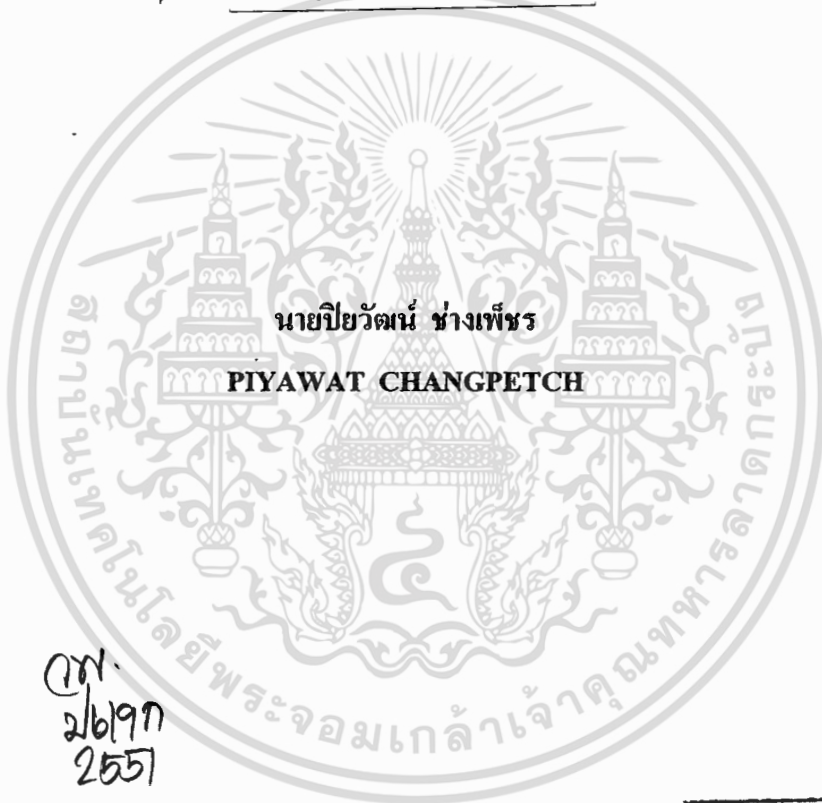


สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสินเชื่อกค้างของธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย

**STUDY OF THE CHANGES ON THE OUTSTANDING UNPAID CREDIT OF
CREDIT CARDS IN THAILAND**



นายปิยวัฒน์ ช่างเพชร

PIYAWAT CHANGPETCH

กพ.
26/9ก
2551

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

81894

26 ส.ย. 2551

b.....
i.....

การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**STUDY OF THE CHANGES ON THE OUTSTANDING UNPAID CREDIT OF
CREDIT CARDS IN THAILAND**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

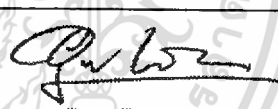

2008

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการศึกษาอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการศึกษาอิสระ การศึกษาการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสินเชื่อกค้างของธุรกิจบัตรเครดิตใน
ประเทศไทย
STUDY OF THE CHANGES ON THE OUTSTANDING UNPAID
CREDIT OF CREDIT CARDS IN THAILAND


ชื่อนักศึกษา นายปิยวัฒน์ ช่างเพชร
รหัสประจำตัว 49066128
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการการศึกษาอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุสา บัวตะมะ

คณะกรรมการสอบการศึกษาอิสระ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุสา บัวตะมะ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 23 กุมภาพันธ์ 2551 เวลา 8.50 น.

สถานที่สอบ ณ ตึกคณะเทคโนโลยีการเกษตร ชั้น 1 ห้องปริญญาโท

ภาควิชารับรองแล้ว


(รองศาสตราจารย์ เสาวรีย์ ตะโพนทอง)

หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในของนักศึกษาเท่านั้น ไม่ควรเอาไปใช้ประโยชน์อื่นใด
วันที่.....25.....เดือน.....เมษายน.....พ.ศ.2551
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Study of the Changes on the Outstanding Unpaid Credit of the Credit Cards in Thailand
Student	Mr.Piyawat Changpetch
Srudent ID	49066128
Level of Study	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2008
Advisor	Assistant Professor Dr.Urasa Buatama
Co-Advisor	Assistant Professor Apisit Kaewcha

ABSTRACT

The purposes of the research study of the changes on outstanding unpaid credit of credit cards in Thailand were to study and analyze the changes of the expense of the credit and the outstanding unpaid of the credit facility granted of the credit cards, the study was also conducted continually on the effectiveness of the control by regulation of the outstanding unpaid quantity of the credits cards of the Bank of Thailand such as the regulation in respect of the credit card facility e.g. the establishment of the qualifications of the persons using the credit card service, the determination of the applicable level of the interest rate of the outstanding unpaid amount of the credit cards for instances. The research study methodology used the secondary information collection, the analysis methods were consisted of the narrative analysis using Ordinary Least Square method, OLS).

The results of the research study found that the overall perspective of the conditions of credit facility of the credit cards and the quantity of the outstanding unpaid amount of the credit cards in Thailand during the period 2002-2006 had an increased expansion annually with the decreasing trend of the expansion. The expansion of the volume of the outstanding unpaid credit of the credit cards with the independent variables of such as e.g. the private consumption and the rules for granting the credit cards of the Bank of Thailand. The results of the research study analysis showed that the volume of the outstanding unpaid of the credits cards were correlated with the private consumption expenses statistically significant at the confidence level of 99 and correlated with the Bank of Thailand's rules for granting credit statistically insignificant.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

The suggestion on this research study were the provision of knowledge / education in respect of spending and financial management to the people as an alternative to use for resolving the problem of the outstanding unpaid credit of the credit cards because the volume of the outstanding unpaid credit was directly correlated with the private consumption expenses and to seek new measures for enforcement in granting the credit cards by the Bank of Thailand for more effective control of the credit cards.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุสา บัวตะมะ ประธานกรรมการศึกษาการศึกษาอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสสิทธิ์ แก้วฉา กรรมการการศึกษาอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำแนวทางการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอด ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความกรุณาดังกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ใน โครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่ายิ่ง รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานมาโดยตลอด และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูล

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้มอบกำลังใจอันมีค่าให้กับผู้ศึกษามาโดยตลอด ขอบคุณทุกความห่วงใยจากเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท MBA 11 ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว เพื่อนอันเป็นที่รัก และครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา ทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ปิยวัฒน์ ช่างเพชร
15 กุมภาพันธ์ 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
ABSTRACT.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 นิยามศัพท์.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....	6
2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อดำเนินระบบเศรษฐกิจ.....	6
2.1.2 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้บริโภค.....	11
2.2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.3 วิธีการศึกษา.....	16
บทที่ 3 การใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย.....	19
3.1 ความเป็นมาของบัตรเครดิต.....	19
3.2 ความหมายของบัตรเครดิต.....	21
3.3 ประเภทของบัตรเครดิต.....	23
3.4 ประโยชน์จากบัตรเครดิต.....	24
3.5 วิธีการใช้บัตรเครดิต.....	25
3.6 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต.....	27
3.7 สภาพตลาดบัตรเครดิต.....	27

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ปริมาณบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ.2549.....	1
1.2 ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ.2549.....	2
1.3 ปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ.2549	3
3.1 ปริมาณบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2542 ถึงปีพ.ศ. 2549.....	28
3.2 ปริมาณใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549.....	28
3.3 ปริมาณบัตรเครดิตแยกประเภทปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549.....	29
4.1 ข้อมูลปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตและค่าใช้จ่ายใน การอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน.....	40
4.2 การเปรียบเทียบสัดส่วนสินเชื่อคงค้างเทียบกับสินเชื่อบัตรเครดิต.....	40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

จากการที่สถาบันการเงินหลายแห่งส่งเสริมให้ผู้ที่มีรายได้อาจไม่พอกับความต้องการ ปรับมาใช้เงินในอนาคต หรือที่เรียกว่าการกู้ยืมเงิน ตลอดจนการส่งเสริมบริการบัตรเครดิตมากขึ้นกว่าในอดีต ส่งผลให้ผู้ต้องการที่จะใช้จ่ายเกินกว่ารายได้ที่ตนหามาได้ สนใจที่จะทำบัตรเครดิต หรือบริการสินเชื่อส่วนบุคคลมากขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายเงินในอนาคตนั้นหากเป็นการใช้เพื่อลงทุนหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจเสริมรายได้จากรายได้ปกติที่มีอยู่ การกู้ยืมเงินนั้น เราอาจเรียกได้ว่าเป็นหนี้สินที่ดี (Good Debt) แต่ถ้าการกู้ยืมเงินนั้น ถูกนำมาใช้จ่ายหรือไม่ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การกู้ยืมเงินแบบนี้จะเรียกได้ว่าหนี้สินที่ไม่ดี (Bad Debt) เพราะเป็นหนี้สินที่สร้างแล้วไม่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต แต่เป็นการใช้จ่ายหรือรายได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไปล่วงหน้า (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. 2550)

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของปริมาณบัตรเครดิตจากปีพ.ศ. 2545 ถึง 2549 (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 ปริมาณบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึง 2549

ปีพ.ศ.	ปริมาณบัตรเครดิต (พันใบ)				
	2545	2546	2547	2548	2549
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ	1,694	2,193	3,164	3,911	4,370
สาขาธนาคารต่างประเทศ	717	834	965	1,112	1,213
บริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน	3,221	3,708	4,519	4,987	5,317
รวม	5,633	6,735	8,648	10,010	10,900

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ทราบถึงภาพรวมของปริมาณหนี้สินส่วนบุคคลของประเทศไทย และแนวโน้มในอนาคต ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาต่อเนื่องถึงการเปลี่ยนแปลงกฎข้อบังคับเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อควบคุมปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวกับปริมาณสินเชื่อค้างบัตรเครดิต โดยใช้ผลของค่านัยสำคัญทางสถิติเป็นดัชนีการบ่งบอกประสิทธิภาพในการควบคุมปริมาณสินเชื่อค้างในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 1.3 ปริมาณสินเชื่อค้างบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549

ปีพ.ศ.	ปริมาณการสินเชื่อค้างบัตรเครดิต (ล้านบาท)				
	2545	2546	2547	2548	2549
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ	27,321	36,996	44,413	49,150	56,280
สาขาธนาคารต่างประเทศ	-	(35.41)	(20.05)	(10.67)	(14.51)
บริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน	15,902	19,451	23,423	28,899	34,896
รวม	-	(22.32)	(20.42)	(23.38)	(20.75)
	29,275	37,899	50,620	66,099	79,829
	-	(29.46)	(33.57)	(30.58)	(20.77)
	72,498	94,346	118,456	144,147	171,005
	-	(30.14)	(25.55)	(21.69)	(20.71)

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตราขยายตัวในหน่วยร้อยละเทียบกับปีที่ผ่านมา

ปัญหาของสินเชื่อค้างบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาวะหนี้สินส่วนบุคคลของประชาชน นั่นคือมีการนำเงินในอนาคตมาใช้วิกฤตการณ์ทางการเงินส่วนบุคคล จึงเป็นสิ่งที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไข เพราะปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงและเคลื่อนไหวของปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อค้างของบัตรเครดิตในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้ทราบถึงภาพรวมของปริมาณหนี้สินส่วนบุคคลของประเทศไทย ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาต่อเนื่องถึงการเปลี่ยนแปลงกฎข้อบังคับเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อควบคุมปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต ว่ามีประสิทธิภาพในการควบคุมหรือไม่ โดยดูจากนัยสำคัญของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพของสินเชื่อบัตรเครดิตในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสินเชื่อกู้ยืมบัตรเครดิตเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือนและข้อบังคับการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบสภาพการเปลี่ยนแปลงของสินเชื่อกู้ยืมบัตรเครดิตในประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549 และผลกระทบของค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือนและข้อบังคับการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ข้อมูลการใช้จ่ายบัตรเครดิตและปริมาณสินเชื่อกู้ยืมบัตรเครดิตของประเทศไทย ที่ประกอบด้วยกลุ่มธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนภายในประเทศ กลุ่มสาขาธนาคารต่างประเทศ และกลุ่มบริษัทประกอบธุรกิจบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งไม่รวมการใช้จ่ายของชาวต่างประเทศที่ถือบัตรเครดิตต่างประเทศ ในช่วงปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 สินเชื่อกู้ยืมของบัตรเครดิต หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ถือบัตรเครดิตยังไม่ได้ชำระให้ธนาคารหรือบริษัทที่ออกบัตร แต่ยังไม่เกินวงเงินที่ได้กำหนดไว้ในบัตร โดยธนาคารหรือบริษัทที่ออกบัตรให้จะทำการคิดดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดจนกว่าผู้ถือบัตรจะชำระเงินจนครบจำนวน

1.5.2 Non-Bank ในการศึกษาฉบับนี้จะหมายถึง กลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งมิใช่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย หรือ สาขาของธนาคารต่างประเทศ

1.5.3 การเบิกเงินสดล่วงหน้า หมายถึง การที่ผู้ถือบัตรนำบัตรเครดิตไปเบิกเงินจากตู้เบิกเงินอัตโนมัติในรูปของเงินสด ภายใต้วงเงินที่ตนเองได้รับจากผู้ออกบัตร ซึ่งจำนวนเงินที่เบิก

ออกมานี้จะถูกรวมเป็นค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกับ การใช้จ่ายแบบอื่น มอนูญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.4 ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน (Private Consumption Expenditure) รายจ่ายของครัวเรือนและสถาบันที่ไม่แสวงหาผลกำไร ที่จ่ายไปในการซื้อสินค้าและบริการ โดยคิดรวมสินค้าและบริการทั้งในประเทศ และต่างประเทศ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาสภาพของสินเชื่อของบัตรเครดิตและสินเชื่อกู้ยืมบัตรเครดิตในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวความคิด ทฤษฎี ซึ่งประกอบไปด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อต่อระบบเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ในเชิงของเศรษฐศาสตร์ต่อผู้บริโภค และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้บริโภค และในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะประกอบไปด้วย การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของบัตรเครดิตกับดัชนีทางเศรษฐกิจ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในด้านเศรษฐศาสตร์

2.1 แนวคิด ทฤษฎี

2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสินเชื่อต่อระบบเศรษฐกิจ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2548) เมื่อกล่าวถึงสินเชื่อกับระบบเศรษฐกิจ บทบาทของสินเชื่อใน 2 ประเด็น คือ สินเชื่อกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสินเชื่อกับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

2.1.1.1 สินเชื่อกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ในประเด็นสินเชื่อกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนั้น กรณีเศรษฐกิจแบบปิด หากปัจจัยการผลิตได้รับรายได้จากการผลิต ส่วนหนึ่งนำไปจ่ายซื้อสินค้าและบริการทำให้เงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ เกิดการผลิตและเกิดรายได้แก่ปัจจัยการผลิตต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ แต่เงินอีกส่วนหนึ่งนั้นกลายเป็นเงินออมซึ่งเป็นส่วนรั่วไหลออกจากระบบเนื่องจากเป็นเงินที่ไม่ได้ถูกนำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ หากเป็นเช่นนี้ในที่สุดรายได้หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมก็จะลดลง เพราะมีแต่ส่วนรั่วไหลออกจากเศรษฐกิจ เนื่องจากหากรายจ่ายซื้อสินค้าและบริการลดลง รายได้ของปัจจัยการผลิตก็จะลดลงเป็นลำดับ ภาคสินเชื่อจึงเข้ามามีบทบาทในการช่วยอัดฉีดเงินเหล่านี้กลับเข้าสู่ระบบผ่านตลาดสินเชื่อซึ่งเป็นการนำเงินออมกลับออกมาใช้จ่ายใหม่ โดยอาจอยู่ในรูปของการให้กู้แก่รัฐบาลผ่านการซื้อพันธบัตรรัฐบาล หรือการให้สินเชื่อแก่ประชาชนเพื่อใช้ในการบริโภคหรือลงทุนก็ได้ สินเชื่อจึงมีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพราะมีส่วนในการทำให้อุปสงค์มวลรวมในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้

2.1.1.2 สินเชื่อกับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

ประเด็นที่สอง คือ เรื่องของเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ในที่นี้หมายถึงเรื่องของอัตราเงินเฟ้อ ซึ่งตามทฤษฎีอุปสงค์มวลรวมและอุปทานมวลรวมในระบบเศรษฐกิจนั้น หากสมมติให้ปัจจัยอื่นคงที่ เมื่อสินเชื่อในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเท่ากับเป็นการเพิ่มอุปสงค์มวลรวม เกิดการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดแรงกดดันต่อราคาเพิ่มขึ้นหรือเกิดเงินเฟ้อได้ แต่ในทางปฏิบัติแล้ว การเพิ่มขึ้นของสินเชื่ออาจไม่นำไปสู่ภาวะเงินเฟ้อเสมอไป เช่น หากเป็นการกู้เงินเพื่อนำไปลงทุนในการผลิตซึ่งมีผลิตภาพ (Productivity) สูง อาจทำให้อุปทานมวลรวมเกิดการขยายตัวสอดคล้องกับอุปสงค์มวลรวมที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้ภาวะเงินเฟ้อไม่เกิดขึ้น หรืออาจถึงขั้นเกิดภาวะเงินฝืดก็เป็นได้

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2549) ความหมายและลักษณะของสินเชื่อ ในทางเศรษฐศาสตร์มองว่าหน่วยเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจนั้นอาจมีลักษณะการใช้ทรัพยากรที่ไม่สมดุลกันกล่าวคือ บางหน่วยเศรษฐกิจอาจมีความต้องการใช้สินค้าและบริการที่มากกว่าทรัพยากรที่ตนมีอยู่ในปัจจุบัน ในขณะที่บางหน่วยเศรษฐกิจอาจมีทรัพยากรเหลือใช้เกินความต้องการ ดังนั้นหากมีการโอนทรัพยากรส่วนที่เหลือใช้เข้าไปให้ผู้ที่มีความต้องการใช้ทรัพยากรและก่อให้เกิดประโยชน์ได้ โดยตกลงว่าจะมีการชำระคืนแก่เจ้าของเดิมในอนาคต การจัดสรรการใช้ทรัพยากรในระบบเศรษฐกิจก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งในทางกฎหมายอาจเรียกหน่วยเศรษฐกิจที่เป็นผู้รับทรัพยากรนั้นว่าลูกหนี้ซึ่งมีภาระหนี้สินเกิดขึ้น และเรียกหน่วยเศรษฐกิจที่เป็นผู้ให้ยืมทรัพยากรนั้นว่าเป็นเจ้าหนี้หรือเป็นผู้ให้สินเชื่อนั่นเอง ดังนั้นสินเชื่อจึงหมายถึง อำนาจในการเข้าถึงการใช้สินค้าและบริการ โดยสัญญาว่าจะชดใช้คืนในอนาคต โดยสินเชื่ออาจอยู่ในรูปของสินค้าและบริการหรืออยู่ในรูปของเงินก็ได้ เช่น การขอยืมข้าวสารจากเพื่อนบ้านมาบริโภคและหามาคืนในภายหลัง หรือการได้รับสินเชื่อเป็นเงินสดหรือบัญชีกระแสรายวันจากธนาคารพาณิชย์โดยมีข้อตกลงที่จะชำระคืนในอนาคตตามที่ตกลงกัน เป็นต้น

ภาพรวมของการเกิดขึ้นของสินเชื่อและความสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจโดยภาคการเงินเป็นส่วนส่งเสริมให้เกิดการใช้ทรัพยากรในภาคเศรษฐกิจจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มจากการที่หน่วยเศรษฐกิจที่มีรายได้มากกว่าความต้องการใช้จ่ายทำให้เกิดส่วนรั่วไหลจากระบบเศรษฐกิจกลายเป็นการออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ออมผ่านระบบธนาคารพาณิชย์หรือการออมผ่านตราสารทางการเงินอันได้แก่ตราสารหนี้ประเภทต่าง ๆ จากนั้นหน่วยเศรษฐกิจที่มีความต้องการใช้จ่ายมากกว่าทรัพยากรที่ตนมีอยู่ก็จะขอกู้หรือขอสินเชื่อจากหน่วยเศรษฐกิจที่ออมเงิน โดยมีอัตราดอกเบี้ยเป็นราคาของทุนในการที่จะเป็นเครื่องมือช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรจากผู้ออมไปสู่ผู้กู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้กู้นั้นไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล (เช่น การขาดดุล

งบประมาณ) หรือเอกชนก็แล้วแต่ จะนำสินเชื่อเหล่านี้ไปใช้จ่ายซึ่งเป็นการอัดฉีดเงินที่รั่วไหลกลับเข้าสู่ภาคเศรษฐกิจจริงอีกครั้งหนึ่ง

อย่างไรก็ตามมักพบว่า โดยปกติสินเชื่อส่วนใหญ่เกิดขึ้นในรูปของการได้รับสินเชื่อจากระบบสถาบันการเงินเพื่อการลงทุนในกิจการเชิงพาณิชย์ต่าง ๆ ในที่นี้จึงจะได้กล่าวถึงลักษณะของอุปสงค์และอุปทานของสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ดังนี้

2.1.1.3 อุปสงค์ต่อสินเชื่อ สินเชื่อจากสถาบันการเงินอาจอยู่ในรูปของสินเชื่อเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อการบริโภคและเพื่อการลงทุน เป็นต้น และอาจเป็นอุปสงค์ที่มาจากภาครัฐหรือภาคเอกชนก็ได้ โดยสินเชื่อแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์แตกต่างกันไป เช่น หากเป็นอุปสงค์ต่อสินเชื่อจากภาครัฐอาจไม่ขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยหรือกลไกตลาด แต่ขึ้นอยู่กับนโยบายของภาครัฐ เป็นต้น แต่โดยส่วนใหญ่แล้วสินเชื่อจากสถาบันการเงินมักเป็นสินเชื่อเพื่อการลงทุนจากภาคเอกชนซึ่งเป็นไปตามกลไกตลาด ดังนั้นการศึกษาอุปสงค์ต่อสินเชื่อจึงมักคำนึงถึงอุปสงค์ต่อการลงทุนของภาคเอกชนเป็นอันดับแรก โดยอุปสงค์ต่อการลงทุนนั้นหมายถึง ความเต็มใจหรือความต้องการที่จะลงทุนของผู้ลงทุน ซึ่งในที่นี้จะขออธิบายถึงหลักการเบื้องต้นของอุปสงค์ต่อการลงทุน

โดยปกติแล้วการลงทุนย่อมต้องการผลตอบแทน ถ้าอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับสูง ความต้องการในการขอสินเชื่อเพื่อการลงทุนก็จะน้อย แต่ถ้าอัตราดอกเบี้ยตลาดต่ำลงก็就会有ความต้องการหรืออุปสงค์ต่อการกู้เงินหรือขอสินเชื่อเพื่อการลงทุนมาก ดังนั้น หากกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ราคาปัจจัยการผลิตมีค่าคงที่แล้ว เส้นอัตราผลตอบแทนดังกล่าวก็คืออุปสงค์ต่อการลงทุนของนักลงทุนนั่นเอง ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์เรียกเส้นอุปสงค์ต่อการลงทุนนี้ว่า Marginal Efficiency of Capital (MEC) ;

การจัดหาเงินทุนเพื่อลงทุนของภาคเอกชนนั้น มิได้มาจากการขอสินเชื่อผ่านสถาบันการเงินเพียงอย่างเดียว แต่อาจมาจากแหล่งอื่น ๆ เช่น การออกหุ้นสามัญ การออกหุ้นกู้เองโดยตรง การใช้กำไรที่ยังไม่ได้จ่ายเป็นเงินปันผลและค่าเสื่อมราคา ก็ได้ ซึ่งการระดมเงินทุนจากแหล่งอื่น ๆ เหล่านี้สามารถทดแทนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ อาจมีผลให้อุปสงค์ต่อสินเชื่อจากสถาบันการเงินเพื่อการลงทุนลดลง

2.1.1.4 อุปทานของสินเชื่อหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเงินที่จะให้กู้และอัตราผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยที่สถาบันการเงินจะได้รับ ทั้งนี้ สถาบันการเงินคือ คำนึงถึงต้นทุนของตนตั้งแต่ต้นทุนในการระดมทุน เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ตลอดจนต้นทุนในการดำเนินการต่าง ๆ โดยทั่วไปมักนึกถึงปริมาณเงินที่สถาบันการเงินสามารถระดมทุนเข้ามาได้ เช่น ปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนที่จะนำไปให้ลูกค้าของสถาบันการเงิน เช่น นักลงทุน มาชงู และตามทฤษฎีแล้วประชาชนก็อาจมีความต้องการฝากเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากขึ้นเมื่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงขึ้น และฝากเงินน้อยลงหากอัตราดอกเบี้ยลดลง เส้นอุปทานจึงเป็นเส้นที่มีความชันเป็นบวก แสดงให้เห็นถึงสินเชื่อเพื่อการลงทุนซึ่งกู้ยืมจากสถาบันการเงิน เนื่องจากเป็นธุรกรรมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น แต่การให้สินเชื่อมิได้มีเฉพาะเพื่อการลงทุนของภาคเอกชนเท่านั้น หากแต่ยังมีอีกหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทานของสินเชื่อสำหรับสถาบันการเงินในภาพกว้างออกไป เช่น

ในด้านอุปสงค์ต่อสินเชื่อ สำหรับภาคครัวเรือน อาจมีความต้องการสินเชื่อเพื่อการบริโภคโดยกู้ยืมจากสถาบันการเงินในรูปของสินเชื่อบุคคลหรือสินเชื่อบัตรเครดิต สำหรับภาครัฐบาลอาจกู้เงินจากภาคเอกชนในยามขาดดุลการคลังโดยการที่สถาบันการเงินต่าง ๆ ให้รัฐบาลกู้เงินผ่านการประมูลพันธบัตรรัฐบาล เว้นแต่หากรัฐบาลมีทรัพยากรเหลือสะสมอยู่จากการเกินดุลการคลังในอดีตก็สามารถนำมาใช้จ่ายได้โดยไม่ต้องเข้าไปเพิ่มอุปสงค์ต่อสินเชื่อเพื่อแข่งขันทรัพยากรกับภาคเอกชน

ในด้านอุปทานของสินเชื่อ อาจพิจารณาจากอุปสงค์ต่อเงิน ซึ่งกระทบกับอุปทานของสินเชื่อในทางผกผัน กล่าวคือ หากอุปสงค์ต่อเงินเพิ่มขึ้นอุปทานของสินเชื่อซึ่งอาจเป็นเงินออมที่ฝากธนาคารหรือการซื้อตราสารหนี้ย่อมลดลง นอกจากนี้ การใช้นโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อเพิ่มหรือลดปริมาณเงินในระบบผ่านการซื้อขายพันธบัตรหรือที่เรียกว่า Open Market Operation ก็มีผลกระทบต่ออุปทานของสินเชื่อเช่นกัน สำหรับภาคต่างประเทศ หากชาวต่างชาตินำเงินเข้ามาปล่อยกู้ในประเทศหรือมาลงทุนในตราสารหนี้ก็ย่อมเป็นการเพิ่มอุปทานของสินเชื่ออีกทางหนึ่ง

โดยสรุปคือ การให้สินเชื่อจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้กู้มีความต้องการในการกู้และผู้ให้กู้ซึ่งมีเงินมากพอต่อความต้องการของผู้กู้พิจารณาอย่างมีเหตุมีผลแล้วว่าสมควรให้กู้ ธุรกรรมจึงเกิดขึ้น

2.1.2 ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาจะนำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการอุปโภคและพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการของผู้บริโภค เนื่องจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตนั้นเป็นการใช้จ่ายในการอุปโภคเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งใช้บัตรเครดิตเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการแทนเงินสดและเช็ค ซึ่งจะแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

2.1.2.1 แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการอุปโภค

ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภค แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยทางด้านจิตใจ และปัจจัยทางด้านวัตถุ

1 ปัจจัยทางด้านจิตใจ (Subjective factors)

อุปนิสัยบุคคล เป็นการคำนึงถึงอนาคต ความต้องการที่จะเป็นอิสระและความต้องการเพิ่มรายได้ในอนาคต กล่าวคือ บุคคลใดถ้ามีอุปนิสัยเป็นคนมัธยัสถ์ รู้จักเก็บออม รายจ่ายเพื่อการบริโภคย่อมน้อยกว่าบุคคลที่มีอุปนิสัยใช้จ่ายสุรุยสุราย ทั้งที่ระดับรายได้เท่ากัน บุคคลบางประเภทอาจคำนึงถึงอนาคตทำให้พยายามประหยัดรายจ่ายในปัจจุบันเพื่อสำรองไว้ใช้จ่ายในอนาคตเมื่อเกิดกรณีที่เกิดไม่ถึง เช่น เกิดการว่างงาน เจ็บป่วย หรือไว้ใช้จ่ายในยามชรา เป็นต้น

ความกดดันทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีแนวโน้มในการกระตุ้นการใช้จ่าย กล่าวคือ บุคคลอาจจัดสรรรายได้ส่วนใหญ่ไปเพื่อการบริโภค ทั้งนี้เนื่องจากความต้องการ และมีความจำเป็นต้องรักษาดำแหน่งของตนในสังคมหรือเพื่อรักษาระดับความเป็นอยู่ของตนให้ใกล้เคียงกับเพื่อนบ้านแม้ว่ารายได้จะต่างกันก็ตาม นอกจากนี้ ท่าทีความรู้สึก นึกคิดของบุคคลในสังคมก็มีผลต่อการใช้จ่าย กล่าวคือ ถ้าบุคคลในสังคมใดมีความคิดว่าการออมหรือการประหยัดเป็นสิ่งไม่ควรกระทำ หรือวัตถุประสงค์ของบุคคลจากสินค้าที่บริโภค เช่น รถยนต์คันใหญ่ ๆ เสื้อผ้าที่สวยงามเหล่านี้ก็จะเป็นสิ่งกระตุ้นในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น

การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เช่น เรื่องการคาดคะเนรายได้ในอนาคต กล่าวคือ หากคาดว่ารายได้ของตนจะลดลงในอนาคต เขาจะลดการบริโภคในปัจจุบันลงเพื่อเก็บไว้ใช้ในอนาคต ในทางตรงกันข้ามถ้าเขาคาดว่ารายได้ของเขาจะสูงขึ้นในอนาคต เขาก็จะมีแรงกระตุ้นในการบริโภคในปัจจุบันที่สูงขึ้นเช่นเดียวกับการคาดคะเนเรื่องราคา เป็นต้น

2 ปัจจัยทางด้านวัตถุ (Objective factors)

ปัจจัยทางด้านวัตถุที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภคของบุคคลได้แก่

- การกระจายรายได้ของสังคม กล่าวคือ บุคคลใดหรือครอบครัวใดที่มีรายได้สุทธิค่อนข้างสูงจะสามารถเก็บออมไว้คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของรายได้ที่สูงกว่าบุคคลหรือครอบครัวที่มีรายได้สุทธิต่ำกว่าหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคนยากจนมักใช้จ่ายเป็นเปอร์เซ็นต์ของรายได้สูงกว่าคนรวย ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่าระบบเศรษฐกิจใดถ้าการกระจายรายได้เป็นไปอย่างไม่ยุติธรรมโดยเหลื่อมล้ำกันมาก กล่าวคือ ส่วนใหญ่ของรายได้สุทธิของประเทศตกอยู่กับชนกลุ่มน้อยของประเทศ แล้วปริมาณการออมของประเทศจะอยู่ในระดับสูงกว่าในกรณีที่การกระจายรายได้ของประเทศเป็นไปอย่างค่อนข้างยุติธรรม

- ขนาดของสินทรัพย์สภาพคล่อง หมายถึง สิ่งที่ดีถือว่าเป็นเงิน ได้แก่ ธนบัตร เหรียญ เงินฝากเดินสะพัด (Current deposit) และสินทรัพย์อื่น ๆ ซึ่งสามารถเปลี่ยนเป็นเงินได้รวดเร็วและไม่เสียค่าใช้จ่ายมากนัก เช่น หุ้น พันธบัตร เงินฝากประจำ เป็นต้น บุคคลที่มีหลักทรัพย์เหล่านี้มากมักจะมีเปอร์เซ็นต์ของการใช้จ่ายในการบริโภคสูง เพราะไม่จำเป็นต้องสะสมหลักทรัพย์เหล่านี้แล้วจึงหันไปบริโภคมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การให้สินเชื่อในการบริโภค เช่น การผ่อนชำระสินค้าเป็นการกระตุ้นในการใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งนี้เพราะแม้ว่าบุคคลจะยังไม่มียาใช้ได้หรืออาจมีแต่อยู่ในระดับต่ำ เมื่อมีการให้สินเชื่อในการบริโภคก็จะสามารถซื้อสินค้าและนำไปใช้ก่อนได้โดยยอมชำระเงินในภายหลัง เท่ากับเป็นการใช้จ่ายรายได้ในอนาคต ดังนั้นหากระบบเศรษฐกิจใดมีการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคมากก็จะทำให้มีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมากกว่าระบบเศรษฐกิจที่ไม่มีการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภค และการให้สินเชื่อเพื่อการบริโภคจะรวมดอกเบี้ยเข้าไปในราคาสินค้าด้วย จึงทำให้มูลค่าการบริโภคเพิ่มขึ้นไปด้วย

- ขนาดของสินทรัพย์อุปโภคบริโภคถาวรที่มีอยู่ ได้แก่ สินทรัพย์ที่มีอายุใช้งานค่อนข้างนาน เช่น ตู้เย็น โทรทัศน์ วิทยุ รถยนต์ เป็นต้น ซึ่งสินทรัพย์ถาวรนี้จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคใน 2 ด้านด้วยกัน กล่าวคือ อาจทำให้การบริโภคของบุคคลมากขึ้นเพราะมีสินทรัพย์ถาวรอยู่มาก เพราะบุคคลไม่จำเป็นต้องแสวงหาสินทรัพย์เหล่านั้นอีกแล้ว จึงมีเงินเหลือใช้จ่ายในการบริโภคมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลมีรถยืมหรือยืมรถมาใช้จ่ายในการนั่งรถรับจ้างหรือรถประจำทาง เป็นต้น

- ระดับราคาสินค้า ในระยะที่ระดับราคาสินค้าสูงขึ้นทำให้การใช้จ่ายในการบริโภคสูงตามไปด้วย ในทางตรงข้ามถ้าระดับราคาสินค้าต่ำการใช้จ่ายในการบริโภคก็จะต่ำตามไปด้วย ถึงแม้ว่าจะมีการบริโภคสินค้าปริมาณเท่าเดิมก็ตาม

- การกระจายอายุของประชากร โดยมากบุคคลจะมีการออมทรัพย์มักเป็นบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคน คือ อายุเลย 30 ปี ขึ้นไป เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามชรา ดังนั้นหากระบบเศรษฐกิจมีบุคคลในวัยนี้มาก การบริโภคก็จะลดลงและจะมีการออมมากขึ้นทดแทน

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นว่า มีผลต่อการใช้จ่ายในการบริโภคทั้งสิ้น ซึ่งบัตรเครดิตก็เป็นสินเชื่อเพื่อการบริโภครูปแบบหนึ่งที่ทำให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้โดยสามารถนำไปซื้อสินค้าได้ก่อนและกำหนดชำระเงินในภายหลัง ดังนั้นเป็นปัจจัยที่เราน่าจะศึกษาว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของประชาชนนั้นมีแนวโน้มขยายตัวไปในทิศทางใดและมีผลกระทบต่อตัวแปรวัดดัชนีทางเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการของผู้บริโภค

ความหมายและลักษณะของผู้บริโภค (สุมนา อยู่โพธิ์ 2524) มนุษย์ทุกคนทุกอาชีพ ทุกเพศ ทุกวัย เป็นผู้บริโภคเพราะมนุษย์ทุกคนเป็นผู้ต้องการสินค้าและบริการ ถ้ามนุษย์ปราศจากสิ่งที่จะบำบัดความต้องการ มนุษย์จะมีชีวิตอยู่ไม่ได้มนุษย์ต้องการบริโภคสิ่งจำเป็นและสิ่งไม่จำเป็น นับตั้งแต่ปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกสบายทั้งหลาย ตลอดจนการท่องเที่ยวพักผ่อน เพื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มนุษย์จะมีความสุขยิ่งขึ้น การบริโภคจึงเป็นไปเพื่อสนองทั้งความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจของมนุษย์

แต่ละสังคมย่อมประกอบด้วยผู้บริโภค หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ประชากรในสังคมใด ๆ ย่อมมีฐานะเป็นผู้บริโภค ในทัศนะทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งมุ่งศึกษาในแง่ของการเสนอซื้อและการสนองเสนอขาย (Demand and Supply) ประชากรหรือผู้บริโภคในสังคมก็อาจแบ่งได้เป็น 6 ระยะ ดังนี้

1. Upper Class ประมาณร้อยละ 1 ได้แก่ กลุ่มครอบครัวเก่า ได้รับมรดกตกทอดต่อ ๆ กันมา เป็นกลุ่มสังคมเล็ก ๆ และมักเป็นกลุ่มอ้างอิงให้กลุ่มอื่นเลียนแบบ โดยเฉพาะรูปแบบการอุปโภคบริโภค

2. Lower Upper Class ประมาณร้อยละ 2 ได้แก่ผู้ที่มีรายได้สูง มีความสามารถพิเศษในสายงานอาชีพหรือธุรกิจร่ำรวย เลื่อนฐานะมาจากชนชั้นกลาง มักซื้อสินค้าเพื่อสถานะ (Status) ของกลุ่มตน เช่น ซื้อบ้านราคาแพง มีสระว่ายน้ำ ใช้รถยนต์ราคาแพง และให้ลูกเรียนโรงเรียนดี ๆ เป็นต้น

3. Upper Middle Class ร้อยละ 12 ชนชั้นนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอย่างมาก เพื่อจะได้ไม่กลายเป็นชนชั้นที่ต่ำกว่า กลุ่มนี้มักซื้อของที่มีคุณภาพ เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จของตน

4. Lower Middle Class ร้อยละ 30 ได้แก่ กลุ่มคนที่ทำงานนั่งโต๊ะเป็นพนักงานขายและเจ้าของกิจการเล็ก ๆ มักต่อสู้เพื่อให้ได้รับการยอมรับนับถือจากสังคมมักใช้เวลามากในการเลือกสินค้า เพื่อให้ได้ของที่มีราคาไม่แพง

5. Upper Lower Class ร้อยละ 35 ชีวิตประจำวันของคนกลุ่มนี้ส่วนมากจำเจไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง มักซื้อสินค้าที่หือเดียวตลอดและบางครั้งก็ซื้อสินค้าที่ดึงดูดใจมากกว่าคุณภาพ

6. Lower Lower Class ร้อยละ 20 ชนชั้นต่ำสุดในสังคมไม่ได้รับการศึกษา มักซื้อสินค้าเงินเชื่อ

ถ้าแบ่งตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social Economy Status) ก็สามารแบ่งได้เป็น

กลุ่มรายได้ระดับ A หรือผู้ที่มีรายได้สูง

กลุ่มรายได้ระดับ B หรือผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง

กลุ่มรายได้ระดับ C หรือผู้ที่มีรายได้ปานกลาง

กลุ่มรายได้ระดับ D หรือผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างต่ำ

กลุ่มรายได้ระดับ E หรือผู้ที่มีรายได้น้อย หรือต่ำกว่ามาตรฐานการครองชีพในสังคม

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค(นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2537,99-100) อธิบายว่า ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ ที่ผู้บริโภคเผชิญอยู่ ด้วยจำนวนเงินที่มีจำกัด ด้วยราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในตลาด และด้วยความต้องการที่จะแสวงหาความพอใจสูงสุดของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการจัดสรรเงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ การศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคจะสามารถช่วยให้เราเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและ อธิบายได้ว่า ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อสินค้าจำนวนน้อยเมื่อสินค้ามีราคาสูง และทำไมจึงซื้อสินค้ามากขึ้นเมื่อราคาสินค้าลดลง

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (ปริดา นาคเนาทิม 2540,139) อธิบายว่า ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและ บริการต่าง ๆ ว่าใช้อะไรเป็นหลักในการช่วยตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าแต่ละชนิด และถ้าตัดสินใจซื้อจะซื้อเป็นจำนวนมากน้อยเท่าไร

ในการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีการศึกษาได้ 3 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแนวคิดอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย อรรถประโยชน์(นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2537,144) หมายถึง ความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือบริการหรือก็คือความสามารถของสินค้าและ บริการในการบำบัดความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง ค่าอรรถประโยชน์ย่อมแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า บุคคล สถานที่ และกาลเวลา ในการจัดสรรสินค้าเพื่อใช้ประโยชน์ในทางต่าง ๆ หรือการจัดสรรเงินใช้ซื้อสินค้าชนิดต่าง ๆ ผู้บริโภคจะมีจุดมุ่งหมายการพยายามทำให้อรรถประโยชน์ทั้งหมดมีค่าสูงสุด

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแนวคิดความพอใจเท่ากัน เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากทฤษฎีอรรถประโยชน์ดังกล่าว คือ ความเท่าเทียมกับหน่วยสุดท้ายระหว่าง อัตราการใช้แทนกันของสินค้าและ อัตราราคาซึ่งจากหลักการดังกล่าว สามารถนำไปใช้หาเส้นอุปสงค์ชนิดต่างๆ อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคตามกฎของอุปสงค์ และประยุกต์ใช้อธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ ได้มากมาย (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2537,196)

3. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีที่ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจจากการซื้อสินค้า (ปริดา นาคเนาทิม 2540,139) ซึ่งเป็นทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่พัฒนาโดย แซมมวลสัน (Paul M Samuelsson) อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคให้สมเหตุสมผลมากขึ้น โดยไม่ใช้เส้นความพอใจเท่ากันมาอธิบาย แต่มีแนวคิดให้ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจที่ได้รับจากการเลือกซื้อสินค้า (The revealed preference)

คูนิรันด์ แวมฉีวรรณ (2539) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภค และการออมของผู้ถือบัตรเครดิต ในเชิงเปรียบเทียบก่อนและหลังมีบัตรเครดิต พฤติกรรม การถือเงิน ภาระหนี้สิน และปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและ ทดสอบจากกรอบการออกแบบสอบถามพนักงานบริษัทเอกชนที่ออกโดยบริษัทบัตรเครดิตหรือธนาคารทั้งในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศ และสาขาของธนาคารต่างประเทศที่เป็นตัวแทนอยู่ในประเทศไทยในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 150 คน ใช้วิธีวิเคราะห์โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ของตัวแปรที่ต่อการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิต และใช้แบบจำลอง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายกับรายได้ของผู้ถือบัตรเครดิตและปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงิน โดยสมการถดถอยเชิงซ้อน

พฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีการบริโภคเพิ่มขึ้น และมีพฤติกรรม การออมลดลงเมื่อมีบัตรเครดิต และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการ บริโภคเมื่อมีบัตรเครดิตที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 คือ อายุ รายได้ และระยะเวลาการถือบัตร แต่ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ อายุ และรายได้ เท่านั้น ส่วนปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ ถือบัตรเครดิต คือ รายได้ และปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงิน โดยปัจจัยทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กับการบริโภคในทิศทางเดียวกันมีค่าความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้าย เท่ากับ 0.73 มีความโน้มในการออม เท่ากับ 0.27 มีค่าความโน้มเอียงในการบริโภค เท่ากับ 0.77 ผล การวิเคราะห์แสดงว่าผู้ถือบัตรเครดิตมีพฤติกรรมการบริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นการบริโภคที่ ฟุ่มเฟือยและ ทำให้การออมลดลงด้วย

2.2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณิรัตน์ แววมณีวรรณ (2539) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภค และการออมของผู้ ถือบัตรเครดิต ในเชิงเปรียบเทียบก่อนและหลังมีบัตรเครดิต พฤติกรรม การถือเงิน ภาระหนี้สิน และปัจจัยที่กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และความสัมพันธ์ ของตัวแปรที่ต่อการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและ ทดสอบ ภูมิจากการออกแบบสอบถามพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 150 คน ใช้วิธี วิเคราะห์โดยการทดสอบค่าไคสแควร์ของตัวแปรที่ต่อการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมในการ บริโภคเมื่อมีบัตรเครดิต และใช้แบบจำลอง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายกับรายได้ของ ผู้ถือบัตรเครดิตและปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงิน โดยสมการถดถอยเชิงซ้อนผล การศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีการบริโภคเพิ่มขึ้น และมี พฤติกรรมการออมลดลงเมื่อมีบัตรเครดิต และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมในการบริโภคเมื่อมีบัตรเครดิตที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 คือ อายุ รายได้ และ ระยะเวลาการถือบัตร แต่ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ อายุ และรายได้ เท่านั้น ส่วนปัจจัยที่ กำหนดการบริโภคของผู้ถือบัตรเครดิต คือ รายได้ และปริมาณดอกเบี้ยที่จ่ายคืนสถาบันการเงิน โดยปัจจัยทั้ง 2 มีความสัมพันธ์กับการบริโภคในทิศทางเดียวกันมีค่าความโน้มเอียงในการบริโภค

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หน่วยสุดท้าย เท่ากับ 0.73 มีความโน้มในการออม เท่ากับ 0.27 มีค่าความโน้มเอียงในการบริโภค เท่ากับ 0.77 ผลการวิเคราะห์แสดงว่าผู้ถือบัตรเครดิตมีพฤติกรรมการบริโภคที่เพิ่มขึ้น โดยเป็นการบริโภคที่ฟุ่มเฟือยและ ทำให้การออมลดลงด้วย

ปิยะฉัตร รัตนวิบูลย์ (2542) ได้ทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิต : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ โดยมุ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการวิเคราะห์ เิงพรรณนา และเชิงสถิติ โดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานบริษัทเอกชน ต่างก็มีสัดส่วนค่าอาหารต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดมากที่สุด และผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นข้าราชการจะมีสัดส่วนของค่าอาหารต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดมากกว่าผู้ถือบัตรที่เป็นพนักงานเอกชน และเมื่อพิจารณาสัดส่วนของค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตด้านต่าง ๆ ต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด ผลที่ได้เป็นเช่นเดียวกันกับสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด ผลการวิเคราะห์นี้ ทำให้ทราบว่า พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้สูงกว่าข้าราชการ ซึ่งเกิดจากการที่มีแบบแผนรายได้แบบรายได้เปรียบเทียบ การบริโภคจึงขึ้นอยู่กับรายได้สูงสุดที่เคยได้รับ ซึ่งต่างจากข้าราชการที่มีแบบแผนรายได้แบบรายได้ถาวรคือ รายได้เฉลี่ยชั่วชีวิต จึงสรุปได้ว่า ผู้ถือบัตรเครดิตที่เป็นข้าราชการและพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของแองเจิล

ทัศนวรรณ เจียทอง (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาโดยภาพรวมของการใช้บัตรเครดิตพบว่า โดยเฉลี่ยผู้บริโภคถือบัตรเครดิตคนละ 2 ใบ โดยมีวงเงินเฉลี่ยประมาณ 51,109 บาท ที่อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 16.9 โดยใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 3,001-5,000 บาท และจะใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเป็นค่าสินค้าและบริการโดยตั้งใจที่จะชำระคืนเต็มจำนวนภายในกำหนดเวลา ส่วนเหตุผลที่จะทำให้ถือบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ ไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปี การได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ หรือได้รับของพรีเมียมที่ดึงดูดใจ สำหรับเหตุผลหลักที่ทำให้ยกเลิกการถือบัตรเครดิต คือการครบกำหนดเวลาขกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมแรกเข้า และความสะดวกของสถานที่รับชำระเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคพิจารณาในการสมัคร ผู้บริโภคที่ใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการเบิกถอนเงินสดอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับผู้บริโภคที่ชำระคืนเต็มจำนวนให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยน้อยกว่าผู้บริโภคที่ชำระคืนเพียงบางส่วนอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากบัตรเครดิตในเรื่องการลดความเสี่ยงในการถือเงินและความสะดวกในการชำระสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าสูงมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินขั้นต่ำที่ผู้บริโภคตัดสินใจผ่านบัตรเครดิตอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุภชาติ หิรัญณรงค์ชัย (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของประชาชนที่มีต่ออัตราเงินเฟ้อ โดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติ วิเคราะห์สมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ รายไตรมาสจากรายงานสถิติเศรษฐกิจและการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี พ.ศ.2541 ถึงไตรมาส 2 ปี พ.ศ.2545 มาทดสอบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EVIEWS ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่ออัตราเงินเฟ้อ ได้แก่ มูลค่าการใช้จ่ายบัตรเครดิตและมูลค่าการส่งออก โดยที่มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอัตราเงินเฟ้อในประเทศไทย

มนัสวี มาลา (2548) พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรเขตราชบุรีบูรณะ เขตบางแค เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตท่าพระ จำนวน 250 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประมวลผล ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตชนิดีแมงค์ เหตุผลในการใช้บัตรเครดิตเพราะมีความสะดวกสบายในการชำระเงิน โดยใช้บัตรเครดิตประมาณ 1 – 5 ครั้ง/เดือน ส่วนวิธีการชำระเงินพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชำระเงินคืนโดยการชำระเต็มจำนวน และเห็นว่าบัตรเครดิตมีประโยชน์ในเรื่องความสะดวกในการใช้จ่าย ส่วนใหญ่นิยมใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น อาหาร ข้าวของเครื่องใช้เครื่องแต่งกาย รวมทั้งใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าอาหารและเครื่องดื่มตามร้านอาหาร (2) ในด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิต กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตสูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตต่ำที่สุดคือปัจจัยด้านราคา

2.3 วิธีการศึกษา

2.3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ ที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ข้อมูลปริมาณสินค้าคงค้างของบัตรเครดิตในประเทศไทย จากธนาคารแห่งประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน (Private Consumption Expenditure) จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ บทความ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง จากศูนย์วิจัยของธนาคารพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายให้เห็นลักษณะการดำเนินธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงในภาพรวมของปริมาณสินเชื่อและสินเชื่อคงค้างของบัตรเครดิต ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาในปีพ.ศ.2545 ถึงพ.ศ.2549 โดยใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) จะใช้วิธีทางเศรษฐมิติ วิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares-OLS) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน และข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อบัตรเครดิต ที่ส่งผลต่อปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 ถึงพ.ศ.2549 โดยมีแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

$$DC = a_0 + a_1PEX + a_2D1 + a_3D2 + a_4D3$$

โดยกำหนดให้

- DC = มูลค่าสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิต
- PEX = ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคของภาคครัวเรือน (Private Consumption -Expenditure)
- D1 = ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนเมษายน ปีพ.ศ. 2545 โดยอนุญาตให้ผู้มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปสามารถมีบัตรเครดิตได้
- D2 = ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2545 โดยกำหนดให้ผู้ต้องการมีบัตรเครดิตต้องมีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป
- D3 = ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนธันวาคม ปีพ.ศ. 2549 โดยอนุญาตให้ธนาคารและผู้ประกอบการบัตรเครดิตสามารถเรียกเก็บดอกเบี้ยค้างชำระเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18 เป็นร้อยละ 20

การกำหนดตัวแปร D1, D2 และ D3 ในการวิเคราะห์ผล ด้วยโปรแกรม SPSS สามารถทำได้โดยมีเงื่อนไขดังนี้

2.1 ให้ตัวแปร D1, D2 และ D3 เป็นตัวแปรอิสระ แทนข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยกำหนดให้เป็นตัวแปรชนิด nominal

2.2 การใส่ข้อมูล ให้ใส่ข้อมูลเป็นเลขศูนย์ (0) เมื่อไม่มีการเปลี่ยนแปลงข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยในช่วงไตรมาสนั้น ๆ และใส่ข้อมูลเป็นเลขหนึ่ง (1) เมื่อมีการใช้ข้อบังคับนั้น ๆ ในไตรมาสที่มีการบังคับใช้ข้อกำหนดดังกล่าว



บทที่ 3

การใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย

ในยุคที่ไม่มีการใช้เงินตรา การที่จะได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น จะใช้วิธีการโดยการแลกเปลี่ยนซึ่งถือว่าเป็นระบบแรกที่มีมนุษย์เรานำมาใช้ ก่อนที่จะพัฒนาระบบการซื้อขายมาใช้สื่อกลางในการแลกเปลี่ยนนั้นคือเงินตรา อย่างไรก็ตามเงินตราที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่สะดวกและไม่ปลอดภัยในการพกพาครั้งละมาก ๆ จนกระทั่งมีการพัฒนาสื่อกลางที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการแทนการใช้เงินตรานั้นคือบัตรเครดิต

ในประเทศไทยได้มีการนำบัตรเครดิตมาใช้แทนเงินในการซื้อสินค้าและบริการซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงบัตรเครดิตในบทนี้เป็นการศึกษาลักษณะธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1 ความเป็นมาบัตรเครดิต
- 3.2 ความหมายของบัตรเครดิต
- 3.3 ประเภทของบัตรเครดิต
- 3.4 ประโยชน์จากบัตรเครดิต
- 3.5 วิธีการใช้บัตรเครดิต
- 3.6 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในประเทศไทย
- 3.7 สภาพบัตรเครดิตในประเทศไทย
- 3.8 การแข่งขันและกลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดของบัตรเครดิต

3.1 ความเป็นมาของบัตรเครดิต

3.1.1 บัตรเครดิตที่ออกโดยบริษัทบัตรเครดิตในแรกของโลกได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2457 โดยบริษัทเฮนเนอรัล ซีโตรีเลียมคอร์ปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย หรือบริษัท โมบิล ออยล์ การออกบัตรเครดิตเพื่อวัตถุประสงค์ให้พนักงาน และลูกค้าที่เลือกกลุ่มเฉพาะสำหรับซื้อผลิตภัณฑ์ของตน ต่อมาในปีพ.ศ. 2493 นายแฟรงค์ แมคนามารา และนายราล์ฟ ซีโนเคอร์ ได้จัดตั้งบริษัท ไคเนอร์คลับ ในการออกบัตร ไคเนอร์คลับให้กลุ่มเพื่อน ๆ และผู้ที่ติดต่อกิจวัตรกับบริษัทของตน เพื่อการใช้จ่ายในโรงแรมและภัตตาคารในนิวยอร์ก โดยวันครบกำหนดชำระคอนสิ้นเดือน และไม่มีวงเงิน โดยผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรตามที่ผู้ออกบัตรได้จัดทำให้ผู้บัตรเครดิตทราบ จากลักษณะดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของบัตรเครดิตชนิดเพื่อการเดินทางและการรับรอง หรือ Charge Card เพราะบริษัท ไคเนอร์คลับ ไม่ได้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าเอง แต่เป็นตัวกลางในการให้บริการและอำนวยความสะดวก

แก่ผู้ถือบัตรและร้านค้าที่มีข้อตกลงรับบัตรเครดิตของไคเนอร์คลับ ดังนั้นสมาชิกของไคเนอร์คลับ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จึงไม่ต้องเปิดบัญชี กับร้านค้าแต่ละราย และบรรดาร้านค้าซึ่งตกลงเป็นสมาชิกบัตรเครดิตไดเนอร์คลับ ก็ไม่ต้องคอยติดตามเรียกเก็บเงินจากลูกค้าเพราะไดเนอร์คลับจะเป็นผู้ชำระเงินแทนสมาชิกบัตร ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตไดเนอร์คลับ ดังนั้นบัตรเครดิตไดเนอร์คลับจึงเป็นบัตรเครดิตใบแรกของโลก และเป็นบัตรเครดิตที่ออกบัตรเครดิตรายแรกในประเทศไทย เมื่อปีพ.ศ. 2512 ในปีพ.ศ. 2501-2502 ได้มีบริษัทผู้ออกบัตรแทนธนาคารต่าง ๆ คือ ปีพ.ศ.2501 บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส ได้ก่อตั้งขึ้น ปี พ.ศ. 2502 Ches Manhattan Bank ร่วมกับธนาคารแห่งสหรัฐอเมริกาได้ออกบัตรวีซ่าการ์ด ต่อมา ปีพ.ศ. 2509 ธนาคารในแถบตะวันออกของสหรัฐอเมริการ่วมกับเวลล์ฟาร์โก ได้ร่วมกันออกบัตรเครดิต Master Card

3.1.2 บัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ในปีพ.ศ. 2515 ธนาคารกสิกรไทยกับธนาคารศรีนคร ร่วมกันออกบัตรเครดิตรายแรกของประเทศไทย สามารถใช้ได้เพียงภายในประเทศ เรียกว่าบัตรเครดิตอเนกประสงค์ ปีพ.ศ. 2517 ธนาคารกสิกรไทยได้รับสิทธิเป็นตัวแทนออกบัตรมาสเตอร์การ์ดในประเทศไทย ต่อมาปีพ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย ได้ออกบัตรในชื่อของธนาคารกสิกรไทยเอง เรียกว่าบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และในขณะเดียวกัน ธนาคารศรีนคร ได้ออกบัตรเครดิตชื่อว่า บัตรอเนกประสงค์ธนาคารศรีนคร ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นการแข่งขันในธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2522 ธนาคารกสิกรไทย ได้เข้าเป็นสมาชิกวีซ่า อินเตอร์เนชันแนล (Visa International) และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนออกบัตรเครดิตวีซ่า ในประเทศไทย ปีพ.ศ. 2524 บริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส จำกัด ร่วมกับบริษัท ซี ทัวร์ จำกัด โดยมีธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร่วมทุนจัดตั้งบริษัทอเมริกัน เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้รับความนิยมแพร่หลายในเวลาต่อมา ปีพ.ศ. 2528 ธนาคาร ทหารไทย ได้ผลิตบัตรเครดิตร่วมกับวีซ่า ปีพ.ศ. 2530 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ได้ออกบัตรร่วมกับวีซ่า ปีพ.ศ. 2531 ธนาคารไทยพาณิชย์ ออกบัตรเครดิตในประเทศ ธนาคาร มหานคร ได้ออกบัตรเครดิตร่วมกับวีซ่า และธนาคารนครหลวงไทยได้ผลิตบัตรเครดิตร่วมกับวีซ่า ปีพ.ศ. 2533 ธนาคารรามมหานคร ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารสหธนาคาร ธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ และธนาคารศรีนครร่วมกันผลิตบัตรเครดิตขวัญนคร ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ผลิตบัตรเครดิตร่วม หรือ Affinity card และธนาคารซีทีแบงก์ได้ผลิตบัตรเครดิตร่วมกับวีซ่า ปีพ.ศ. 2534 ธนาคารกรุงไทยได้ผลิตบัตรเครดิตร่วมกับวีซ่า และมาสเตอร์การ์ด ในชื่อบัตรเครดิตกรุงไทยวีซ่า และกรุงไทยมาสเตอร์การ์ด ปีพ.ศ. 2535 ธนาคารซีทีแบงก์ได้ร่วมกับมาสเตอร์การ์ด ออกบัตรซีทีแบงก์มาสเตอร์การ์ด ปีพ.ศ. 2536 ธนาคารกรุงไทยออกบัตรร่วม หรือ Affinity Card เพื่อขยายฐานลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยบัตรแรกร่วมกับบริษัทฟิลิปส์ เรียกว่า ฟิลิปส์การ์ด ต่อมาร่วมกับห้างสรรพสินค้าอิมพีเรียล เดอะมอลล์ และโรบินสัน นอกจากนี้ ธนาคารกรุงไทยได้เพิ่มประโยชน์ให้กับผู้ถือบัตร โดยผู้สมัครบัตรเครดิตทุกรายจะสามารถใช้บริการเงินทางโทรศัพท์ หรือ Tele-Banking ควบคู่ไปโดยอัตโนมัติ และเป็นบริการฟรี ผู้ถือบัตรที่ใช้บริการนี้สามารถสอบถามยอดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คงเหลือ และยอดเงินที่สามารถถอนจากสินเชื่อบัตรเครดิตในบัญชีกระแสรายวัน และยอดในบัญชีอื่น ในปีเดียวกันธนาคารทหารไทยร่วมกับบริษัทไทยประกันชีวิตออกบัตรร่วม และได้ร่วมกับโรงพยาบาลปิยะเวท วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย และบริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยา ออกบัตรเอกสิทธิ์ประกันชีวิตศรีอยุธยา เป็นการให้บริการแก่ผู้ถือกรรมกรรมของบริษัท ปีพ.ศ. 2537 ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ ได้ออกบัตรเครดิตเป็นครั้งแรก ปีเดียวกันธนาคารกรุงศรีร่วมกับกลุ่มบริษัทสยามกลการ ออกบัตรเครดิตกลุ่มสยาม และห้างสรรพสินค้า เช่น เดอะมอลล์ โรบินสัน โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า บริษัทธนบุรีประกันภัย และห้างสรรพสินค้าพาด้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เริ่มออกบัตรร่วม (Affinity Card) กับบริษัทประกันชีวิตศรีอยุธยาออกบัตร “อยุธยาไลฟ์ริชช่า” นอกจากนี้ธนาคารกรุงไทยได้ร่วมกับ 6 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารนครหลวงไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารศรีนคร ธนาคารมหานคร สหธนาคาร และธนาคารกรุงเทพพาณิชย์การ ออกบัตรขวัญนคร ในปีเดียวกัน บริษัทซีทีเอ็มบีเอ็มได้เข้าสู่ธุรกิจบัตรเครดิตเป็นครั้งแรกในปีพ.ศ. 2546

3.2 ความหมายของบัตรเครดิต

บัตรเครดิต (นิภาพรรณ, 2542: 5) คือ แผ่นพลาสติกที่บรรจุข้อมูลของผู้ถือบัตร ซึ่งธนาคารเป็นผู้ออกให้ โดยจะกำหนดวงเงินที่สามารถใช้โดยใช้เป็นสื่อแทนเงินสดในการซื้อสินค้า บริการ และเบิกเงินสด ซึ่งธนาคารจะเป็นผู้รับผิดชอบในการชำระหนี้ให้ และร้านค้าจะสามารถเรียกเก็บเงินจากธนาคารที่ออกบัตรนั้น ๆ ได้

บัตรเครดิต หรือ Credit Card (สุรเชษฐ, 2542: 50-51) คือ เครื่องมือในการชำระสินค้าที่ทำให้ผู้ถือบัตรสามารถได้สินค้าหรือบริการจากร้านค้า อันเนื่องมาจากการเตรียมการของผู้ออกบัตร ซึ่งตกลงรับชำระหนี้ค่าสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า โดยผู้ถือบัตรมีหน้าที่ในการชำระหนี้แก่ผู้ออกบัตรตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ และบางกรณีบัตรเครดิตสามารถนำไปเบิกเงินสดได้ด้วย

บัตรเครดิต (กิตติพันธ์, 2538: 5) ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนโดยนำเอาหน้าที่ของเงินบางประการมาใช้ คือ

1. เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน (Medium of exchange)
2. เป็นมาตรฐานในการชำระหนี้ในอนาคต (Standard of deferred payment)
3. เป็นเครื่องชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย (Legal means of payment)
4. เป็นหลักประกันความสามารถในการชำระหนี้ (Guarantor of solvency)

บัตรเครดิตเป็นตราสารทางการเงินอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่า ผู้ถือสามารถนำไปใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการ จากร้านค้าที่รับบัตรเครดิตนั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวงเวียนไว้สำหรับบริการเชิงงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ รวมทั้งการให้สินเชื่อ เพื่อการอุปโภคและบริโภคโดยผู้ออกบัตร แก่ผู้ถือบัตร สามารถแบ่งออกเป็นหน่วยย่อยได้ พกพาสะดวก

บัตรเครดิต (สันติ, 2538: 6) หมายถึง บัตร เอกสาร หรือวัตถุอื่นใด ซึ่งผู้ออกบัตรให้แก่ผู้ถือบัตร โดยได้บันทึกข้อมูลไว้ด้วยวิธีการเชิงกล หรือวิธีการอย่างอื่น ทำให้ปรากฏความหมายด้วยตัวอักษรเลข รหัส หรือสัญลักษณ์อื่นใด ทั้งนี้จะมีกำหนดระยะเวลาการใช้ไว้ด้วยหรือไม่ก็ตาม เพื่อให้ผู้ถือบัตรใช้ชำระค่าสินค้า บริการหรือใช้ในการเบิกถอนเงิน ตามร่างพระราชบัญญัติ

บัตรเครดิตในประเทศ (Local Credit Card) หมายถึง บัตรเครดิตที่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศเป็นผู้ออก และผู้ถือบัตรเครดิตสามารถนำไปใช้ได้เฉพาะภายในประเทศเท่านั้น เช่นบัตรเครดิตกสิกรไทย นอกจากนี้บัตรเครดิตอาจออกโดยห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาลเอกชน โรงแรม หรือสถาบันการเงิน เพื่อให้เครดิตแก่ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกเท่านั้น และสามารถใช้ได้เฉพาะสถานที่ที่ผู้ออกบัตรกำหนดเท่านั้น

บัตรเครดิตระหว่างประเทศ (International Credit Card) เป็นบัตรเครดิตที่ใช้ได้ทั่วโลก เช่น บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรเครดิต ไคเนอรัลคลับ ซึ่งบัตรเครดิตเหล่านี้เป็นบัตรที่บริษัทเป็นผู้ออกเอง หรือธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในประเทศไทยเป็นผู้ออกเองในฐานะที่เป็นผู้ได้รับสิทธิ หรือ Franchisee ในการออกบัตร เช่น บัตรวีซ่าธนาคารกสิกรไทย บัตรวีซ่าเอชเอส บีซี บัตรวีซ่าเคทีซี เป็นต้น ซึ่งหมายถึงบัตรวีซ่าที่ธนาคารดังกล่าวได้รับสิทธิในการออกบัตรให้แก่ลูกค้า และสามารถนำไปใช้ได้ทั่วโลก

ผู้ออกบัตร คือ ธนาคารพาณิชย์ผู้ออกบัตร หรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต

สมาชิกบัตร หรือ ผู้ถือบัตร หมายถึงผู้ถือบัตรเครดิตตามที่ผู้ออกบัตรออกให้และมีสิทธินำไปใช้ซื้อสินค้าหรือบริการได้

บัตรเสริม หมายถึง บัตรเครดิตอีกใบหนึ่ง ที่ผู้ถือหลักได้ขอให้ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตร ออกบัตรเครดิตให้อีกคนหนึ่งให้เป็นผู้ถือบัตร เช่น สามี ภรรยา หรือบุตร โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการจะรวมอยู่ในยอดการใช้จ่ายเดียวกันกับบัตรหลัก

ผู้รับบัตร หมายถึงร้านค้า โรงแรม หรือสถานที่ให้บริการต่าง ๆ ที่มีข้อตกลงกับธนาคารหรือผู้ออกบัตรว่ายินยอมรับบัตรเครดิตแทนการใช้เงินสดจากลูกค้าผู้ถือบัตรที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือรับบริการ

ธนาคารคู่สัญญา หมายถึง ธนาคารที่ไม่ใช่ผู้ออกบัตร แต่เป็นธนาคารที่ให้สัญญากับผู้ถือบัตรว่า จะยอมรับเป็นผู้ชำระเงินให้กับเจ้าของร้านค้า หรือสถานบริการที่นำไปบันทึกรายการขายมาเรียกเก็บเงินแทนไปก่อน และธนาคารคู่สัญญา จะเรียกเก็บเงินจากธนาคารหรือบริษัทที่เป็นผู้ออกบัตรในภายหลัง

ใบบันทึกรายการขาย หมายถึง หลักฐานที่แสดงการซื้อขายหรือบริการในแต่ละครั้ง ใน ใบบันทึกรายการขาย นี้จะปรากฏชื่อร้านค้า จำนวนเงิน รหัสอนุมัติจากธนาคารเลขที่บัตร และลายเซ็นของผู้ถือบัตร

วงเงินอนุมัติ หมายถึง จำนวนเงินสูงสุดที่ผู้ถือบัตรสามารถใช้ได้ โดยผู้ออกบัตรจะเป็นผู้แจ้งให้ทราบว่า ผู้ถือบัตรสามารถใช้ชำระราคาหรือบริการได้เป็นจำนวนเงินเท่าไร เช่นวงเงินอนุมัติ 50,000 บาท ก็หมายความว่า ผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรซื้อสินค้าหรือบริการได้ 50,000 บาทภายในรอบบัญชี และเมื่อผู้ถือบัตรได้ชำระราคาให้ผู้ออกบัตรแล้ว วงเงินอนุมัติจะไปตั้งต้นใหม่ที่ 50,000 บาทอีก

รอบบัญชี หมายถึง ระยะเวลาของการรวบรวมการใช้บัตรเครดิตของผู้ถือบัตรซึ่งผู้ออกบัตรเป็นผู้กำหนด โดยปกติแล้ว 1 รอบจะมีระยะเวลาเท่ากับ 1 เดือน แต่ขึ้นอยู่กับธนาคารผู้ออกบัตรว่าจะกำหนดรอบบัญชีเป็นอย่างไร

3.3 ประเภทของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตสามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.3.1 บัตรเครดิตแยกตามลักษณะของผู้ออกบัตร

3.3.1.1 บัตรที่ออกโดยธนาคาร

3.3.1.2 บัตรที่ออกโดยบริษัทซึ่งทำธุรกิจบัตรเครดิต

3.3.2 บัตรเครดิตแยกตามลักษณะการใช้งานบัตร

3.3.2.1 Credit Card เป็นบัตรที่ให้วงเงินในการใช้ และวงเงินในการเบิกเงินสด โดยเป็นการให้ระยะเวลาการชำระเป็นระยะเวลาหนึ่งหลังจากการใช้บัตร โดยไม่เสียดอกเบี้ยถ้าชำระภายในวันที่กำหนดไว้

3.3.2.2 Charge Card เป็นบัตรที่ไม่กำหนดวงเงินการใช้ล่วงหน้า แต่กำหนดระยะเวลาในการชำระคืนโดยไม่เสียดอกเบี้ย ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรไดเนอร์คลับ

3.3.2.3 Debit Card เป็นบัตรที่ไม่มีวงเงินการใช้แต่ต้องชำระค่าสินค้าด้วยเงินสดผ่านระบบการโอนเงิน ณ จุดขาย หรือ EFT-POS (Electronic Fund Transfer at the Point of Sales) สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ

1. บัตรเครดิตที่มาจากบัตรเอทีเอ็ม โดยธนาคารเจ้าของบัตรจะเสริมในส่วนของการนำบัตรไปชำระค่าสินค้าในกับบัตรเอทีเอ็มใบเดิม โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่ม

2. บัตรเดบิตคู่บัตรเครดิต ซึ่งจะมี 2 ลักษณะย่อย คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บัตรเดบิตคู่บัตรเครดิต ใช้ในลักษณะการเบิกถอนเงินสดจากบัญชีผู้ถือบัตรเหมือนบัตรเอทีเอ็ม เช่นกรณีบัตรเครดิตธนาคาร ไทยพาณิชย์ที่ให้ลูกค้าเปิดบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีกระแสรายวันเป็นต้น

- บัตรเครดิตคู่บัตรเดบิต ใช้ในลักษณะเบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM และใช้ชำระราคาสินค้าได้ที่สถานบริการและร้านค้า ณ จุดขาย เช่น TMB-Card VISA ที่สามารถใช้ได้เป็นบัตรเครดิตระหว่างประเทศและภายในประเทศ ที่สามารถใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้จากร้านค้าที่มีเครื่องหมายวีซ่า รวมทั้งยังสามารถใช้เบิกถอนเงินสดจากเครื่องเอทีเอ็มได้อีกด้วย

3. บัตรเดบิตแท้ ๆ คือ บัตรที่มีการนำเอาชิพ เข้ามาใช้งานทำหน้าที่เหมือนเป็นกระเป๋าก็กเก็บเงิน โดยผู้ถือบัตรจะต้องนำเงินไปฝากไว้คล้ายกับการเปิดบัญชีธนาคาร แล้วจึงนำบัตรไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้ตามร้านค้าที่ติดเครื่องหมายรับบัตรนั้น เช่น บัตร Smart purse ซึ่งสามารถเติมเงินและชำระเงินได้ที่ร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น และร้านค้าอื่น ๆ

3.3.3 บัตรเครดิตแบ่งแยกตามลักษณะพื้นที่การใช้

3.3.3.1 บัตรเครดิตที่ใช้ในประเทศ เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น

3.3.3.2 บัตรเครดิตที่ใช้ระหว่างประเทศ เช่นบัตรเครดิตวีซ่า บัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ด บัตรเครดิตไดเนอร์การ์ด บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส และบัตรเจทีซี

3.3.3.3 บัตรเครดิตที่ใช้เฉพาะกิจ เช่นบัตรเครดิตเซ็นทรัล จะใช้ได้เฉพาะการชำระค่าสินค้าหรือบริการในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล และกลุ่มบริษัทในเครือของห้างเซ็นทรัลเท่านั้น

3.3.3.4 บัตรเครดิตร่วม หรือ Affinity Card เช่น ธนาคารกรุงไทยร่วมกับห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ธนาคารกสิกรไทยร่วมกับเมอร์เซเดส-เบนซ์ เป็นต้น

3.4 ประโยชน์จากบัตรเครดิต

3.4.1 ด้านความสะดวกในการซื้อสินค้านั้น ผู้ถือบัตรไม่จำเป็นต้องเตรียมเงินมากเท่ากับพกเงินสด หรือในกรณีที่ผู้ซื้อไม่ได้มีการวางแผนหรือเตรียมตัวที่จะซื้อสินค้าไว้ก่อนแต่มีความจำเป็นต้องใช้หรืออยากได้ในขณะนั้น ก็สามารถใช้ได้ทันที หากเป็นสมัยก่อนที่ยังไม่มีการใช้บัตรเครดิต ผู้ซื้อต้องพกเงินไปจำนวนมากหรือใช้เช็คแทน ซึ่งบางครั้งผู้ขายก็ไม่ยอมรับเช็ค เพราะไม่แน่ใจว่าเช็คจะขึ้นเงินได้หรือไม่ แต่บัตรเครดิตทำให้ผู้ขายมั่นใจว่า เมื่อขายสินค้าแล้วสามารถเรียกเก็บเงินจากธนาคารหรือผู้ออกบัตรได้ทันทีในขณะที่ผู้ซื้อก็สามารถซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องชำระเงินในทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 ด้านการเดินทาง การเดินทางติดต่อกันที่สะดวก รวดเร็ว ทำให้โลกของเราแคบลงการจะมีโอกาสที่ต้องเดินทางไปต่างถิ่นเป็นเวลานาน ๆ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นเงินจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น ถ้าต้องไปอยู่ต่างประเทศเป็นเวลา 1 เดือน ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าซื้อสินค้าต่าง ๆ ต้องพกเงินเป็นจำนวนมากทำให้ไม่สะดวก เสี่ยงต่อการสูญหาย หรือถูกโจรกรรม แต่ในการพกพาบัตรเครดิตที่สามารถใช้แทนเงินจำนวนทั้งหมดที่ต้องใช้ในระหว่างการเดินทาง ถ้ามีปัญหาการสูญหายเกิดขึ้นจะไม่ก่อการสูญเสียเหมือนกับธนบัตรหรือทรัพย์สินสูญหาย เพราะผู้ถือบัตรสามารถแจ้งหายและอายัดบัตรได้ทันที และประการสำคัญคือใช้เนื้อที่ในการเก็บรักษาน้อยและติดตัวได้ตลอดเวลา ต่างกับธนบัตรและทรัพย์สินอย่างอื่น

3.4.3 การซื้อสินค้าและบริการเมื่อมีการชำระค่าสินค้าหรือบริการ โดยบัตรเครดิต ผู้ถือบัตรยังไม่ต้องชำระเงินให้ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต ผู้ถือยังมีระยะเวลาช่วงหนึ่งที่จะรอให้ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรส่งรายการมาแจ้งให้ทราบว่าต้องชำระจำนวนเท่าไร ภายในวันที่เท่าไรซึ่งเรียกว่ารอบบัญชี ในช่วงนี้ผู้ถือบัตรจะได้ประโยชน์ที่เป็นดอกเบี้ยเงินฝากที่ยังไม่ต้องชำระค่าสินค้าในช่วงระหว่างเรียกเก็บ แม้ว่าจะมีกรณีที่ผู้ถือบัตรยินยอมให้ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรหักจากบัญชีเงินฝากก็ตาม ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรยังไม่มีสิทธิในการหักบัญชีเงินกว่าจะถึงวันที่ครบกำหนดชำระ ดังนั้นผู้ถือบัตรยังคงได้ดอกเบี้ยจากเงินฝากในช่วงก่อนหักบัญชี เรียกว่าได้ประโยชน์มากกว่าการใช้เงินสด

3.4.4 การแสดงฐานะทางการเงินที่น่าเชื่อถือ ผู้ออกบัตรจะมีการตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ยื่นขอบัตร และธนาคารหรือผู้ออกบัตรจะกำหนดวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยดูจากสถานะทางการเงินและความน่าเชื่อถือของผู้ขอบัตร โดยจะออกมาในรูปของบัตรธรรมดา บัตรเงินบัตรทอง ซึ่งบัตรนี้จะแสดงให้เห็นว่าฐานะของผู้ถือบัตรมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับใด

3.5 วิธีการใช้บัตรเครดิต

3.5.1 ร้านค้า

1. ร้านค้าต้องมาติดต่อกับธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตและเปิดบัญชีเงินฝากไว้ด้วย

2. ร้านค้าสามารถนำเครื่องรูดบัตรเครดิตอัตโนมัติมาไว้ที่ร้าน พร้อมติดสติ๊กเกอร์ของบัตรชนิดนั้นเพื่อให้ลูกค้าทราบว่าสามารถชำระเงินด้วยบัตรดังกล่าวได้

3. ร้านค้าจะนำใบบันทึกค่าสินค้าไปขึ้นเงินที่ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต จากนั้นธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตจะนำเงินเข้าบัญชีเงินฝากที่เปิดไว้ตอนทำสัญญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ร้านค้าจะเสียดำเปอร์เซ็นต์การขายจากยอดชำระที่นำมาขึ้นเงิน เนื่องจากเป็นค่าธรรมเนียมเรียกเก็บที่ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรต้องสำรองจ่ายเงินให้ก่อนที่จะเรียกเก็บเงินจากผู้ถือบัตร ในส่วนร้านค้าก็จะได้ผลประโยชน์จากการที่มีโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้นเป็นการทดแทน

3.5.2 เครื่องอนุมัติวงเงินบัตรเครดิต

เมื่อมีการซื้อสินค้าหรือบริการจากร้านค้าที่รับบัตรเครดิต ร้านค้าจะมีเครื่องรูบัตรไว้บริการ เครื่องอนุมัติวงเงินบัตรเครดิตจะมีคู่สายเชื่อมต่อกับข้อมูลของธนาคารหรือบริษัทของผู้ถือบัตร เครื่องนี้สามารถเช็ควงเงินคงเหลือของบัตรเครดิตได้ทันทีที่มีอ่านข้อมูลจากบัตรบนเครื่อง นอกจากนั้นจะส่งข้อมูลเพื่อตัดยอดเงินจากเลขที่บัญชีบัตรเครดิตเข้าไปที่ร้านค้าโดยอัตโนมัติ และค่าธรรมเนียมที่ร้านค้าจะตัดจ่ายให้ธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตร โดยอัตโนมัติ ทำให้ไม่ต้องมีขั้นตอนการรับซื้อใบบันทึกค่าสินค้าและบริการจากร้านค้าเหมือนกับการที่ร้านค้าใช้เครื่องรูบัตรแบบเดิม

3.5.3 ด้านการชำระเงิน

3.5.3.1 การชำระค่าสมาชิก หรือค่าสมาชิกแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปีซึ่งจะถูกเก็บในเดือนถัดไปจากวันที่เริ่มต้นใช้บัตร

3.5.3.2 การใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร ได้เท่าที่วงเงินที่เหลืออยู่และเครื่องเอทีเอ็ม ซึ่งจะมีวงเงินจำกัดต่อวัน จะต้องเสียดำบริการขึ้นอยู่กับสถาบันเจ้าของบัตร ซึ่งการเบิกเงินที่เคาน์เตอร์ พนักงานเคาน์เตอร์จะติดต่อไปถามที่ศูนย์ควบคุมวงเงินลูกค้า โดยหมายเลขของสำนักงานใหญ่เพื่อวงเงินที่เหลือของลูกค้าก่อนจ่ายเงินตามจำนวน

3.5.3.3 การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้า หรือถอนเงินสดที่เกิดขึ้น มีกำหนดระยะเวลาการชำระเงินคืนอีก 30-50 วัน หลังจากมีการแจ้งใบเรียกเก็บตามรายการค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในใบแจ้งยอดของธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตร ซึ่งจะระบุวันที่เริ่มต้นและวันสิ้นสุดหรือวันตัดยอดบัญชี

3.5.4 ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยมี 2 กรณี

3.5.4.1 กรณีถอนเงินสด จะคำนวณดอกเบี้ยนับแต่วันถอน ในการคิดคำนวณดอกเบี้ยสำหรับกรณีผู้ถือบัตรถอนเงินสด ธนาคารจะคำนวณตั้งแต่วันที่ถอนจนถึงวันจ่ายชำระคืน โดยธนาคารจะคำนวณดอกเบี้ยทุกวันที่มีการระบุไว้ในการทำสัญญา หรือคิดคงที่ตามจำนวนเงินเบิกเป็นค่าธรรมเนียมทุกครั้งที่มีการถอน

3.5.4.2 การซื้อสินค้า ถ้าจ่ายเงินคืนเกินวันที่กำหนด หรือเกิดจากการชำระเงินไม่ครบตามจำนวนที่ใช้ไป อัตราดอกเบี้ยจะคิดตามแต่ละธนาคารหรือบริษัทผู้ออกบัตรจะกำหนด แต่ต้องไม่เกินกว่าอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.5 วิธีการชำระเงิน

3.5.5.1 ชำระเงินโดยเงินสดที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร โดยกรอกเลขที่บัตรในแบบฟอร์มฝากเงินจำเพาะของธนาคาร ซึ่งต้องฝากก่อนวันกำหนดหรือวันครบกำหนดชำระ

3.5.5.2 ชำระเงินโดยส่งเช็คส่วนตัว ใส่ซองจดหมายไปถึงหน่วยงานที่รับชำระของธนาคาร ในกรุงเทพฯ

3.5.5.3 ทำสัญญากับธนาคารให้ตัดจากบัญชีเงินฝาก ที่เปิดไว้กับธนาคารผู้ออกบัตร หรือธนาคารอื่นที่มีการตกลงทำธุรกรรมระหว่างกัน

3.5.5.4 ชำระผ่านช่องทางบริการรับชำระเงินแทน เช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส เพย์พอยด์

3.6 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ประกอบกับการขยายตัวของเศรษฐกิจและสังคมได้เอื้อให้การขยายตัวของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต พร้อมทั้งธนาคารและบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตต่างแข่งขันกันส่งเสริมการขาย ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

3.6.1 เพื่อทดแทนเงินสดในการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการ การที่พกเพียงบัตรเครดิต 1 ใบก็สามารถซื้อสินค้าได้แทนเงินสดจากร้านค้าที่ติดป้ายรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือมีสัญลักษณ์ของสถาบันผู้ออกบัตร โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร และไม่ต้องเสียเวลาไปกดเงินสดจากตู้เอทีเอ็ม

3.6.2 เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะสั้น จากการใช้บัตรสามารถซื้อสินค้าและบริการไปใช้ได้โดยไม่ต้องมีเงินในขณะที่ยืม โดยเป็นเครดิตที่มีระยะเวลาประมาณ 1 เดือนหรือตามระยะเวลาที่สถาบันผู้ออกบัตรเป็นผู้กำหนด ทำให้ผู้ถือบัตรสามารถนำเงินสดจำนวนนั้นไปใช้ในการทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้ก่อนที่จะถึงกำหนดชำระเงิน

3.7 สภาพตลาดบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิตเติบโตอย่างรวดเร็วจนถึงจุดสูงสุดในปีพ.ศ. 2540 ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นของวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่ามีจำนวนบัตรเครดิตทั้งสิ้นประมาณ 2,010,000 บัตร มูลค่าการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตประมาณ 149,392 ล้านบาท (ร้อยละ 3.15 ของ GDP) แต่หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจส่งผลให้การถือบัตรเครดิตมีจำนวนลดลงค่อนข้างมาก โดยมีการลดลงอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประมาณ 2 ปี และลดลงจนถึงจุดต่ำสุดในปีพ.ศ. 2542 มีจำนวนบัตรเครดิตประมาณ 1,629,000 บัตร (ร้อยละ 2.64 ของประชากรทั้งประเทศ) และค่อย ๆ กระเตื้องขึ้นอย่างช้า ๆ ในปีพ.ศ. 2543

จากข้อมูล พบว่าในปีพ.ศ. 2545 มีอัตราการเติบโตของบัตรเครดิตสูงที่สุด คือเพิ่มขึ้นประมาณ 3,065,000 ล้านบัตร คิดเป็นร้อยละ 119.37 เทียบกับกับปีพ.ศ. 2544 (ตารางที่ 3.1) ซึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากการที่ ธนาคารแห่งประเทศไทยมีการปรับกฎข้อบังคับในส่วนคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการทำบัตรเครดิต โดยลดอัตราเงินเดือนขั้นต่ำของผู้มีสิทธิถือบัตรเครดิตจากเดิมคือ 15,000 บาท ลดลงเหลือ 10,000 บาท ทำให้ฐานของผู้ถือบัตรมีการขยายตัวอย่างมาก กฎดังกล่าวได้มีการปฏิบัติใช้ในช่วงสั้น ๆ ซึ่งหลังจากช่วงเวลาดังกล่าวธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศปรับเปลี่ยนกฎข้อบังคับเป็นเกณฑ์ 15,000 บาท

ตารางที่ 3.1 ปริมาณบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2542 ถึงปีพ.ศ. 2549

	ปี พ.ศ.							
	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549
ปริมาณบัตรเครดิต (พันบัตร)	1,629	1,766	2,568	5,633	6,735	8,648	10,010	10,900

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

จากข้อมูลยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในภาคการเงินไทยปีพ.ศ. 2546 มีมากกว่า 4 แสนล้านบาท เทียบสิ้นปีพ.ศ. 2545 อยู่ที่ 304,335 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.92 (ตารางที่ 3.2) ส่วนจำนวนบัตรเครดิตมีมากกว่า 6.5 ล้านบัตร ถือเป็นสถิติภาคการเงินสวนทางความพยายามของรัฐ ที่พยายามคุมเข้มบัตรเครดิตเพื่อป้องกันภาวะฟองสบู่ การขยายตัวดังกล่าว ทำให้ผู้บริหารของธนาคารแห่งประเทศไทยเกิดความกังวลว่า อาจเกิดภาวะ "ฟองสบู่สินเชื่อ" อันเป็นภาวะที่ผู้บริโภคก่อนนี้สินมากจนไม่อาจชำระคืนได้ แสดงให้เห็นว่าการใช้มาตรการคุมเข้มการใช้จ่ายบัตรเครดิต ไม่สามารถลดยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตได้ เพราะรายงานตัวเลขบัตรเครดิตในปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549 ๖ (ตารางที่ 3.3) ซึ่งมีการรายงานตัวเลขบัตรเครดิตของบริษัทสินเชื่อที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ปรากฏว่าจำนวนบัตรเครดิตทั้งหมดที่อยู่ในตลาดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีบัตรเครดิตในส่วนของธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศประมาณ 4.3 ล้านบัตร เมื่อเทียบกับบัตรเครดิตที่มีใช้สถาบันการเงิน ซึ่งมีอยู่ 5.3 ล้านบัตร ถือว่าเป็นตัวเลขที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 3.2 ปริมาณใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตปีพ.ศ. 2545 ถึงปีพ.ศ. 2549

	ปี พ.ศ.				
	2545	2546	2547	2548	2549
ยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (พันบัตร)	304,335	419,732	535,967	628,851	751,624

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

ตารางที่ 3.3 ปริมาณบัตรเครดิตแยกประเภทปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549

ปริมาณบัตรเครดิต	ปริมาณบัตรเครดิต (ใบ)				
	2545	2546	2547	2548	2549
รวม	5,633,363	6,734,901	8,648,100	10,010,203	10,900,566
ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนใน ประเทศ	1,694,292	2,192,911	3,163,600	3,911,533	4,370,166
สาขานานาชาติต่างประเทศ	717,640	834,065	965,434	1,111,970	1,213,404
บริษัทสินเชื่อที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน	3,221,431	3,707,925	4,519,066	4,986,700	5,316,996

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

มาตรการควบคุมสำคัญของธนาคารแห่งประเทศไทยในช่วง ปีพ.ศ. 2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549 ที่เกี่ยวข้องกับผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบัตรเครดิตมีดังนี้

เดือนมีนาคม ปีพ.ศ.2547 ธนาคารแห่งประเทศไทย สรุปมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมดูแลบัตรเครดิตเพิ่มเติม โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้รับมาจากการสำรวจ และ ข้อมูลล่าสุดที่สมาคมบัตรเครดิตเสนอให้พิจารณา โดยมาตรการเพิ่มเติมที่จะเข้ามาดูแลการทำธุรกิจบัตรเครดิต รวมทั้งการให้สินเชื่อบัตรเครดิตที่จะออกนั้นจะดูแลครอบคลุมทั้งบัตรเครดิตที่ออกโดยสถาบันการเงินและไม่ใช่สถาบันการเงิน และเป็นมาตรการที่สามารถออกมาใช้ควบคุมในส่วนของบริษัทบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน โดยไม่มีความจำเป็นต้องรอ พ.ร.บ.สถาบันการเงินผ่านการพิจารณาของรัฐสภาก่อน ทั้งนี้สาเหตุที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้คิดจะนำมาตรการออกมาเพื่อควบคุมควบคุมดูแลบัตรเครดิตเพิ่มเติมเนื่องมาจากข้อมูลที่ได้รับมาพบว่าในช่วงที่ผ่านมาบัตรเครดิตมียอดเพิ่มขึ้นสูงมาก โดยยอดบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด เป็นบัตรเครดิตที่ผู้สมัครเป็นผู้มีรายได้น้อย และผู้ออกสินเชื่อที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ซึ่งเป็นเรื่องที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญอย่างมากถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้น้อยเพราะเป็นการสร้างพฤติกรรมการก่อหนี้เกินกำลังการใช้จ่าย และอาจมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทบทวนคุณสมบัติของผู้ทำบัตรเครดิตที่ขณะนี้กำหนดให้มีรายได้ขั้นต่ำ 15,000 บาทต่อเดือน ความเคลื่อนไหวธุรกิจบัตรเครดิตในช่วงปีพ.ศ. 2547 จะพบว่า จำนวนบัตรเครดิตในช่วงปลายปีได้ขยายตัวสูง อันเป็นผลจากรายการส่งเสริมการขายของผู้ออกบัตรต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ไทย ที่มีการขยายฐานบัตรที่โดดเด่นมากที่สุด ในขณะที่ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรได้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามปัจจัยทางฤดูกาล และกลยุทธ์กระตุ้นการใช้จ่ายของผู้ประกอบการต่าง ๆ ในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทย ทำให้มีสัดส่วนปริมาณการใช้จ่ายในช่วงปลายปีพ.ศ. 2547 มากที่สุด อย่างไรก็ตามที่น่าสังเกตว่าในไตรมาสที่ผู้ออกบัตรที่ไม่ใช่ธนาคารได้เริ่มหันมากระตุ้นปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรให้เห็นชัดเจนมากขึ้น จากเดิมที่มุ่งเน้นการขยายฐานบัตรเครดิตเป็นหลัก ในขณะที่สินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตของระบบยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ที่มีการขยายตัวของสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตเด่นชัดกว่าผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ๆ

ในช่วงต้น ปีพ.ศ. 2548 ธนาคารแห่งประเทศไทย มีนโยบายออกหลักเกณฑ์ใหม่เพิ่มเติมเพื่อควบคุมการดำเนินธุรกรรมผ่านบัตรเครดิตมากขึ้นเนื่องจากความกังวลด้านภาวะหนี้ภาคครัวเรือน ส่วนแนวทางการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จะให้ความเท่าเทียมกันระหว่างธนาคารพาณิชย์และกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และจากการคุมเข้มด้วยการคุมเพดานการคิดดอกเบี้ยลูกค้ายกให้สูงกว่าร้อยละ 18 ในช่วง 1-2 ปีซ้อนหลังก็ทำให้ ทั้งธนาคารพาณิชย์และกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน แทบทุกแห่งหันมาขยายตลาดสินเชื่อบุคคล ที่ยังไม่มีกฎหมายคุมเข้มตายตัว โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการสินเชื่อเงินสดของกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ที่เลือกเจาะตลาดระดับฐานราก รายได้ระดับ 4,000-7,000 บาทต่อเดือน มีอัตราการขยายตัวอย่างมาก ในส่วนของจำนวนบัตรในปีพ.ศ. 2548 จะพบว่าผู้ที่มีรายได้ขั้นต่ำเดือนละ 15,000 บาท มีบัตรเครดิตเกือบหมดแล้ว รวมถึงกรณีที่ธนาคารแห่งประเทศไทย ออกเกณฑ์มาควบคุมบัตรเครดิต ทำให้อัตราการขยายตัวของบัตรเครดิตได้ลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาเจาะตลาดบัตรเครดิต ทำได้ค่อนข้างยาก และหากต้องการเพิ่มจำนวนบัตรให้มาก ๆ จะต้องใช้งบในการทำประชาสัมพันธ์สูงมาก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้คนมาสมัครบัตรเครดิตด้วย จึงทำให้ทั้งกลุ่มธนาคารพาณิชย์และกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ต่างจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นตลาดเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ชิตี้-แบงก์พยายามเร่งการใช้จ่ายผ่านลูกเล่นบัตรเครดิตตามวงเงินที่กำหนด แล้วลูกค้าจะได้รับเงินคืน พ่วงกับการลุ้นรางวัลจากคะแนนสะสม

ช่วงปีพ.ศ. 2549 การเพิ่มฐานจำนวนบัตรใหม่ในมีจำนวนน้อย เนื่องจากธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขผู้ถือบัตรเครดิตจะต้องมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน ซึ่งคนกลุ่มนี้มีอยู่เพียง 3 ล้านคนเท่านั้น ขณะที่ปัจจุบันตัวเลขบัตรเครดิตทั้งระบบมีอยู่ประมาณ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ล้านบัตร ฉะนั้นเฉลี่ยต่อ 1 คน จะถือบัตรอย่างค่าคนละ 3 บัตร จึงเป็นเรื่องยากที่จะขยายฐานบัตรให้เติบโตมากขึ้นนอกจากนี้การปฏิเสธลูกค้าที่ขอมีบัตรก็มีจำนวนเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันระบบการตรวจสอบข้อมูลของลูกค้ามีความทันสมัย หากพบลูกค้ารายใดเป็นลูกค้าเก่าของอีกธนาคารและมียอดค้างชำระมาก ธนาคารนั้น ๆ มักเลือกการปฏิเสธออกบัตรให้แก่ลูกค้า โดยภาพรวมของการให้บริการบัตรเครดิตของสถาบันการเงินทั้งระบบ พบว่าปริมาณบัตรยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แต่หากพิจารณาตัวเลขยอดคินเชื่อของค้างจะเห็นว่ายอดคินเชื่อของค้างของธนาคารพาณิชย์ไทยและสาขาธนาคารต่างชาติดี้อัตราชะลอตัวต่อเนื่อง รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ทางการเมือง ราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้น และอัตราดอกเบี้ยอยู่ในช่วงขาขึ้น ทำให้ประชาชนเพิ่มความระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น และหากพิจารณาตัวเลขยอดคินเชื่อของค้างจะเห็นว่ายอดคินเชื่อของค้างของธนาคารพาณิชย์ไทยและสาขาธนาคารต่างชาติดี้อัตราลดลง ขณะที่ยอดของกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินกลับมียอดคินเชื่อของค้างเพิ่มขึ้น ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินได้ง่ายกว่าธนาคารพาณิชย์ที่มีการกำหนดวงเงินขั้นต่ำต้องมีรายได้ 15,000 บาทต่อเดือน ขณะที่ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีการกำหนดรายได้ขั้นต่ำเพียง 7,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของคณะกรรมการนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่ระบุว่าการกู้ยืมของครัวเรือนพบว่าการกู้ยืมเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลในรูปของการใช้บัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ และโดยผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินมีความแตกต่างกัน แต่ปริมาณการใช้บัตรที่ออกโดยผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินจะน้อยกว่าปริมาณการใช้บัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ แต่ยอดคินเชื่อของผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินกลับอยู่สูงในระดับที่ใกล้เคียงกับยอดคินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ค่าครองชีพที่ปรับตัวสูง อัตราดอกเบี้ยที่อยู่ในช่วงขาขึ้น ทำให้ความสามารถในการคืนหนี้ของผู้บริโภคลดลงด้วย โดยเฉพาะในส่วนของฐานลูกค้าผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ดังนั้นคณะกรรมการนโยบายการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย จึงเห็นควรให้ติดตามการขยายตัวของยอดคินเชื่อบัตรเครดิตที่ออกโดยผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงินต่อไป เพราะเกรงว่าความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้ากลุ่มดังกล่าวจะลดลง ในช่วงครึ่งปีหลังของปีพ.ศ. 2549 พบว่าเริ่มเห็นว่าค่าใช้จ่ายลดน้อยลง ทั้งบัตรเครดิตที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ไทย สาขาธนาคารต่างประเทศ หรือผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ต่างก็ตกอยู่ในภาวะเดียวกันคือ ตัวเลขยอดใช้จ่ายลดลง ขณะเดียวกันอัตราการชำระคืนหนี้ของผู้ถือบัตรก็ลดลงเช่นกัน ในวันที่ 28 พฤศจิกายนปีพ.ศ. 2549 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้อนุมัติให้ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตปรับเพดานอัตราดอกเบี้ยและค่าบริการบัตรเครดิตอีกร้อยละ 2 หรือเพิ่มจากร้อยละ 18 เป็นร้อยละ 20 โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม ปีพ.ศ. 2549 เป็นต้นไป สาเหตุที่อนุมัติให้ปรับดอกเบี้ยขึ้น เนื่องจากต้องการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ดอกเบี้ยและค่าบริการสอดคล้องกับต้นทุนทางการเงินของผู้ประกอบการที่สะท้อนว่าเพิ่มขึ้นจริง เพราะถ้าดูจากปลายปีพ.ศ. 2546 ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเพดานดอกเบี้ยบัตรเครดิตไว้ที่ ร้อยละ 18 ด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ถูกค้ำรายใหญ่ขึ้นดี (เอ็มแอลอาร์) ก็เพิ่มขึ้นมาร้อยละ 2 จากเดิม ร้อยละ 5.5 เป็นร้อยละ 7.75 และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน เฉลี่ยเพิ่มขึ้นมาร้อยละ 2.50 เป็นร้อยละ 3.50 แล้ว จึงเห็นควรให้ขึ้นได้ และเชื่อว่าการให้ปรับขึ้นนี้จะไม่กระทบให้การใช้จ่ายใน ประเทศที่ชะลออยู่แล้วแย่งไปอีก

นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย ยังได้ปรับปรุงเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ถือบัตร เครดิตและหลักเกณฑ์ วิธีการเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจบัตรใหม่ใน 2 ประเด็น คือ ให้สามารถ พิจารณาคุณสมบัติของผู้ถือบัตรจากเงินบัญชีเงินฝาก ซึ่งต้องฝากประมาณ 6 เดือน โดย ผู้ประกอบการสามารถให้วงเงินบัตรได้ร้อยละ 10 ของยอดเงินฝากในบัญชี เช่น ยอดเงินฝาก 5 แสนบาท ก็อนุมัติวงเงินบัตรได้ 5 หมื่นบาท หรือ ดูจากการลงทุนตราสารแสดงสิทธิในหนี้ที่ออก โดยธนาคารพาณิชย์ องค์กรของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจที่มีกฎหมายเพราะจัดตั้งก็ได้ และยังขยาย หลักเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้ถือบัตรองค์กร (Corporate Card) หรือบัตรเครดิตที่องค์กร บริษัทออกให้กับพนักงาน ผู้ประกอบการบัตรเครดิตสามารถพิจารณา ให้โดยดูจากฐานะการเงิน ของบริษัทแทนการพิจารณาตัวบุคคลได้ สำหรับลูกค้าเดิม ที่มีหนี้จากการจ่ายบัตรเครดิต หรือ จาก การเบิกถอนเงินสดที่เกิดขึ้นก่อนวันประกาศฉบับนี้ จะได้รับการคุ้มครองโดยยึดตามอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมและการบริการได้ไม่เกินร้อยละ 18 ไปจนถึง 30 มิถุนายน ปีพ.ศ. 2550 เพื่อปรับตัว และบรรเทาภาระหนี้ของผู้ถือบัตรรายเก่าที่ถือบัตรก่อน 1 เมษายน ปีพ.ศ. 2550 ที่ต้องเพิ่มยอดชำระ จากร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 10 ในช่วง 1 เมษายน ปีพ.ศ. 2550 ดังนั้นหลังจาก 1 กรกฎาคม ปีพ.ศ. 2550 แล้ว ลูกค้าผู้ถือบัตรทั้งหมดต้องปฏิบัติตามมาตรฐานเดียวกันหมด คือ คิดดอกเบี้ยร้อยละ 20 ชำระ ค่าวงจรร้อยละ 10 ให้วงเงินได้ไม่เกิน 5 เท่าของเงินเดือน หรือ 10 เท่าของเงินฝาก และผู้ถือ บัตรต้องมีรายได้เดือนละ 15,000 บาท จึงทำให้ผู้ประกอบการพยายามยื่นเรื่องให้ธนาคารแห่งประเทศไทย ยอมผ่อนปรนหรือยืดเวลาใช้เกณฑ์ชำระหนี้บัตรเครดิตขั้นต่ำจากร้อยละ 10 ลดลง เหลือร้อยละ 5 ออกไปอีกจากช่วงหลังปีนี้ เพราะกลุ่มที่ผ่อนชำระขั้นต่ำ (ร้อยละ 5) ยังมีสัดส่วนที่ ค่อนข้างสูง แต่ธนาคารแห่งประเทศไทย ไม่อนุญาตให้เลื่อนเกณฑ์ดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ประกอบการ เปลี่ยนมาปรับแผนการตลาดใหม่ในการรักษารายได้และลูกค้าให้อยู่กับแบรนด์ให้นานที่สุด โดยอาศัยและพึ่งพาเครือข่ายพันธมิตรที่มีอยู่ในมือ เช่น ธนาคารกสิกรไทยปรับกลยุทธ์อาศัย พันธมิตรหลากหลาย เพื่อให้บริการหักชำระค่าสาธารณูปโภคและค่าบริการต่างๆผ่านบัตรเครดิต อาทิ ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยูบิซี ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์พื้นฐานและค่า น้ำประปา การออกบัตรเครดิตรูปแบบใหม่ ๆ ถือเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้ลูกค้าอยากมีบัตรเครดิต เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการได้รับความสะดวกสบายและอภิสิทธิ์ต่าง ๆ ที่แต่ละสถาบันการเงินผู้ออก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัตรจะสรรหามาให้กับลูกค้าผู้ถือบัตรของคน ที่เห็นได้ชัดเจนในอดีตที่ผ่านมาเช่นการออกบัตรเครดิตขนาดจิวของบริษัทบัตรกรุงไทย (เคทีซี) หรือ บัตรเครดิตยูโอบี เลดี การ์ด ที่มีกลิ่นกุหลาบ เป็นต้น ที่จะได้เห็นชัดเจน คือ บัตรชิปการ์ด โดยจะมีทั้งที่ออกโดยวีซ่าและมาสเตอร์การ์ด ที่สถาบันการเงินหลายแห่งทยอยเปิดตัวเพิ่มขึ้น หลังจากปีที่ผ่านมาธนาคารกรุงเทพและกสิกรไทย เปิดตัวบัตรนี้ไปแล้ว ซึ่งเหตุผลหลักนอกเหนือจากเพื่อความสะดวกสบายแล้ว ความปลอดภัยเป็นอีกจุดขายหนึ่งที่ทำให้บัตรประเภทนี้มีความจำเป็นมากขึ้น

3.8 การแข่งขันและกลยุทธ์ที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดของบัตรเครดิต

จากสภาพของตลาดบัตรเครดิตในส่วนของการศึกษาที่มีการกล่าวมา ทำให้เห็นว่า ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีการติดตามและใช้นโยบายและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อใช้ในการควบคุม ปริมาณบัตรเครดิต ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต และปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิต แต่จากภาพรวมของสินเชื่อบัตรเครดิตทั้งหมดยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าอัตราการขยายตัวมีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งยังไม่บรรลุจุดประสงค์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดหวังไว้

ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารพาณิชย์และบริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิต ยังคงดำเนินนโยบายในการขยายฐานของผู้ใช้บัตรเครดิต โดยการออกบัตรเครดิตหลายประเภทเพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยมีคุณสมบัติในการถือบัตรเครดิตได้ซึ่งไม่ขัดกับกฎข้อบังคับที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้

ถึงแม้ว่าในช่วงปีพ.ศ. 2548-2549 ปริมาณการขยายตัวของจำนวนบัตรเครดิตเริ่มมีการชะลอตัว ธนาคารพาณิชย์และบริษัทที่ให้บริการบัตรเครดิตต่าง ๆ จึงหันมาเน้นการแข่งขันในด้านการกระตุ้นให้ผู้ถือบัตรหันมาใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นแทนการใช้เงินสด

การศึกษาในส่วนนี้จึงได้รวบรวมกลยุทธ์การแข่งขันของธนาคารพาณิชย์และบริษัทผู้ให้บริการบัตรเครดิตต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนและอธิบายสภาพการเปลี่ยนแปลงของสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

3.8.1 บัตรกรุงไทย

บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ เคทีซี เป็นบริษัทในเครือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งขึ้น โดยมีนโยบายทำธุรกรรมการเงินยุคใหม่เพื่อเพิ่มความคล่องตัวโดยปราศจากภาพของธนาคารรัฐที่มีขั้นตอนยุ่งยากอย่างชัดเจน กลยุทธ์ทางการตลาดที่นำมาใช้มีดังนี้

3.8.1.1 สร้างฐานลูกค้าจากพนักงานของธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศก่อน และการว่าจ้าง 3 บริษัทภายนอกให้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ เคทีซี ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบบการขายตรงจึงทำให้ยอดขายเติบโตอย่างรวดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.1.2 ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าฐานะดีที่มีรายได้เดือนละ 1 ล้านบาทขึ้นไป โดยจะส่งบัตรเชิญการทำบัตรเครดิตให้กับกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเพื่อให้เข้ามาสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต “เคทีซี วิชา อินฟินิท” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท โดยตั้งเป้าหมายมียอดใช้จ่ายผ่านบัตรจากลูกค้ากลุ่มนี้เดือนละ 1 แสนบาทถึง 1 ล้านบาท

3.8.1.3 ใช้กลยุทธ์ภายใต้แนวคิด “experience the new experimental” คือ เน้นการตอบสนองความต้องการทุกรูปแบบของการใช้ชีวิตและเข้าถึงทุกกิจกรรมของลูกค้าโดยเน้นการมอบสิทธิประโยชน์เจาะลึกในแต่ละกิจกรรม โดยจะประโยชน์ในการใช้เป็นส่วนลดของสมนาคุณและการจัดกิจกรรมพิเศษ

3.8.1.4 การออกบัตรเครดิตสำหรับองค์กร เช่น บัตรฟลีทการ์ด บัตรอัจฉริยะเพื่อองค์กร โดยได้ร่วมกับ ปตท.และบางจาก ซึ่งสามารถใช้แทนเงินสดในการเติมน้ำมัน นอกจากนี้ยังมีบัตรเครดิตส่วนบุคคลสำหรับลูกค้าที่มีไลฟ์สไตล์ในแบบต่าง ๆ

3.8.1.5 เคทีซีเป็นต้นแบบของบัตรเครดิตที่ริเริ่มจัดแคมเปญการตลาดเกี่ยวกับน้ำมัน เพื่อให้สมาชิกบัตรและผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด โดยได้ใช้กลยุทธ์เชิงรุกจัดกิจกรรมค่าน้ำมันในเวลาเดียวกันถึง 3 กิจกรรม ประกอบด้วย

- 1.แคมเปญ “มอบส่วนลด 0.20 บาท ทุก 100 บาท ที่เติมน้ำมัน”
- 2.แคมเปญ “เติมแก๊ส โซลาร์หรือดีเซลฟรี 5 ปีกับเคทีซี”
- 3.แคมเปญ “ถ้านี้ เคทีซีจ่ายให้”

โดยในระหว่างการจัดกิจกรรมจะมีจำนวนผู้ใช้บัตรเคทีซีเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ทำให้มีฐานสมาชิกบัตรขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ

3.8.1.6 กลยุทธ์การขยายฐานบัตรเครดิตไปสู่ภูมิภาคในจังหวัดสำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ชลบุรี สระบุรี เพชรบุรี และสงขลา เป็นต้น เพื่อให้มีการใช้จ่ายผ่านบัตรมากยิ่งขึ้น เพื่อเน้นให้ลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรในชีวิตประจำวัน เพื่อทดแทนการใช้เงินสด

3.8.1.7 กลยุทธ์การมีประเภทบัตรที่หลากหลายมากขึ้นทั้งในแนวราบและแนวตั้ง เช่น การออกบัตรเครดิตติดชิป เพราะต้องการให้สมาชิกผู้ใช้บัตรอยู่กับเคทีซีให้ต่อเนื่องนานที่สุด เพราะฉะนั้น จึงให้การให้สิทธิประโยชน์เป็นสำคัญและเป็นตัวชั่งน้ำหนักให้ลูกค้าถือและใช้บัตรในระยะยาว

3.8.1.8 การเจาะตลาดในทุกระดับ โดยเฉพาะการทำโคแบรנדกับเจาะกลุ่มประเภทสถาบันต่าง ๆ เช่น สมาคมวิศวะฯ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกของตนเองอยู่แล้ว โดยเคทีซีก็จะเข้าไปออกบัตรร่วมกับสถาบันเหล่านี้ เป็นต้น

3.8.1.9 การทำตลาดเชิงรุกเน้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเป็นผู้นำด้านฐานลูกค้าที่เคทีซีมีมากที่สุด โดยจะมีทั้งรายการนำเที่ยวในประเทศและเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างประเทศ ด้วยความร่วมมือกับเอเยนต์ทัวร์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางของเว็ลด์เอ็กซ์พลอเรอร์ การเข้าร่วมในโครงการเปิดทองหลังพระกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดรายการนำเที่ยว 19 โครงการ

3.8.2 บัตรกรุงศรีอยุธยา

บริษัท บัตรกรุงศรีอยุธยา จำกัด เป็นบริษัทในเครือของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยได้แยกส่วนการบริหารงานบัตรเครดิตออกมาเป็นนิติบุคคลแยกต่างหากจากการดำเนินงานของธนาคาร โดยเป็นการร่วมทุนสัดส่วน 50 : 50 ระหว่างบริษัท จีอี คอนซูเมอร์ไฟแนนซ์ จำกัด และธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์ทางการตลาดของบัตรกรุงศรีอยุธยามีดังนี้

3.8.2.1 กลยุทธ์การตลาดการจัดแคมเปญใหญ่ ๆ ในการแจกของรางวัลและการร่วมชิงโชค เพื่อเป็นการชักชวนให้สมัครสมาชิก ตัวอย่างได้แก่ การร่วมมือกับ "ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต" จัดแคมเปญสมาชิกซื้อสินค้าครบ 500 บาท โดยจะได้รับส่วนลดทันทีแล้ว ยังมีสิทธิชิงรางวัลรถยนต์ "ฮอนด้า ซิตี้" จำนวน 3 คัน นอกจากนี้ ได้รับมือกับปั้มน้ำมันศาลเจ้าเสด็จสมานิกใช้บัตรเครดิตเติมน้ำมันจะได้รับส่วนลดทันทีร้อยละ 1 ไม่เพียงเท่านั้น ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตยังได้รับสิทธิพิเศษอีกมากมาย ขอเพิ่มวงเงินฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง ได้สูงถึงร้อยละ 50

3.8.2.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างโดยเน้นไปที่นวัตกรรมใหม่ในงาน "มันนี่เอ็กซ์โป" ระหว่างวันที่ 15-18.พ.ค.ปีพ.ศ. 2548 คือ การอนุมัติบัตรเครดิตด่วนใน 30 นาที

3.8.2.3 กลยุทธ์การตลาด การไม่คิดค่าธรรมเนียมรายปีตลอดชีพ แบบไม่มีเงื่อนไข ซึ่งบริษัทบัตรกรุงศรีอยุธยา นำมาใช้เมื่อปีพ.ศ. 2544 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี

3.8.2.4 กลยุทธ์สร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ โดยการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ไปยังลูกค้าระดับบัตรทอง ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าผู้บริหารและเจ้าของกิจการให้มากขึ้น โดยเน้นความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เป็นหลัก เริ่มจากการเพิ่มวงเงินอนุมัติจาก 2 เท่าของเงินเดือนแต่ไม่เกิน 300,000 บาท เป็น 3 เท่าของเงินเดือนแต่ไม่เกิน 1 ล้านบาท พร้อมเพิ่มสิทธิประโยชน์และอภิสิทธิ์ที่เหนือกว่าบัตรอื่นในตลาด ภายใต้คอนเซ็ปต์ Gold Exclusive อาทิ อภิสิทธิ์ในการใช้ที่จอดรถสำรองพิเศษที่ศูนย์การค้าเกษร การใช้บริการห้องพักรับรองพิเศษ Royal Orchid Lounge และ Royal Executive Class Lounge ของการบินไทย เป็นต้น

3.8.2.5 กลยุทธ์การออกบัตรโคแบรอนด์ เช่น ร่วมกับบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) และวีซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล ออกบัตรเครดิตโฮมโปร วีซ่า เน้นกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคนรักบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.3 อเมริกัน เอ็กซ์เพรส

อเมริกัน เอ็กซ์เพรส ใช้นโยบายทางการตลาดแบบ Niche Market ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดแบบ โคอแบเรนค์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับการขยายฐานผู้ถือบัตร โดยแบรนด์ที่อเมริกัน เอ็กซ์เพรส จะเข้าไปทำตลาดร่วมด้วยนั้นจะต้องเป็นแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์ของความเป็นสินค้าพรีเมียม เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของอเมริกัน เอ็กซ์เพรส ซึ่งข้อดีของการ โคอแบเรนค์ คือ เมื่อทั้ง 2 ฝ่ายมีกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกัน มีเป้าหมายการให้บริการเดียวกันจะทำให้เห็นไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจน สร้างโอกาสทางการตลาดทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น เพราะเข้าใจลูกค้ากลุ่มนี้ได้ชัดเจน ตัวอย่างกลยุทธ์ทางการตลาดของ อเมริกัน เอ็กซ์เพรส มีดังต่อไปนี้

3.8.3.1 อเมริกัน เอ็กซ์เพรส ร่วม โคอแบเรนค์กับรถยนต์บีเอ็มดับเบิลยู คือ จับกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม เป็นแบรนด์ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก แบรนด์ที่มีบุคลิกที่ชัดเจน เน้นการให้บริการให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

3.8.3.2 อเมริกัน เอ็กซ์เพรส โครงการขยายฐานกลุ่มลูกค้าออกไปยังกลุ่มตลาดธุรกิจไมซ์ (จัดประชุมและนิทรรศการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) โดยได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) เปิดตัวบัตรคอร์ปอเรท มิตติ้ง การ์ด ซึ่งเป็นบัตรชาร์จ์การ์ด ที่ให้บริการด้านการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE) โดยจะได้รับสิทธิประโยชน์จากโรงแรมและรีสอร์ทชั้นนำ ทั้งการบริหารค่าใช้จ่ายและการลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ถือบัตร เพราะพิจารณาแล้วพบว่าตลาดที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง และยังมีคู่แข่งชั้นรายใคให้ความสำคัญอย่างแท้จริง ทั้งนี้บัตรดังกล่าวได้ให้บริการแล้ว ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ มาเลเซียและล่าสุดประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมาบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศต่างๆ ได้ให้ความสนใจ ซึ่งในประเทศไทยเรามองเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกันกับต่างประเทศที่ให้บริการอยู่

3.8.3.3 กลยุทธ์มาใช้การทำตลาดแบบ โคเร็คต์มาร์เก็ตติ้ง หรือการเข้าหาลูกค้าโดยตรง (direct to customer) ไม่ต้องผ่านสื่อกลางอื่น ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้าซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง มีประสิทธิภาพ และลูกค้าได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ทั้งนี้ที่เลือกใช้กลยุทธ์การตลาดดังกล่าว เนื่องจากขณะนี้ฐานลูกค้าของบริษัท ยังไม่กว้างมากนัก คือเป็นเฉพาะลูกค้าระดับบนเท่านั้น โดยบัตรแพลทินัม ชาร์จ์การ์ด และแพลทินัม การบินไทย อเมริกัน เอ็กซ์เพรส มียอด active ของบัตรเกือบร้อยละ 100 เกิดจากกลยุทธ์การทำตลาดโดยตรงกับลูกค้า ทั้งส่งจดหมาย เทเลมาร์เก็ตติ้ง และ face to face ไปยังกลุ่มลูกค้าระดับบนที่มีรายได้สูง ซึ่งถือว่าเป็นนโยบายที่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากลูกค้าระดับบนมีความต้องการสิทธิประโยชน์ที่คุ้มค่าและตรงต่อความต้องการ เนื่องจากต้องเสียค่าธรรมเนียมรายปีสูง โดยบัตรชาร์จ์การ์ดเสียปีละ 24,000 บาท และบัตรทอง 3,200 บาท ทำให้คนกลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่มีบัตร ไว้เพื่อใช้จ่ายจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8.3.4 กลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าระดับกลาง เพราะเห็นว่าตลาดมีการเติบโตมาก และลูกค้ากลุ่มดังกล่าวมีศักยภาพที่จะขับสถานะขึ้นเป็นระดับบน

3.8.3.5 กำหนดแผนดำเนินธุรกิจสำรวจหาสถานะเศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตไม่เป็นดังที่คาดการณ์ไว้ โดยการเพิ่มจำนวนยี่ห้อสินค้าในโครงการ 10 X reward ให้เพิ่มขึ้นจาก 40 ยี่ห้อ เป็น 80 ยี่ห้อ ซึ่งล้วนแล้วเป็นยี่ห้อชั้นนำระดับโลก รวมทั้งจะยังคงเสนอสิทธิพิเศษให้ตามกลุ่มผู้ถือบัตรและให้สิทธิประโยชน์การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันสำหรับผู้ถือบัตรทุกประเภท

3.8.4 เอไอจีการ์ด

ดำเนินการโดยบริษัท เอไอจีการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทในเครือของเอไอจีคอนซูเมอร์ ฟิแนนซ์ กรุ๊ป, อิงค์ ซึ่งเป็นหนึ่งในเครืออเมริกัน อินเตอร์เนชันแนล กรุ๊ป, อิงค์ (เอไอจี) สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ของบัตรเครดิตเอไอจี มีลักษณะเช่นเดียวกับบัตรเครดิตวีซ่า

กลยุทธ์ที่ใช้ของบัตร เอไอจีการ์ด คือ การชักจูงให้ใช้จ่ายอย่างต่อเนื่องคือ หากผู้ถือบัตรมีการใช้จ่ายผ่านบัตรทุกเดือนอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือใช้จ่ายผ่านบัตรรวมเป็นเงิน 4.8 หมื่นบาทขึ้นไปต่อปี ผู้ถือบัตรมีสิทธิ์เลือกแผนประกันสุขภาพ ระหว่างแผนประกันทันตกรรม ทั้งอุดฟัน ถอนฟัน ผ่าฟัน เอกซเรย์ฟันได้ตลอดทั้งปี ที่โรงพยาบาลพญาไททั้ง 3 แห่งในเขตกรุงเทพฯรวมทั้งยังสามารถใช้บริการชูดหินปูนหรือขัดฟันได้ปีละ 1 ครั้งด้วย หรือผู้ถือบัตรจะเลือกรักษาพยาบาลในฐานะผู้ป่วยนอกปีละ 3 ครั้ง ที่โรงพยาบาล พญาไททั้ง 3 แห่งในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งผู้ถือบัตรสามารถโอนสิทธิครั้งใดครั้งหนึ่งหรือทั้ง 3 ครั้งให้กับคู่สมรสหรือบิดา-มารดาที่มีอายุต่ำกว่า 60 ปี หรือบุตร-ธิดาที่มีอายุระหว่าง 7-17 ปีได้

3.8.5 บัตรอ็อน

ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท อ็อน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย บัตรเครดิตอ็อน บัตรเครดิต อ็อนฮาร์วาร์ด บัตรเครดิตเอทอิส บัตรเครดิตจัสโก้ บัตรเครดิต ดั่งฮั่วเส็ง บัตรเครดิตซีทาญา บัตรเครดิตเบลเมซอง บัตรเครดิตอ็อน-เอ็กซ์เพรส การ์ด บัตรเครดิตแม็กซ์ฮอโต้เอ็กซ์เพรสการ์ด บัตรเครดิตเดอะมอลล์การ์ด บัตรเครดิตอ็อนเจซีบีการ์ด และบัตรเครดิตอ็อนมาสเตอร์การ์ด

3.8.5.1 กลยุทธ์ความหลากหลายของบัตร โดยธุรกิจหลักของอ็อนยังคงเป็นสินเชื่อเช่าซื้อ อาทิเช่น ผ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้า ขณะที่บัตรเครดิตยังมีสัดส่วนจำนวนน้อย ทั้งนี้อ็อนฯยังได้พยายามแตกไลน์หรือขยายธุรกิจต่อเนื่อง โดยปล่อยสินเชื่อรถจักรยานยนต์

3.8.5.2 กลยุทธ์ขยายฐานผู้ถือบัตรเครดิต ไปยังเมืองใหม่ ๆ ที่อยู่ตามหัวเมืองใหญ่ มากขึ้น โดยเน้นให้สินเชื่อเพื่ออุปโภคบริโภคที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3.8.6 จีอีแคปิตอล

บริษัท จีอี แคปิตอล จำกัด ใช้ความได้เปรียบในฐานะผู้นำตลาด เสนอนวัตกรรม การเงิน ให้กับตลาดเพื่อแสดงความเป็นผู้นำ (Market Leader) ผ่านโครงการช่วยให้ สินเชื่อเพื่อการบริโภค คือ เฟิร์สช้อยส์ และเพาเวอร์บายรวมถึงการขยายช่องทางสินเชื่อใหม่ที่เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคน รุ่นใหม่ เช่น เปิดสาขานบนสถานีรถไฟฟ้า การปรับระบบการอนุมัติวงเงินกู้ ความรวดเร็ว จนถึง แคมเปญ ต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภค บริษัทมีพันธมิตรหลัก ที่เป็นหุ้นส่วนธุรกิจ คือ บริษัทนิสสัน บริษัท มิทซูบิชิ ห้างเทสโก้โลตัส กลุ่มเซ็นทรัล และธนาคารกรุงศรีอยุธยา และร้านค้าปลีกอีกประมาณ 1,800 แห่ง

3.8.7 เซทเทเลม

บริษัท เซทเทเลม (ประเทศไทย) จำกัด แผนการตลาดของเซทเทเลมยังเน้นที่ตัวสินค้าเป็นหลัก คือ เรื่องความรวดเร็วในการอนุมัติ และการคิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำ อีกด้านหนึ่งเซทเทเลมก็พยายามเสริมสร้าง พันธมิตรธุรกิจ และทำการตลาดในฐานะผู้อยู่เบื้องหลังในการขาย ในปี พ.ศ. 2545 บริษัทจะเน้นการจับมือพันธมิตรเพื่อขยายตลาดโดยเวลาสั้น เพื่อก้าวให้ทันกับคู่แข่ง

โดยมีเป้าหมายพันธมิตรที่ 800 ราย มีพันธมิตรที่สำคัญอย่างธนาคารกสิกรไทย และ ห้างสรรพสินค้าคาร์ฟูร์ โดยความร่วมมือกับแบงก์กสิกรไทย จะให้บริการผ่านสาขาของธนาคาร 204 สาขาทั่วประเทศ และพนักงานขายสินเชื่อ 50 คน โดยเน้นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงกว่า 15,000 บาท

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาสภาพของสินเชื่อของบัตรเครดิตในประเทศไทย แบ่งผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 สภาพของสินเชื่อของบัตรเครดิตในประเทศไทย

4.2 ความสัมพันธ์ของสินเชื่อค้างบัตรเครดิตเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือนและข้อบังคับการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

4.1 สภาพของสินเชื่อของบัตรเครดิตในประเทศไทย

4.1.1 ภาพรวมของปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิตและรายจ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน

จากข้อมูลปริมาณของสินเชื่อบัตรเครดิตตั้งแต่ปีพ.ศ. 2545 – 2549 (ตารางที่ 4.1) มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อเปรียบเทียบกับเป็นอัตราส่วนเวลาเดียวกันของปีก่อนจะเห็นว่าปีพ.ศ. 2546 มีอัตราการขยายตัวมากที่สุด และน้อยที่สุดที่ปีพ.ศ. 2548 แต่แนวโน้มของการขยายตัวจะมีทิศทางที่ลดลงอย่างต่อเนื่องยกเว้นในปีสุดท้าย คือ ปีพ.ศ. 2549 ซึ่งจะเพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งปริมาณของการเติบโตของการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตนี้มีปริมาณเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 100 ในช่วงเวลาเพียง 5 ปีที่ได้ทำการศึกษา

ในส่วนของปริมาณสินเชื่อค้างซึ่งมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต และแนวโน้มของการขยายตัวเป็นไปในทิศทางที่ลดลง อย่างไรก็ตามปริมาณที่เพิ่มขึ้นของปริมาณสินเชื่อค้างบัตรเครดิตในช่วง 5 ปีที่ทำการศึกษา มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 200 ซึ่งมากกว่าการเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้จ่ายบัตรเครดิตที่ชัดเจน

จากข้อมูลของรายจ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนซึ่งเป็นดัชนีซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับปริมาณของสินเชื่อบัตรเครดิตและสินเชื่อค้างบัตรเครดิต จะพบว่ามีแนวโน้มและทิศทางการขยายตัวไปในทิศทางเดียวกันกับ ปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิตและปริมาณสินเชื่อค้างบัตรเครดิต ซึ่งจากความสัมพันธ์เบื้องต้นที่พบในการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติอย่างง่ายนี้จะนำไปสู่การวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐมิติในหน้าที่ 2 ต่อไป

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อค้ำประกันบัตรเครดิตและค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน

หน่วย: ล้านบาท

	ปี พ.ศ.				
	2545	2546	2547	2548	2549
ปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต ¹	304,335	419,732	535,967	628,851	751,624
	-	(37.92)	(27.69)	(17.33)	(19.52)
ปริมาณสินเชื่อค้ำประกันบัตรเครดิต ¹	72,498	94,346	118,456	144,147	171,005
	-	(30.14)	(25.55)	(21.69)	(20.71)
รายจ่ายในการอุปโภคบริโภคเอกชน ²	1,782,648	1,898,464	2,016,719	2,103,270	2,169,162
	-	(6.50)	(6.23)	(4.29)	(3.13)

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

²สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บเป็นอัตราการขยายตัวในหน่วยร้อยละเทียบกับปีก่อน

4.1.2 เปรียบเทียบสัดส่วนของสินเชื่อค้ำประกันบัตรเครดิตเทียบกับสินเชื่อบัตรเครดิต

จะพบว่าปริมาณสินเชื่อค้ำประกันเทียบกับปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 4.2) โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ จากการที่แนวโน้มของปริมาณสินเชื่อและสินเชื่อค้ำประกันของบัตรเครดิตมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แต่สัดส่วนของปริมาณสินเชื่อค้ำประกันเทียบกับปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิตมีอัตราส่วนที่คงที่ตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา ซึ่งจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าในช่วงปีพ.ศ. 2545-2549 สัดส่วนของสินเชื่อค้ำประกันมีการเคลื่อนไหวอยู่ในช่วงร้อยละ 22 ถึงร้อยละ 24 โดยในปีพ.ศ. 2549 มีสัดส่วนของสินเชื่อค้ำประกันบัตรเครดิตต่อสินเชื่อบัตรเครดิตร้อยละ 22.75

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบสัดส่วนสินเชื่อค้ำประกันเทียบกับสินเชื่อบัตรเครดิต

หน่วย: ล้านบาท

	ปี พ.ศ.				
	2545	2546	2547	2548	2549
ปริมาณสินเชื่อค้ำประกันบัตรเครดิต	72,498	94,346	118,456	144,147	171,005
ปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิต	304,335	419,732	535,967	628,851	751,624
สัดส่วนร้อยละ	23.82	22.48	22.10	22.92	22.75

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ความสัมพันธ์ของสินเชื่อก้างบัตรเครดิตเปรียบเทียบกับดัชนีทางเศรษฐกิจที่สำคัญและกฎข้อบังคับสินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ รายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือน และข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อบัตรเครดิต ต่อตัวแปรตาม คือ ปริมาณสินเชื่อก้างบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสตั้งแต่ปีพ.ศ.2545-2549 มาวิเคราะห์ ผลที่ได้คือแบบจำลอง

$$DC = -379,464.1 + 0.973PEX - 13,708.5D1 + 6368.3D2 - 14,966.5D3 \quad \dots\dots\dots(1)$$

(16.281)* (-1.519) (0.719) (1.667)

R-Square = 0.964

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t-statistic

* นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการที่ (1) ได้ค่า R-Square เท่ากับ 0.964 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในแบบจำลองร้อยละ 96.4 เปอร์เซนต์ นั่นคือ สมการดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินเชื่อก้างบัตรเครดิตได้ โดยตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่รายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรอิสระที่เป็นข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยทั้ง 3 ข้อ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงได้ทำการลดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญออก เหลือเพียง รายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือน ดังสมการที่ (2)

$$DC = -402,061.0 + 1.019PEX \quad \dots\dots\dots(2)$$

(18.498)*

R-Square = 0.950

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t-statistic

* นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการที่ (2) เมื่อนำเอาตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทย ออกจะพบว่า ได้ค่า R-Square ใกล้เคียงกับสมการที่ (1) คือค่าที่ได้เท่ากับ 0.950 นั่นคือสมการดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตได้ โดยตัวแปรรายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือน ยังคงมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งสามารถสรุปผลตัวแปรการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระได้ดังนี้

1. รายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือนจากการวิเคราะห์พบว่ามีความสัมพันธ์กับปริมาณสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 ถ้ามูลค่าของรายจ่ายในการอุปโภคบริโภค ภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะส่งผลให้ ปริมาณสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตเพิ่มขึ้น 1.019 บาท

2. กฎข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยที่นำมาเพื่อใช้ควบคุมปริมาณสินเชื่อและสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิต ทั้ง 3 ข้อ มีความสัมพันธ์กับสินเชื่อกองค้างบัตรเครดิตแบบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งรายละเอียดของข้อบังคับทั้ง 3 ข้อมีดังนี้

2.1 ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนเมษายน ปีพ.ศ. 2545 โดยอนุญาตให้ผู้มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไปสามารถมีบัตรเครดิตได้

2.2 ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนพฤศจิกายน ปีพ.ศ. 2545 โดยกำหนดให้ผู้ต้องการมีบัตรเครดิตต้องมีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป

2.3 ข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับสินเชื่อบัตรเครดิต ในเดือนธันวาคม ปีพ.ศ. 2549 โดยอนุญาตให้ธนาคารและผู้ประกอบการบัตรเครดิตสามารถเรียกเก็บดอกเบี้ยค้างชำระเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18 เป็นร้อยละ 20

ภาคครัวเรือน และข้อบังคับของธนาคารแห่งประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อบัตรเครดิต ว่ามีผลอย่างไรต่อตัวแปรตาม คือ และปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิต โดยใช้ข้อมูลitudyภูมิรายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549

ซึ่งข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษานี้ ใช้การเก็บข้อมูลitudyภูมิ ของปริมาณสินเชื่อคงค้างของบัตรเครดิตในประเทศไทย จากธนาคารแห่งประเทศไทย ข้อมูลดัชนีทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในช่วงปีพ.ศ.2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549 มาทำการวิเคราะห์ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

สภาพของสินเชื่อของบัตรเครดิตในประเทศไทยกับดัชนีทางเศรษฐกิจ

จากการศึกษาภาพรวมของสภาพสินเชื่อของบัตรเครดิตในประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ.2545 ถึง ปีพ.ศ. 2549 พบว่า ปริมาณสินเชื่อของบัตรเครดิตมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี และมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวมีที่ลดลง เช่นเดียวกับกับปริมาณของสินเชื่อคงค้างซึ่งมีแนวโน้มเดียวกัน แต่เมื่อนำปริมาณของสินเชื่อคงค้างมาเปรียบเทียบกับปริมาณสินเชื่อบัตรเครดิตจะพบว่า มีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

การเปรียบเทียบการขยายตัวของปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตกับค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน พบว่าปริมาณสินเชื่อคงค้างมีทิศทางการขยายตัวและแนวโน้มเดียวกันกับค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน

ความสัมพันธ์ของสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตเปรียบเทียบกับดัชนีทางเศรษฐกิจที่สำคัญและข้อบังคับการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ ปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิต กับตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือนและข้อบังคับการให้สินเชื่อบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย ผลที่ได้จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปริมาณสินเชื่อคงค้างบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับ เงินเพื่อและผลิตภัณฑ์ประชาชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และมีความสัมพันธ์กับข้อบังคับการให้สินเชื่อของธนาคารแห่งประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บรรณานุกรม

- กิตติพันธ์ กงสวัสดิ์เกียรติ. 2550. **วิกฤตทางการเงินส่วนบุคคล.** (Online). Available :
<http://www.businesssthai.co.th>
- กิตติพันธ์ เศษภาสรนนันท์. 2538. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการถือครองและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต.”
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- คุณิรัตน์ แวมณีวรรณ. 2539. “พฤติกรรมในการบริโภคและการออกของผู้ถือบัตรเครดิต:
กรณีศึกษาพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศนวรรณ เข็ชทอง. 2546. “การใช้บัตรเครดิตพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.”
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “Data Set : Credit Card Summary.” [online]. <http://www.bot.or.th>.
2007.
- นิภาพรรณ แก้วปัญญา. 2542. “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิต
ของธนาคารภายในและต่างประเทศ กรณีศึกษา พนักงานธนาคารฮ่องกงและเซ็งไฮ้ แบง-
กิ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด (เอชเอสบีซี) สาขากรุงเทพมหานคร.” ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2537. **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีดา นาคเนาทิม. 2541. **เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1.** พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปิยะฉัตร รัตนวิบูลย์. 2542. “การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรเครดิต: กรณีศึกษา
เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ.” วิทยานิพนธ์วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนัสวี มาลา. 2548. “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.”
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ศุภชาติ หิรัญณรงค์ชัย. 2546. **ผลกระทบจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของประชาชนที่มีต่ออัตรา
เงินเฟ้อ.** กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “รายงานผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่
2/2550.” [online]. <http://www.nesdb.go.th>. 2550.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. “บทบาทสินเชื่อด່งระบบเศรษฐกิจ.” [online]. <http://www.fpo.go.th>. 2548.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. “เศรษฐศาสตร์น่ารู้ : ความหมายและลักษณะของสินเชื่อด.” [online]. <http://www.fpo.go.th>. 2548.

สุนนา อยู่โพธิ์. 2524. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สุรเชษฐ ชีรวินิจ. 2542. โกงสบบัด โกงสบบัดร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: คอมฟอร์ม.

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์. 2538. ธนาคารกรุงเทพครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: ธนาคาร
กรุงเทพ.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

หน่วย: ล้านบาท

	ปริมาณหนี้สินคง ค้างบัตรเครดิต ¹	ปริมาณการใช้จ่าย ผ่านบัตรเครดิต ¹	ปริมาณค่าใช้จ่าย ภาคครัวเรือน ²
ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2545	41,149.27	71,626.39	433,587.00
ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2545	43,968.38	67,643.27	449,127.00
ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2545	51,664.82	70,974.42	442,122.00
ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2545	72,498.37	94,091.34	457,812.00
ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2546	73,482.24	101,329.00	463,871.00
ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2546	79,861.94	95,843.56	477,637.00
ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2546	86,564.69	104,389.50	467,765.00
ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2546	94,346.11	118,170.00	489,191.00
ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2547	97,401.39	122,157.60	495,075.00
ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2547	103,588.40	128,198.50	508,249.00
ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2547	108,606.10	130,670.90	495,819.00
ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2547	118,456.10	154,940.40	517,648.00
ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2548	118,581.00	142,659.30	515,606.00
ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2548	126,836.40	150,066.30	532,009.00
ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2548	132,670.00	159,270.50	518,728.00
ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2548	144,147.80	176,854.70	536,927.00
ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2549	143,564.00	183,468.80	535,909.00
ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2549	153,848.30	179,262.60	549,743.00
ไตรมาสที่ 3 พ.ศ.2549	160,375.90	183,538.00	533,324.00
ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2549	171,005.40	205,354.60	550,186.00

ที่มา : ¹ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2550²สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

ข้อมูลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นครั้งที่ 1 (ไม่ได้ตัดตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญ)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DC	106129.8270	38571.75280	20
PEX	498516.7500	36879.90556	20
D1	.05	.224	20
D2	.05	.224	20
D3	.05	.224	20

Correlations

		DC	PEX	D1	D2	D3
Pearson Correlation	DC	1.000	.975	-.379	-.205	.396
	PEX	.975	1.000	-.315	-.260	.330
	D1	-.379	-.315	1.000	-.053	-.053
	D2	-.205	-.260	-.053	1.000	-.053
	D3	.396	.330	-.053	-.053	1.000
Sig. (1-tailed)	DC	.	.000	.050	.193	.042
	PEX	.000	.	.088	.134	.078
	D1	.050	.088	.	.413	.413
	D2	.193	.134	.413	.	.413
	D3	.042	.078	.413	.413	.
N	DC	20	20	20	20	20
	PEX	20	20	20	20	20
	D1	20	20	20	20	20
	D2	20	20	20	20	20
	D3	20	20	20	20	20

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	D3, D2, D1, PEX(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: DC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นาย ปิยวัฒน์ ช่างเพชร	
วันเดือนปีเกิด	24 เมษายน พ.ศ. 2518	
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานครฯ	
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	198/2 ซอยทองหล่อ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2540	สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเคมีอุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน และผลงานวิจัย	พ.ศ. 2540-2543	วิศวกรฝ่ายควบคุมคุณภาพ บริษัท ไทยลามีเนต แมนูแฟคเจอเรอร์ จำกัด
	พ.ศ. 2543- 2547	Senior Engineer ฝ่ายผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์และควบคุม กระบวนการผลิต บริษัท ไทยลามีเนต แมนูแฟคเจอเรอร์ จำกัด
	พ.ศ. 2548- 2550	Engineering Chief บริษัท ไทยลามีเนต แมนูแฟคเจอเรอร์ จำกัด
	พ.ศ. 2551- ปัจจุบัน	Technical Support Section Manager บริษัท ไทยลามีเนต แมนูแฟคเจอเรอร์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.982(a)	.964	.954	8238.33317	.964	100.375	4	15	.000

a. Predictors: (Constant), D3, D2, D1, PEX

ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	27249770164.703	4	6812442541.176	100.375	.000(a)
	Residual	1018052001.606	15	67870133.440		
	Total	28267822166.310	19			

a. Predictors: (Constant), D3, D2, D1, PEX

b. Dependent Variable: DC

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error					Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-379464.065	30004.789				-443417.760	-315510.371
	PEX	.973	.060	.931	16.281	.000	.846	1.101
	D1	-13708.468	9022.035	-.079	-1.519	.149	-32938.482	5521.545
	D2	6368.303	8857.776	.037	.719	.483	-12511.601	25248.206
	D3	14966.536	8977.062	.087	1.667	.116	-4167.620	34100.691

a. Dependent Variable: DC

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.975(a)	.950	.947	8859.12991	.950	342.172	1	18	.000

a Predictors: (Constant), PEX

ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	268551068	1	26855106877.	342.172	.000(a)
	77.377	18	377		
	141271528		78484182.719		
	8.933				
	282678221	19			
	66.310				

a Predictors: (Constant), PEX

b Dependent Variable: DC

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	402060.737	27544.209	-14.597	.000	-459928.973	-344192.500
	PEX	1.019	.055	18.498	.000	.904	1.135

a Dependent Variable: DC