรเครดิตที่ไม่จำกัดวงเงินและเน้นการควบคุมปริมาณบัตรที่ออก ผู้ขอบัตรต้องมีผู้ค้ำประกันและหากเกิดความเสียหายผู้ค้ำประกันจะต้องรับผิดชอบ หลังจากบัตรไดเนอร์สเข้าตลาดได้ 12 ปี ได้เริ่มมีคู่แข่งคือบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสที่มีข้อได้เปรียบคือการมีเจ้าของคนเดียว เมื่อมีปัญหาสามารถแก้ไขได้ทันที ต่างจากบัตรไดเนอร์สที่มีปัญหาการดำเนินงานในรูปแบบธุรกิจสาขาไม่สามารถดูแลลูกค้าได้ทั่วถึง คือในประเทศไทยคนไทยดูแลแต่ไดเนอร์สคลับที่สิงคโปร์มีเจ้าของสิงคโปร์ดูแล ต่างฝ่ายต่างควบคุมไม่มีการเชื่อมโยง จนในปี ค.ศ.1983 บริษัท Citicorp บริษัทการเงินขนาดใหญ่ของสหรัฐอเมริกาได้ซื้อกิจการ Diners Club International ในประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทย โดยถือหุ้น 62% และได้เข้ามาปรับปรุงโครงสร้างการทำงานขยายกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเกรดเอและบีวอก มีการเริ่มสนับสนุนด้านการตลาดทำให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จากผู้ถือบัตรประมาณ 8,000 ราย ในปี 1983 เพิ่มเป็น 37,000 รายในปี 1989 และปัจจุบันมีผู้ถือบัตรไดเนอร์สประมาณ 80,000 ราย บัตร ไดเนอร์สคลับมี 2 ประเภท คือ บัตรไดเนอร์สคลับและบัตรไดเนอร์ส คลับรอยัลลอร์ดคิดพลัส

ในปี ค.ศ. 1958 บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส ได้กำเนิดขึ้นจากการขยายตัวของระบบธนาคา (Money Order) และเช็คสำหรับผู้เดินทาง (Travel's Cheque) ซึ่งให้ความสะดวกปลอดภัย บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสเข้ามาในประเทศไทยปี ค.ศ. 1981 (ต้นเดือนพฤศจิกายน) ตัวแทนบริษัทรายแรกคือ บริษัท เวิร์ลด์ทราเวลล์ และต่อมาคือ บริษัทซีทีวีร์ ร่วมมือกับธนาคารกรุงเทพถือหุ้นเท่ากันคือ 22.5% เข้ามาวางรากฐานในประเทศไทย กลุ่มลูกค้าของบัตรอยู่กลุ่มเดียวกับบัตรไดเนอร์สคลับและให้ความสำคัญต่อสถานบริการที่ให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ จุดขายของบัตรเครดิตคือ "เครือข่ายทั่วโลกติดต่อประชาสัมพันธ์ตลอด 24 ชั่วโมง 365 วัน ไม่มีวันหยุดและไม่มี

ลิมิตการใช้เงิน” นอกจากนี้สมาชิกจะได้รับบริการและช่วยเหลือจากสำนักท่องเที่ยวกว่า 1,500 แห่งใน 120 ประเทศ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสมี 2 รูปแบบคือ บัตรบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรบริษัท ต่อมาเมื่อธนาคารกรุงเทพออกบัตรเครดิตของตนเองทำให้อเมริกันเอ็กซ์เพรสมีปัญหาด้านบุคลากร คือมีปัญหาสมองไหลไปทำงานกับธนาคารกรุงเทพ จึงต้องมีการปรับตัวและส่งเสริมการขายให้สูงขึ้น

ปี ค.ศ.1960 ธนาคารเซสแมนฮัตตันได้ร่วมกับธนาคารแห่งอเมริกาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานพร้อมกับขยายระบบงานให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยออกบัตรเครดิต Bank Americard ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น วีซ่าการ์ด เพื่อเป็นที่ยอมรับของธนาคารอื่นๆ ที่ประสงค์จะเข้าร่วม บัตรวีซ่าการ์ดในประเทศไทยใช้ระบบการบริหารการร่วมมือระหว่างวิชาในต่างประเทศกับธนาคารต่างๆ ในประเทศไทย ธนาคารหลักที่สามารถออกบัตรวีซ่าได้คือ ธนาคารกสิกรไทย (ปี ค.ศ.1979) ธนาคารไทยพาณิชย์ (ปี ค.ศ.1981) ธนาคารทหารไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา (ปี ค.ศ.1988) ทั้ง 4 แห่ง สามารถออกบัตรวีซ่าได้ (Issuing) และในขณะเดียวกันสามารถจัดหาร้านค้าที่รับบัตร (Acquiring) ธนาคารร่วมที่สามารถออกบัตรในประเทศไทยมีอีก 4 แห่ง คือ ธนาคารสหธนาคาร (ปี ค.ศ. 1986) ธนาคารนครหลวงไทย (ปี ค.ศ.1988) ธนาคารมหานคร (ปี ค.ศ.1988) และ ธนาคารศรีนคร (ปี ค.ศ.1988) ซึ่งสามารถออกบัตรได้แต่ไม่สามารถหาร้านค้าได้ (Acquiring) ธนาคารที่ออกบัตรวีซ่าเหล่านี้ต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับธนาคารหลักคือ ธนาคารกสิกรไทย จนปี ค.ศ. 1990 ธนาคารนครหลวงไทยจึงเป็นสมาชิกออกบัตรหลัก ธนาคารซีทีแบงก์ไม่ได้้ออกบัตร ซีทีแบงก์วีซ่าเพื่อแข่งกับไดเนอร์สเนื่องจากมีบริษัทแม่เดียวกัน คือ บริษัทซีทีคอร์ป แต่ออกบัตรเพื่อให้ธนาคารซีทีแบงก์มีบริการครบวงจร และในปี ค.ศ. 1969 ธนาคารในแถบตะวันออกของสหรัฐอเมริกาได้ร่วมกับบริษัทเวลล์ฟาร์โก ออกบัตรเครดิตชื่อ Master charge ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนเป็นชื่อ มาสเตอร์การ์ด ในช่วงกลางปีค.ศ. 1974 ธนาคารกสิกรไทยได้สมัครเป็นสมาชิก International Card Association ทำการรับและออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ต่อมาในปี 1982 ธนาคารไทยพาณิชย์สมัครเป็นผู้ออกบัตรมาสเตอร์การ์ด เดือนเมษายนปี 1991 ธนาคารกรุงไทยร่วมมือกับบัตรมาสเตอร์การ์ดออกบัตร วันที่ 30 มกราคม 1992 ธนาคารซีทีแบงก์ออกบัตร “ซีทีแบงก์มาสเตอร์การ์ด” เจาะกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ เช่น บัณฑิตใหม่ ผู้บริหารธุรกิจ และนักวิชาการที่ประสบความสำเร็จในการทำงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และวันที่ 1 สิงหาคม 1995 ธนาคารกรุงเทพได้เริ่มให้บริการบัตรมาสเตอร์การ์ด ปี ค.ศ. 1995 วีซ่าการ์ดร่วมกับมาสเตอร์การ์ดและบริษัทยุโรป (Europay) ผลิตชิปการ์ด (Chip-card) ขึ้นมา ซึ่งสามารถนำไปใช้กับบริการต่างๆ โดยรายละเอียดบัญชีค่าใช้จ่ายต่างๆ จะถูกเก็บไว้บนการ์ดวีซ่า

เรียกว่า วีซ่าแคช (VISA Cash) ทั้งนี้จำนวนเงินในบัตรจะลดลงหลังการใช้จ่ายใช้สอย และสามารถนำไปเพิ่มเงินหรือทิ้งไปได้

3.1.2 บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ บัตรเครดิตของไทยเริ่มมีขึ้นในปี ค.ศ. 1972 โดยความร่วมมือระหว่างธนาคารกสิกรไทยและธนาคารศรีนครออกบัตรเครดิตที่ใช้ได้เพียงภายในประเทศ เรียกว่า บัตรเครดิตอเนกประสงค์ แต่เนื่องจากธนาคารกสิกรไทยมีความพร้อมด้านบริการสาขามากกว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้าที่มีบัญชีกับธนาคารกสิกรไทยรายได้ส่วนใหญ่จึงตกอยู่กับธนาคารกสิกรไทยมากกว่าธนาคารศรีนคร สภาพความเหลื่อมล้ำดังกล่าวเป็นสาเหตุให้มีการยกเลิกความร่วมมือทางธุรกิจบัตรเครดิตของสองธนาคาร ธนาคารกสิกรไทยออกมาทำบัตรเครดิตของตนเอง ในขณะที่ธนาคารศรีนครดูแลบัตรอเนกประสงค์ ธนาคารกสิกรไทยออกบัตรเครดิตที่ใช้ในประเทศในปี ค.ศ. 1985 มี 2 ประเภทคือบัตรเขียวและบัตรชมพู ธนาคารกสิกรไทยได้ร่วมมือกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวให้บริการแก่ผู้ถือบัตรสามารถนำบัตรไปใช้ซื้อสินค้าฝั่งลาว และได้ออกบัตรรูปแบบใหม่ 5 แบบที่ตั้งชื่อให้มีสิริมงคลออกมา คือ บัตรมังกรมีศรีสุข บัตรศิลป์ บัตรแก้วกานดา บัตรโลกใหม่ และบัตรพุ่มตานทอง เพื่อขยายความหลากหลายโดยเฉพาะบัตรมังกรมีศรีสุขที่ให้ความสำคัญตามแบบอย่างชาวจีน “ฮกหลกซิว” ในขณะที่บัตรโลกใหม่ให้ความสำคัญต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และแก้วกานดาที่เจาะตลาดในกลุ่มสุขภาพสตรี นอกจากนี้ธนาคารกสิกรไทยได้ร่วมมือกับบัตรเครดิตนิปปองชินบัน¹ คือให้บริการจัดหาร้านค้า (Acquiring) ให้แต่ไม่มีหน้าที่ออกบัตร (Issuing) ให้กับคนในประเทศไทย จุดขายของบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทยคือ บัตรที่มีเครือข่ายกว้างที่สุดทั่วประเทศไทย ร้านค้ารับบัตรมากที่สุดทุกจังหวัด 20,000 แห่งทั่วประเทศ ในปี 1992 ธนาคารได้ซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปเกี่ยวกับบัตร SEMAG จากตัวแทนในประเทศสิงคโปร์ เพื่อจัดระบบงานให้มีประสิทธิภาพ และได้ยกเลิกบัตรมังกรมีศรีสุข บัตรศิลป์ บัตรแก้วกานดา บัตรโลกใหม่ และบัตรพุ่มตานทอง เหลือเพียงบัตรธรรมดา ปลายปี 1994 ธนาคารได้ออกบัตรอัจฉริยะหรือสมาร์ทการ์ดและเพิ่มความปลอดภัยด้วยการถ่ายรูปติดบัตร ปัจจุบันธนาคารกสิกรไทยมีบัตรทั้งหมด 13 รูปแบบ คือ บัตรในประเทศ บัตรวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด รวมถึงบัตรที่ออกร่วมกับโรงพยาบาลวิภาวดี ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ โรบินสันไทยไดมารู บริษัทธนบุรีประกันรถยนต์ โตโยต้า บริษัทเอ็มซีซีสิทธิผล บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต บริษัทเซลล์ บริษัทแปซิฟิคคอร์ปอเรชั่น และร่วมกับแพทย์สภา

¹ นีปอน ชินบัน เป็นบัตรเครดิตที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น มีผู้ถือบัตรกว่า 16 ล้านรายร้านค้ารับบัตรในญี่ปุ่น 312,000 ร้าน

ธนาคารกรุงเทพ ออกบัตรเครดิตเป็นทางการวันที่ 1 พฤศจิกายน 1988 ออกบัตร 3 ประเภทคือ บัตรนำเงิน บัตรทอง และบัตรผู้นำ (บัตรแม่ทินัม) บัตรนำเงินของธนาคารมุ่งกลุ่มลูกค้ารายได้ปานกลาง กลุ่มลูกค้ารายย่อยที่มีบัญชีเงินฝากอยู่กับธนาคาร ซึ่งเป็นตลาดกลุ่มที่ใหญ่ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย บัตรทองมุ่งกลุ่มลูกค้าระดับสูงโดยใช้จิตวิทยาเข้าช่วยในการตลาด ส่วนบัตรผู้นำเป็นบัตรสูงที่สุดที่ธนาคารเลือกออกให้ผู้มีเกียรติ บัตรธนาคารกรุงเทพมีลักษณะพิเศษคือเป็นบัตรแรกที่มีชื่อบัตรไม่จำเป็นต้องมีบัญชีเงินฝากค้าประกันกับธนาคาร และสามารถทำ Revolving สินเชื่อหมุนเวียน นอกจากนี้มีการจัดหน่วยพิเศษสายบัตรเครดิตแนะนำขายบัตรในลักษณะ Corporate Card เจาะกลุ่มบริษัทที่มีความมั่นคง ช่วงต้นปี ค.ศ. 1993 ธนาคารกรุงเทพ ออกบัตรร่วมกับองค์กรธุรกิจและห้างสรรพสินค้า (Affinity Card) เพื่ออาศัยความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร (Brand Royalty) เช่น ความร่วมมือระหว่างธนาคารกรุงเทพกับเครือสยามกรุ๊ป นอกจากนี้เป็นบัตรวิชายังเป็นบัตรเครดิตสยามกรุ๊ปที่มีความร่วมมือกับบริษัทสยามกลการ จำกัด (มีบริษัทในเครือประมาณ 32 บริษัท) ให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้าที่ซื้อ อะไหล่ ซ่อมบำรุง เครื่องดนตรีสยามกลการยามาฮาและอื่นๆ นอกจากนั้นยังร่วมมือกับกลุ่มสยามกับชินวัตร ดุสิตธานี รวมถึงห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ปัจจุบันธนาคารกรุงเทพมีบัตร 11 รูปแบบ คือ บัตรที่ใช้เฉพาะในประเทศ บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด และบัตรที่ออกร่วมกับ ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ โรบินสัน พาต้า ซีคอน สแควร์ กลุ่มโรงแรมเซ็นทรัล บริษัทธนบุรีประกอบรถยนต์ และ โตโยต้า

ธนาคารไทยพาณิชย์ ปลายปี ค.ศ. 1987 ออกบัตรเครดิตในประเทศในชื่อ "บัตรเครดิตโพธิ์เงินโพธิ์ทอง" และร่วมมือกับ Japan Credit Bureau แห่งประเทศญี่ปุ่นออกบัตร JCB แต่เพียงแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งเป็นบัตรเครดิตจากประเทศญี่ปุ่นที่มีตลาดทั่วโลก แต่หากเทียบกับบัตรวีซ่าและบัตรมาสเตอร์เป็นที่ยอมรับน้อยกว่าเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและเครือข่าย จุดเด่นของบัตรคือ มีวงเงินใช้จ่ายใช้สอยสูงกว่าบัตรวีซ่าและบัตรมาสเตอร์ นอกจากนี้ธนาคารไทยพาณิชย์ได้ร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ประมาณ 60 แห่งออกบัตรร่วม (Affinity) เช่น บัตรเครดิต จิมทอมป์สันที่มีความร่วมมือระหว่าง ธนาคาร บริษัท Jim Thompson และมาสเตอร์การ์ด โดยมีลักษณะพิเศษคือเป็นบัตรเครดิตโพธิ์เงินโพธิ์ทองซึ่งเป็นบัตรในประเทศและบัตรมาสเตอร์ซึ่งเป็นบัตรระหว่างประเทศ และสามารถใช้เป็นส่วนลดกับร้านจิมทอมป์สัน บัตร Golf card สำหรับนักกอล์ฟผู้ถือบัตรสามารถซื้ออุปกรณ์การเล่นกอล์ฟในราคาพิเศษ และสามารถเล่นกอล์ฟในสนามที่เข้าร่วมโครงการในสนามทั่วไปและสนามเฉพาะสมาชิกในประเทศ และต่างประเทศ 3 ประเทศคือ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และ สิงคโปร์ ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นผู้ริเริ่มการทำธุรกิจบัตรเครดิตแบบใหม่ คือการ

ตั้งบริษัทเฉพาะกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อรับบริหารงานด้านบัตรเครดิตของธนาคารเองโดยการแยกบุคลากรและงานในฝ่ายบัตรเครดิตจากธนาคารมาไว้ที่บริษัท เพื่อความคล่องตัวในการทำงาน ก่อให้เกิดบริษัท “ไทยพาณิชย์ธนพัทธ์” จัดตั้งเมื่อวันที่ 4 มกราคม 1994 กลุ่มผู้ถือหุ้นประกอบด้วยธนาคารไทยพาณิชย์ร้อยละ 9.9 และบริษัทในเครือ บริษัทได้เริ่มดำเนินการวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ลักษณะการดำเนินงานคล้ายฝ่ายบัตรเครดิตแต่เมื่อแยกตัวออกมาตั้งเป็นบริษัทเฉพาะแล้วธนาคารไทยพาณิชย์จะเข้ามาให้บริการโดยว่าจ้างให้บริษัทดำเนินการด้านบัตรเครดิตให้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งไทยพาณิชย์ธนพัทธ์รับจ้างธนาคารไทยพาณิชย์บริหารงานด้านบัตรเครดิต การทำงานนอกจาก ด้านสินเชื่อที่ธนาคารไทยพาณิชย์ยังเป็นผู้รับผิดชอบบัญชีลูกหนี้ กระบวนการต่างๆ ที่บริษัทดำเนินการได้แก่ การรับเช็คสลิป การประสานงานกับร้านค้า รวมทั้งการจัดหาบุคลากรที่อำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ บริษัทสามารถเป็นผู้ออกบัตรเครดิตเองได้และสามารถออกบัตรให้กับสถาบันอื่นที่ต้องการออกบัตรลักษณะเดียวกับบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส หรือบัตรไดเนอร์สคลับที่สถานออกบัตรไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ บัตรที่ออกสามารถมีโลโก้ของตนเอง และมีร้านค้าสมาชิกของตนเอง หรืออาจร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์เพื่อใช้ร้านค้าร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นกับความต้องการของบริษัทโดยต้องพิจารณาว่าจะใช้เครือข่ายใดในการรับซื้อเช็คสลิป และในกรณีที่ใช้ร้านค้าร่วมกันบริษัทต้องมีระบบเคลียร์ (Clearing) กับธนาคาร ความแตกต่างระหว่างระบบการทำงานที่บริษัทออกบัตรกับการจ้างองค์กรอื่นออกบัตรคือ การแบกภาระความเสี่ยงเนื่องจากหากบริษัทออกบัตรเองความเสี่ยงทั้งหมดจะตกอยู่กับบริษัทในกรณีที่ผู้ถือบัตรมีปัญหาเรื่องการค้าชำระหนี้ หากจ้างองค์กรอื่นมาดำเนินการ ความเสี่ยงจะตกอยู่กับองค์กรนั้นๆ แนวโน้มธุรกิจอาจมีธนาคารหลายแห่งที่มีบัตรเครดิตของตัวเองแยกตัวออกมาตั้งเป็นบริษัทเฉพาะเช่นเดียวกับบริษัทไทยพาณิชย์ธนพัทธ์ เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น ธนาคารไทยพาณิชย์ มีบัตรทั้งหมด 16 รูปแบบ คือ บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด และบัตรเจซีบี บัตรที่ร่วมกับห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ฟินิกซ์และอิมพีเรียลเวิร์ด ร้านจิมทอมสัน โรงแรมดุสิตธานี บริษัทชินวัตร บริษัทสหวิริยา ร้านหนังสือดอกหญ้า รถยนต์วอลโว่ รถยนต์โตโยต้า บริษัทเอสโซ่ บริษัทคาลเท็กซ์ และกอล์ฟการ์ด

สภาพการแข่งขันในธุรกิจบัตรเครดิตได้กระตุ้นให้ธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนหนึ่งร่วมกันจัดบริการด้านบัตรเครดิตเพื่อให้มีบริการที่ครบวงจร แต่การออกบัตรเครดิตเองก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง ใช้เวลานานเพื่อให้เกิดจุดคุ้มทุน และการขาดความพร้อมด้านสถานรับบัตรและสาขาธนาคารที่ให้บริการ ทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่าง 6 ธนาคารพาณิชย์

ออกบัตรเดือนกันยายน 1990 คือ ธนาคารกรุงเทพฯพาณิชย์การ ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารศรีนคร ธนาคารสหธนาคาร และธนาคารมหานคร ออก บัตรเครดิตขวัญนคร โดยมีบริษัททุนร่วมการเป็นบริษัทกลางในการประมวลผลข้อมูลต่างๆของบัตรและโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อประหยัดต้นทุนการดำเนินงานออกบัตรที่มีค่าใช้จ่ายสูง การบริหารงานของบริษัททุนร่วมการเป็นการร่วมทุนของ 6 ธนาคารซึ่งมีสัดส่วนเท่ากัน ด้วยทุนจดทะเบียน 1.5 ล้านบาท การรวมตัวจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ซึ่งหากธนาคารขนาดเล็กเหล่านี้ออกบัตรเองจะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ธนาคารสมาชิกจะใช้ทรัพยากรร่วมกัน ทั้งอุปกรณ์ เครื่องมือและบุคลากร ซึ่งธนาคารทหารไทยมีความพร้อมด้านคอมพิวเตอร์ดังนั้นบริษัททุนร่วมการจะเสียค่าบริการให้ธนาคารทหารไทย ความร่วมมือนี้ส่งผลให้เกิดการขยายขอบข่ายการบริการไปยังร้านต่างๆ และมีสาขาเครดิตเพิ่มเป็น 700 กว่าสาขาทั่วประเทศ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดกับธนาคารใหญ่ได้ในขณะเดียวกันสามารถตัดปัญหาการแข่งขันกันเองในหมู่นักธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก ต่อมาวันที่ 15 มิถุนายน 1994 บัตรขวัญนครร่วมกับบัตรกรุงไทยเพื่อให้บริการรับบัตรทำให้จำนวนสถานรับบัตรขยายเป็น 34,000 แห่ง

ธนาคารกรุงไทย ออกบัตรเครดิตกรุงไทยในปี ค.ศ. 1990 มีกลยุทธ์การเจาะตลาดที่แตกต่างจากธนาคารอื่นคือ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มข้าราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากเป็นธนาคารของรัฐ และได้ร่วมมือกับธนาคารกรุงเทพใช้เครื่องรูดบัตร เครื่องอนุมัติวงเงิน สามารถเบิกถอนเงินอัตโนมัติ และเบิกเงินสดที่เคาน์เตอร์ธนาคารร่วมกัน นอกจากนี้บัตรได้กำหนดวงเงินใช้จ่ายสูงถึง 2 เท่า คือ วงเงินหมุนเวียนซื้อสินค้า และวงเงินสินเชื่อธนวิญบัตรเครดิต (Debit Loan Account) ซึ่ง เป็นวงเงินเหมือนบัญชีกระแสรายวันที่ผู้ถือบัตรสามารถถอนเงินสดไปใช้จ่ายเมื่อจำเป็นและสามารถเบิกเงินสดได้เต็มจำนวน ในปี ค.ศ. 1992 เริ่มให้บริการ "กรุงไทยโทรธนกิจ" คือ บริการที่ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลทางการเงินทางโทรศัพท์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ในช่วงหลังธนาคารกรุงไทยได้แยกกิจการบัตรเครดิตออกมาตั้งเป็นบริษัทเช่นเดียวกับธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ออกบัตรเครดิตของตนในปี ค.ศ.1990 บัตรเครดิตมีคุณลักษณะพิเศษคือไม่กำหนดวงเงินไว้ตายตัว โดยขึ้นอยู่กับอัตรารายได้ คือ ประมาณร้อยละ 15-20 ของรายได้ทั้งปี ในขณะที่เดียวกันเป็นบัตรเครดิตที่คิดค่าธรรมเนียมต่ำสุดประเภทหนึ่ง ธนาคารออกบัตรเครดิตของตนเองในชื่อ บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา และมีบัตรระหว่างประเทศคือ บัตรวีซ่า คลาสสิกและพรีเมียร์ กับบัตรมาสเตอร์การ์ดในชื่อ Master Card Lady's ที่เป็นบัตรเครดิตสำหรับ

สภาพสตรีโดยเฉพาะ และออกบัตรร่วมกับบริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยาและบริษัทเอสซี ธนาคาร กรุงศรีอยุธยาได้แยกกิจการบัตรเครดิตออกมาตั้งเป็นบริษัทเช่นเดียวกับธนาคารไทยพาณิชย์

ธนาคารซิตีแบงก์ เป็นสาขาของธนาคารต่างประเทศที่เข้ามาให้บริการในประเทศไทยในวันที่ 28 พฤษภาคม 1990 บัตรเครดิตวีซ่าของซิตีแบงก์แบงก์ออกเป็นบัตรเงินและบัตรทอง บัตรซิตีแบงก์วีซ่าได้เปรียบบัตรเครดิตอื่นๆ เนื่องจากธนาคารเป็นผู้ออกบัตรวีซ่ารายใหญ่ที่สุดของโลก และมีเครือข่ายมากที่สุด ด้วยสาขา 2,600 แห่ง ใน 26 ประเทศ มีเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ 30,000 เครื่องและร้านค้ารับบัตร 6.5 ล้านแห่งทั่วโลก และผู้ถือบัตรสามารถเลือกชำระเต็มจำนวนหรือชำระอย่างต่ำเพียง 5 % ทุกเดือนและผ่อนนานเท่าไรก็ได้ トラบเท่าที่ยอดค้างชำระไม่เกินยอดวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ การคัดเลือกสมาชิกบัตรเน้นที่กลุ่มเป้าหมายระดับกลางขึ้นไป เกณฑ์การคัดเลือกไม่เข้มงวดเหมือนบัตรระหว่างประเทศอื่นๆ แต่จะจำกัดวงเงินการใช้จ่าย โดยเฉพาะธนาคารจะอนุมัติบัตรประมาณร้อยละ 55 ของผู้ขอทั้งหมด ธนาคารซิตีแบงก์ไม่มีนโยบายการออกบัตรร่วมกับองค์กรอื่นๆ (Affinity Card) เนื่องจากปัญหาปริมาณผู้ถือบัตรในองค์กรอาจมีไม่เพียงพอทำให้ไม่คุ้มกับต้นทุน และหากเกิดปัญหาบัตรหายในต่างประเทศทางสาขาซิตีแบงก์ในต่างประเทศไม่สามารถออกบัตรให้ใหม่ได้เนื่องจากไม่มีโลโก้องค์กรที่ออกบัตรร่วมกัน จึงทำให้ไม่มีการออกบัตรร่วมกับองค์กรต่างๆ

3.2 การออกบัตรเครดิต

3.2.1 รูปแบบของบัตรเครดิต บัตรเครดิตทำด้วยบัตรพลาสติกสีเหลี่ยมผืนผ้า ขนาดประมาณ 8.5 x 5.5 ซม. สามารถทนความร้อน มีเครื่องหมายและลวดลายตามแบบบริษัทที่ออก โดยการเคลือบด้วยกรรมวิธีพิเศษ ลักษณะเส้นจะเป็นรอยละเอียด (Fine Line Printer) ปัจจุบันเพิ่มความปลอดภัยให้แก่สมาชิกผู้ถือบัตรด้วยการใช้แผ่นโฮโลแกรม (โฮโลแกรมคือรูปสามมิติถ่ายด้วยระบบแสงเลเซอร์ เป็นรูปอยู่บนแผ่นโลหะสะท้อนแสง เมื่อส่องดูจะเห็นรูปเปลี่ยนได้ถึง 7 สี และเคลื่อนไหวได้) ซึ่งสะท้อนแสงอ่านได้เฉพาะในแสง Ultra Light ทำให้สามารถสังเกตการปลอมแปลงบัตรได้ง่ายขึ้น ส่วนประกอบบนตัวบัตรมีดังนี้

- หมายเลขบัตรเป็นตัวเลข แต่แต่ละตัวจะเป็นรหัสเพื่อการตรวจสอบ
- อายุการใช้บัตรประกอบด้วยอายุเริ่มต้นใช้บัตร และวันสิ้นสุดการใช้บัตร

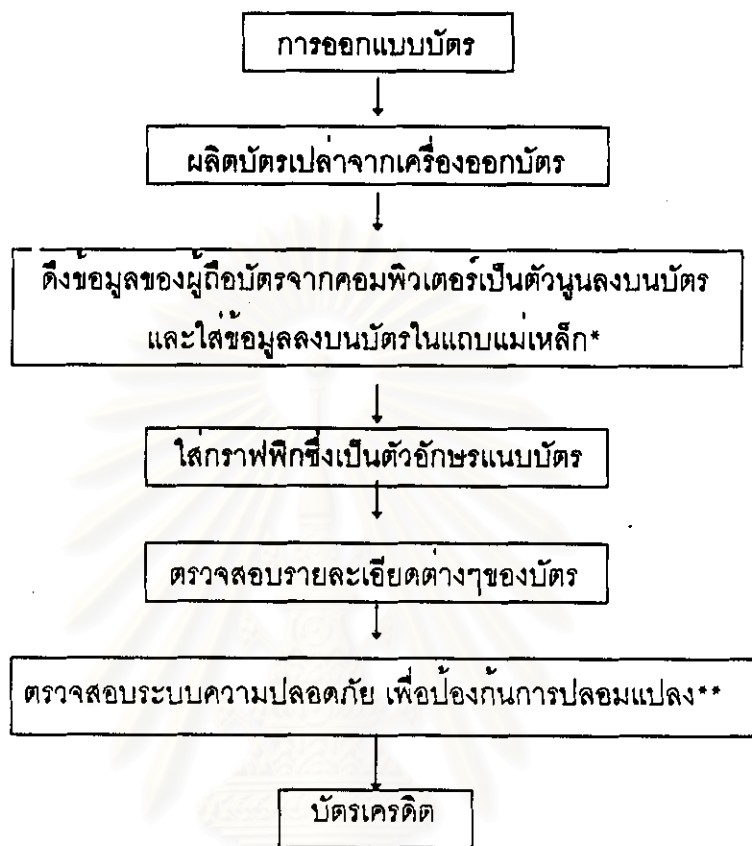
- ชื่อและนามสกุลของเจ้าของบัตร
- ลายมือชื่อของผู้ถือบัตรบนแผ่นพิเศษเป็นแถบที่พิมพ์ด้วยหมึกพิเศษซึ่งหากมีการลบเปลี่ยนแปลง หรือหลุดออกลายมือชื่อจะหายไปและไม่คมชัด
- แถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูลอยู่ด้านหลังของบัตร แถบบันทึกข้อมูลของผู้ถือบัตร จะอ่านได้โดยนำบัตรไปใส่เครื่องอ่านข้อมูล (Verifone) แถบแม่เหล็กแบ่งออกเป็น 3 แถบ (Track) บรรจุข้อมูลได้ประมาณ 256 byte ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุลของผู้ถือบัตร หมายเลขบัญชี วันออกบัตร วันหมดอายุ และข้อมูลเพื่อการตรวจสอบอื่นๆ
- ผู้ถือบัตรอาจมีรูปของตนบนบัตรเครดิตได้

3.2.2 วิธีการผลิตบัตรเครดิต เมื่อบัตรเครดิตได้รับความนิยมมากขึ้นก่อให้เกิดการผลิตบัตรเป็นอุตสาหกรรม กรรมวิธีการผลิตในระยะแรกคือ การนำบัตร PVC ทำให้บางได้ขนาดเหมาะสมสำหรับทำบัตรแล้วนำมาเคลือบ Tolerance + 4 ถึง 5 ดิกรี ที่อุณหภูมิ 130-150 องศาเซลเซียส ความร้อนจากการเคลือบบัตรจะทำให้บัตรหดตัว จากนั้นจะนำมาพิมพ์ข้อความผ่านเครื่องพิมพ์และเครื่องปั๊มความร้อน ตัดแถบแม่เหล็กและโฮโลแกรม ในระยะแรกยังไม่มีเครื่องมือทำบัตรเครดิตโดยเฉพาะทำให้ต้องผลิตด้วยเครื่องมือที่ผลิตสินค้าอื่น ก่อให้เกิดปัญหาในการพิมพ์และการทำแถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูล ทำให้ข้อมูลอ่านไม่ชัดคลบเลือนง่าย นอกจากนี้ยังการผลิตบัตรเครดิตยังประสบปัญหาในการขนส่งและการผลิตที่ใช้แรงงานมาก ทำให้การรักษาความปลอดภัยหละหลวม เนื่องจากจำนวนบัตรที่ผลิตได้และจำนวนบัตรที่ผลิตเสียไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่ามีจำนวนมากน้อยเท่าใด ต่อมาการขยายตัวทางการตลาดสูงขึ้น บัตรเครดิตได้รับความนิยมมากขึ้น การปลอมแปลงบัตรและการทุจริตด้วยบัตรเครดิตจึงเริ่มมีมากขึ้น การผลิตบัตรจึงต้องใช้เวลา รมั้ดระวัง มีการเปลี่ยนแปลงการผลิต เช่น การติดแถบแม่เหล็ก การพิมพ์ข้อมูลและลวดลายก่อนการเคลือบบัตรด้วยวิธีพิเศษ การทำเส้นลายน้ำ การพิมพ์สีรุ้ง การติดโฮโลแกรม การผลิตควบคุมด้วยระบบไมโครคอมพิวเตอร์ และใช้งานความร้อนจากไฟฟ้า ทำให้เทคนิคการผลิตมีคุณภาพสูงขึ้น มีการนับจำนวนการผลิตด้วยเครื่องจักร ผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีทำให้ผู้ถือบัตรและผู้ออกบัตรสามารถสังเกตความผิดปกติของบัตรได้มากขึ้น ต้นทุนการผลิตบัตรขึ้นอยู่กับลักษณะของบัตร หากเป็นบัตรพลาสติกธรรมดาที่มีแถบแม่เหล็กบันทึกข้อมูลและแถบลายมือชื่อพิเศษ จะมีต้นทุนประมาณใบละ 10 - 20 บาท สำหรับบัตรที่มีโฮโลแกรมเพิ่มจะมีต้นทุนประมาณใบละ 20 - 30 บาท เนื่องจากต้นทุนเครื่องติดโฮโลแกรมสูง แต่ในระยะยาวต้นทุนต่อหน่วยมีแนวโน้มลดลง บัตรเครดิตระหว่างประเทศต่างๆ เช่น บัตรมาสเตอร์การ์ด วีซ่าการ์ด อเมริกันเอ็กซ์เพรส และไดเนอร์สคลับ

ไม่จ้างการผลิตในประเทศไทยเนื่องจากปัญหาลิขสิทธิ์และความไม่ปลอดภัย การผลิตบัตรเครดิตในประเทศไทยปัจจุบันมี 7 บริษัท บริษัท 3 แห่งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดคือ บริษัทดีแซด (ไทยแลนด์) จำกัด บริษัทดาต้าโปรดักส์ ทอปปิงมัวร์ จำกัด และบริษัทธนानุตร จำกัด วัตถุประสงค์ในการผลิตต้องได้มาตรฐาน ISO (International Standard Organization) การพิมพ์ โลโก้ในรูปแบบต่างๆ ส่วนใหญ่พัฒนาโดยบริษัทดีแซด นอกจากนี้บริษัทดีแซดและบริษัทดาต้าโปรดักส์ ทอปปิงมัวร์ จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่าย เครื่องผลิตบัตร Data Card รุ่น D-C 9000 จากสหรัฐอเมริกาที่สามารถใช้ระบบปั๊มเงิน ระบบบรรจุแถบแม่เหล็กได้ตามต้องการ ระบบการทำงานที่ทันสมัยทำให้การทำงานรวดเร็ว ไม่เกิดข้อผิดพลาดจากการทำงานของมนุษย์ บัตรที่ได้จะเป็นไปตามคำสั่งที่เลือกไว้และเสร็จสิ้นลงในขั้นตอนเดียว ด้วยอัตราการผลิต 300 - 800 ใบ/ชม. ระบบภาพพิมพ์สีลงบนบัตรพร้อมทั้งระบบเคลือบทำให้ผู้ใช้บัตรไม่สามารถขูดหรือลบภาพออกได้ ทำให้ยากต่อการปลอมแปลงยิ่งขึ้น ขั้นตอนการผลิตบัตรเริ่มจากธนาคารที่ใช้บัตรจะแจ้งความจำนงขอซื้อบัตรและจำนวนของวงเงินแก่ Card Issuer จากนั้น Card Issuer จะแจ้งความจำนงไปยัง Card Supplier เพื่อให้ Card Supplier ทำการผลิตบัตรพลาสติก และอาจฝัง IC (Integrated Circuit) ไว้ในตัวบัตรเพื่อกำหนดรายละเอียดของผู้ถือบัตร ในขณะเดียวกันระบบบริษัทจะสามารถทราบปริมาณผู้ขอบัตรรายใหม่ การนำไมโครชิพมาฝังในบัตรเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูลเพิ่มขึ้น บัตรที่มีไมโครชิพฝังอยู่มีหลายชื่อ เช่น Prepaid Card ,Smart Card ,Chip Card เป็นต้น ข้อมูลในไมโครชิพมี 4 ลักษณะ คือ

- ข้อมูลสุขภาพ เป็นการเก็บข้อมูลสุขภาพเบื้องต้นเพื่อให้แพทย์ใช้อ้างอิงในกรณีฉุกเฉิน หรือใช้ประกอบเพิ่มข้อมูลในกรณีเข้ารับรักษาตามปกติ
- บริการคะแนนสะสมคืนกำไร เป็นการเก็บคะแนนจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเพื่อรับสิทธิประโยชน์ในการใช้จ่ายผ่านบัตรเป็นพิเศษ
- สมาร์ท ID การเก็บรหัสส่วนตัว เพื่อใช้ในการถอนเงินจากบัญชีเงินฝากจากสาขาธนาคารโดยไม่ต้องมีสมุดคู่ฝากหรือเช็ค
- สมาร์ทแคช การเก็บข้อมูลเงินสดที่โอนจากบัญชีเงินฝากที่มีในธนาคาร เพื่อเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินสดค่าสินค้าและบริการ นอกเหนือจากการใช้บัตรเครดิต

ขั้นตอนการผลิตบัตร



* ข้อมูลในคอมพิวเตอร์จะมาจากธนาคารซึ่งจะเป็นผู้กำหนดว่าบัตรสามารถทำอะไรได้บ้าง เลขรหัสคืออะไร ใครเป็นเจ้าของ

** ส่วนที่มีราคาแพง เนื่องจากใช้ไฮโดแกรม

การผลิตบัตรที่มีไมโครชิพมีต้นทุนสูงถึงใบละ 400-500 บาท ในต่างประเทศเริ่มมีการใช้อย่างแพร่หลายแต่ในประเทศไทยยังใช้อยู่ในปริมาณจำกัด บัตรที่มีไมโครชิพฝังเป็นบัตรที่สามารถ Recharge ได้ กล่าวคือ เมื่อบัตรหมดมูลค่าแล้วจะสามารถใส่มูลค่าใหม่ในหน่วยความจำ โดยที่ผู้ถือบัตรสามารถทราบข้อมูลของการใช้บัตรครั้งล่าสุดจากการนำบัตรไปอ่านกับตู้ชนิดพิเศษ ในอนาคตมีการพัฒนาให้บัตรเครดิตสามารถจับเสียงของเจ้าของได้ โดยบัตรจะสามารถใช้ได้ก็ต่อเมื่อเป็นเสียงของผู้เป็นเจ้าของเท่านั้น บัตรจะใช้กับเครื่องบริการที่มีเครื่องรับเสียง และขยายเสียงติดอยู่ เมื่อผู้ถือบัตรพูดผ่านเครื่องรับลงไปแทนการกดรหัส 4 ตัว เครื่องบริการจะทำงานโดยอัตโนมัติ ระบบดังกล่าวสามารถทำงานร่วมกับบัตรเครดิตโทรศัพท์ และประตูที่เปิดโดยใช้บัตร การใช้บัตรใช้หลักการที่ว่า ไม่มีเสียงใดๆ สองเสียงในโลกที่จะเหมือนกันได้ โดยเปรียบเทียบเสียงพูด

กับเสียงต้นแบบที่บันทึกไว้บนบัตรเครดิตด้วยระบบดิจิทัล (Digital) วิทยาการสมัยใหม่มีประโยชน์ต่อประสิทธิภาพของการบริการมาก หากมีการนำมาใช้ในประเทศจะช่วยลดปัญหาการทุจริตด้วยบัตรเครดิตได้

3.2.3 การออกบัตรเครดิต สถานออกบัตรแต่ละแห่งจะกำหนดเกณฑ์การพิจารณาการออกบัตรที่แตกต่างขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่เลือก การเลือกกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญเนื่องจากบัตรเครดิตหนึ่งยี่ห้อไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ทุกระดับ ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมและสถานที่ในการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกัน สถานออกบัตรจึงต้องเลือกเฉพาะตลาดที่ตนเองมีความชำนาญ การแบ่งประเภทของตลาดอาจใช้เครื่องมือ SET Marketing คือ

ขั้นตอนที่หนึ่ง การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation : S) โดยพิจารณาขอบเขตการใช้จ่ายทางภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) คือ การใช้บัตรเฉพาะในประเทศ และ การใช้บัตรในและระหว่างประเทศ และใช้หลักเกณฑ์ของการแบ่งตลาดโดยพิจารณาถึงลักษณะของผู้สมัคร ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจบัตรมี 2 ประเภท คือ ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทที่ทำธุรกิจบัตรเครดิตโดยตรง

ขั้นตอนที่สอง การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Target : T) คือการประเมินเลือกส่วนตลาด อาจมากกว่าหนึ่งส่วนเพื่อเป็นตลาดเป้าหมาย

ขั้นตอนที่สาม การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning : P) คือการสร้างตำแหน่งการแข่งขันสำหรับผลิตภัณฑ์และส่วนผสมทางการตลาด

จากสามขั้นตอนสามารถแบ่งตลาดบัตรเครดิตได้สามตลาด ได้แก่

1. ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์และสามารถใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย ได้แก่ บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ตลาดระดับนี้จะมีการแข่งขันเพื่อแย่งกลุ่มลูกค้าสูง เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายระดับกลางจำนวนมากและเป็นกลุ่มที่เข้าถึงได้ง่ายกว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้สูงระดับสูง โดยสถานออกบัตรจะขายสิทธิประโยชน์ต่างๆ มีการแข่งขันด้านการให้ส่วนลดต่างๆ ลักษณะที่สำคัญโดยสรุปของตลาดส่วนนี้ ได้แก่

- เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางค่อนข้างต่ำ (Lower Middle Class) เป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่อปีเท่ากับ 240,000 บาทขึ้นไป (ยกเว้นในกรณีที่มีผู้สมัครเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือข้าราชการรายได้ต่อปีอย่างต่ำ 120,000 บาท) ค่าธรรมเนียมแรกเข้าประมาณ 200-300 บาท และค่าธรรมเนียม

นิยมรายปีบัตรหลักเท่ากับ 300-800 บาท ส่วนบัตรเสริมเท่ากับ 200-800 บาท ซึ่งกำหนดเกณฑ์ผู้ขอบัตรต่ำกว่าตลาดอื่นๆ

- มุ่งเน้นการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันในประเทศมากกว่า วงเงินใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 10,000-50,000 บาท (ธนาคารกสิกรไทยให้วงเงินสูงสุดถึง 100,000 บาท) สำหรับบัตรธรรมดา และ 60,000-200,000 บาทสำหรับบัตรทอง สามารถเบิกเงินสดล่วงหน้าจากตู้เอทีเอ็ม หรือเคาน์เตอร์ของธนาคาร

- สถานรับบัตรมีปริมาณน้อย เช่น ธนาคารกรุงศรีอยุธยาสามารถชำระค่าสินค้าและบริการ ณ สถานที่ที่มีโลโก้ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา และบัตรขวัญนครได้

- สิทธิพิเศษอื่นๆ ที่ได้จากบัตรในประเทศจะน้อยกว่าบัตรระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นบริการประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง และการประกันการสูญหายของบัตร

2. ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์และสามารถใช้ได้ทั่วโลก ได้แก่ บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์ และบัตรเจซีบี บัตรเครดิตระหว่างประเทศให้สิทธิประโยชน์มากกว่าบัตรในประเทศเพราะชอบขายการใช้บริการบัตรที่กว้างขวางทั่วโลก ลักษณะสำคัญของตลาดสรุปได้ดังนี้

- บัตรระหว่างประเทศประมาณ 80 % เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางค่อนข้างสูง (Upper Middle Class) ขึ้นไป เน้นกลุ่มนักธุรกิจ และผู้มีรายได้สูง โดยกำหนดระดับรายได้ 240,000 บาทต่อปีสำหรับบัตรเงิน และ 360,000-600,000 บาทต่อปีสำหรับบัตรทอง ค่าธรรมเนียมแรกเข้าประมาณ 500-1,000 บาท และค่าธรรมเนียมรายปีประมาณ 600-2,000 บาท ซึ่งค่อนข้างสูง

- เน้นการใช้จ่ายใช้สอยทั่วโลก เหมาะสำหรับผู้ต้องเดินทางไปต่างประเทศสม่ำเสมอ

- วงเงินที่สามารถยืมได้ คือ 30,000-300,000 บาทสำหรับบัตรเงิน และ 100,000-ไม่จำกัดวงเงินสำหรับบัตรทอง ทั้งนี้ธนาคารกรุงไทยและธนาคารกสิกรไทยสามารถขออนุมัติวงเงินพิเศษชั่วคราวเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ และบริการถอนเงินสดล่วงหน้าในกรณีที่ต้องการใช้เงินสดฉุกเฉิน

- สถานที่รับบัตรสูงสุดถึงประมาณ 12 ล้านแห่งทั่วโลก

- บริการพิเศษอื่นๆ เช่น ประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง การประกันเครื่องบินล่าช้า หรือยกเลิกเที่ยวบิน การประกันกระเป๋าเดินทางหายหรือมาถึงล่าช้า การประกันบัตรหายซึ่งธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกสิกรไทยรับผิดชอบค่าเสียหายทั้งหมด ส่วนธนาคารกสิกรไทยมี 6

บริการฉุกเฉินสำหรับผู้ถือบัตรทอง ชิตี้แบงก์มีแผนคุ้มครองการซื้อในกรณีที่ดินค้าที่ชำระด้วยบัตร
เครดิตเกิดความเสียหาย

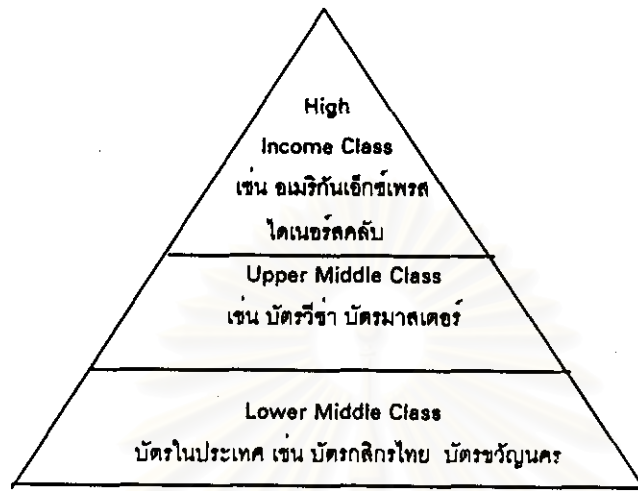
3. ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทที่ทำธุรกิจบัตรเครดิตโดยตรงและใช้ได้ทั่วโลก
ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรไดเนอร์สคลับ ลักษณะสำคัญของตลาดสรุปได้ดังนี้

- เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับสูง (High Income Class) ขึ้นไป โดยกำหนดระดับรายได้สำหรับ
บัตรธรรมดาประมาณ 300,000-360,000 บาทต่อปี และ ค่าธรรมเนียมรายปี 1,765-3,210 บาท
สำหรับบัตรหลัก และ 1,000-2,400 บาทสำหรับบัตรเสริม ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียมที่สูงที่สุดเมื่อเทียบ
กับบัตรประเภทอื่น

- มุ่งเน้นบริการด้านการเดินทางท่องเที่ยวและบันเทิงเป็นหลัก จึงได้ชื่อว่า Travel and
Entertainment Card บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสและบัตรไดเนอร์สคลับ สามารถใช้ได้ทั่วโลกมีความ
ยืดหยุ่นของวงเงินใช้จ่ายสูงที่สุด คือ ไม่จำกัดวงเงินมีความอิสระและคล่องตัวในการใช้จ่ายที่สูงที่
สุดแต่มีสถานที่รับบัตรน้อยกว่าบัตรวีซ่าและมาสเตอร์มาก คือ บัตรไดเนอร์สมีสถานที่รับบัตรเพียง
7,500 แห่งในประเทศไทย และ 3 ล้านแห่งทั่วโลก ส่วนบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสมีสถานที่รับบัตร
ประมาณ 3.9 ล้านแห่งทั่วโลก

- บริการอื่นๆ เช่น บัตรไดเนอร์สมีการประกันอุบัติเหตุระหว่างเดินทางด้วยวงเงิน 6 ล้าน
บาท ส่วนบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสมีวงเงินประกันอุบัติเหตุประมาณ 1.5-2 ล้านบาท การประกัน
เที่ยวบินหรือกระเป๋าเดินทางมาล่าช้าหรือสูญหาย และการให้ความช่วยเหลือจากสำนักงานท่องเที่ยว
อเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับมีบริการที่เป็นที่นิยม คือ การจัดฉลองวันเกิดฟรีที่โรง
แรม การได้รับสิทธิพิเศษปรึกษาการเดินทาง และใช้ห้องรับรองผู้โดยสาร V.I.P. ณ ท่าอากาศยาน
ทั่วโลก แผนพิทักษ์คุ้มครองการซื้อสินค้าด้วยบัตรในกรณีเสียหายโดยอุบัติเหตุหรือถูกขโมย ทั้ง
บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสและบัตรไดเนอร์สคลับมีการเสนอสิทธิพิเศษเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว
คล้ายกันโดยบัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรสคิดค่าธรรมเนียมสูงกว่าแต่มีจุดเด่นคือ การให้บริการเบิกเงิน
สดจากตู้เอทีเอ็มได้ ในขณะที่บัตรไดเนอร์สคลับต้องเบิก ณ สำนักงานไดเนอร์

รูปที่ 3.1 : ประเภทของบัตรเครดิตจำแนกตามระดับรายได้



ในอดีตสถานออกบัตรจะพิจารณาผู้สมัครบัตรเครดิตใช้โดยใช้ 5 หลักเกณฑ์ คือ ประวัติส่วนตัว (Customer Profile) สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Status) เช่น รายได้ หลักค้าประกันต่างๆ (Security) ความสัมพันธ์กับสถานออกบัตร เช่น ต้องมีเงินฝากกับธนาคารดังกล่าวจึงจะถือบัตรของธนาคารได้ รวมถึงการสัมภาษณ์ ในขณะที่ปัจจุบันจะพิจารณาเพียงประวัติและรายได้ และตรวจสอบประวัติเกี่ยวกับ Credit Bureau ในปี ค.ศ. 1998 ธนาคารกรุงเทพและธนาคารไทยพาณิชย์จะนำระบบ เครดิตสกอร์ริง (Credit Scoring) มาช่วยอนุมัติบัตรเครดิตเป็นระบบที่พิจารณาบุคคลที่ขอบัตรเครดิตมีความน่าเชื่อถือด้านเครดิตอย่างไร โดยให้คะแนนเพื่อมาตรฐานและขั้นตอนพิจารณาที่รวดเร็วพร้อมเก็บข้อมูลทำมาร์เก็ตติ้งในตัว การออกบัตรเครดิตสถานออกบัตรสามารถมอบบัตรเครดิตได้หลายวิธี เช่น ให้ลูกค้ามารับบัตรด้วยตนเอง การนำบัตรส่งมอบแก่ลูกค้าโดยตรง และการส่งทางไปรษณีย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3.1: สรุปลักษณะที่สำคัญของส่วนแบ่งตลาดบัตรเครดิตสามประเภท

ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารและใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย	ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารและสามารถใช้ได้ทั่วโลก	ตลาดบัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทและสามารถใช้ได้ทั่วโลก
<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางค่อนข้างต่ำขึ้นไป 2. มีสถานรับบัตรน้อย 3. เน้นการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันภายในประเทศ 4. ผลประโยชน์อื่นๆ เพิ่มเติมจากผลประโยชน์หลักน้อยกว่าบัตรอื่น 5. เงื่อนไขการสมัครเป็นสมาชิกน้อยที่สุด และคิดค่าธรรมเนียมต่ำ 6. วงเงินใช้จ่ายน้อยที่สุด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นกลุ่มเป้าหมายระดับกลางค่อนข้างสูงขึ้นไป 2. มีสถานรับบัตรมากที่สุด 3. เน้นการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันทั้งในและต่างประเทศ 4. ผลประโยชน์อื่นๆ มีมากกว่าตลาดประเภทที่1แต่น้อยกว่าตลาดประเภทที่3 5. เงื่อนไขการเป็นสมาชิกใกล้เคียงกับตลาดประเภทที่3และค่าธรรมเนียมปานกลาง 6. วงเงินใช้จ่ายสูงแต่ยังมีการจำกัดการใช้จ่าย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เหมือนตลาดประเภทที่2 2. มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวและบันเทิงเป็นหลัก 3. มีสถานรับบัตรน้อยกว่าตลาดประเภทที่2 4. ให้ผลประโยชน์เพิ่มเติมในการเดินทาง และท่องเที่ยวมากที่สุด 5. เงื่อนไขการเข้าเป็นสมาชิกใกล้เคียงกับตลาดประเภทที่2และคิดค่าธรรมเนียมสูงที่สุด 6. วงเงินใช้จ่ายสูงที่สุด คือไม่จำกัดวงเงิน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย