

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER'S BEHAVIOR ON CREDIT CARD USAGE IN BANGKOK



T145026



สงวน
964/4
2559
เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 145026
วันเดือนปี 9 ส.ค. 2560

12825942
.....
.....

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะกรรมการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CUSTOMER'S BEHAVIOR ON CREDIT CARD USAGE IN BANGKOK



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

2016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2016

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร

CUSTOMER'S BEHAVIOR ON CREDIT CARD USAGE
IN BANGKOK

นักศึกษา

นางสาวนันณพร รักการษ์

รหัสประจำตัว

58611020

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์	
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร	
รองศาสตราจารย์อมรศรี ต้นพิพัฒน์	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2559 เวลา 08:30 – 10:00 น.

สถานที่สอบ คณะการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้อง FAM 401

คณะรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี)

คณบดีคณะกรรมการบริหารและจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
วันที่ 14 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2559
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา นางสาวนันทพร รักการษ์
รหัสนักศึกษา 58611020
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขา บริหารธุรกิจ
พ.ศ. 2559
ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสภาพแวดล้อม ส่งผลให้สังคมเมืองมีการปรับวิถีชีวิตของตนเองและครอบครัวให้มีความทันสมัย สะดวกสบายและรวดเร็ว โดยมีบัตรเครดิตทำหน้าที่เปรียบเสมือนเครื่องมือทางการเงินที่เป็นสื่อกลางของการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปริมาณมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตมีจำนวนระหว่าง 1 – 2 ใบต่อคน โดยส่วนใหญ่เลือกถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยได้รับการเลือกใช้เป็นประจำมากที่สุด ซึ่งสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ คือ สะดวกสบายมีความคล่องตัวในการใช้จ่าย โดยเลือกชำระผ่านบัตรเครดิตในสินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค มีความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยระหว่าง 3 – 4 ครั้งต่อเดือน โดยมียอดการใช้จ่ายระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตจากสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรเครดิตที่ได้รับวงเงินอนุมัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อคุณผู้เห็นไปเผยแพร่จะถือเป็นการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในช่วงระหว่างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท และมักใช้บริการบัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้า ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการคือ ตนเองสำหรับข้อมูล พฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตตรงตามเวลาที่กำหนด และมีการชำระหนี้เต็มตามจำนวน ยอดเรียกเก็บเต็ม ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน และมีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิตมากที่สุดคือ ชำระผ่าน ทางเคาน์เตอร์ของสถาบันการเงิน สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตพบว่าอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจำนวน บัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต พบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับจำนวนหนี้ บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย และยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือผู้ประกอบการบัตรเครดิตควรต้องมีการคัดกรอง ลูกค้าใหม่อย่างเข้มงวด โดยยกระดับเกณฑ์ด้านรายได้และเกณฑ์ด้านภาระหนี้ต่อรายได้ของผู้ขอ สินเชื่อ การพิจารณาประวัติการใช้จ่ายและการชำระหนี้ยาวนาน การปรับลดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อ ต่อรายได้ และการใช้นโยบายปรับโครงสร้างหนี้อย่างทันท่วงที เพื่อไม่ก่อให้เกิดหนี้จำนวน มหาศาล เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงหากผู้ถือบัตรไม่ทำการจ่ายค่าบัตรเครดิตตรงตามเวลาที่ กำหนด

Title	Customer's Behaviors on Credit Card Usage in Bangkok
Student	Miss Nantaporn Rakgarn
Student ID.	58611020
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2016
Advisor	Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

ABSTRACT

At present, economic, social and political and environmental changes consequently affect the city society or urban inhabitants to adjust their lifestyle and families to be comfortably and fast updated or modernized by having credit cards as financial instruments being the media of goods exchange or purchasing or services giving efficiently. This thing is motivating and stimulating consumers to have spending behavior by using credit cards more and more. This study therefore had objectives to study the usage of credit cards by consumers in Bangkok Metropolis area. The data were collected by questionnaires distributed among the sample population group of age 25 and upward, having monthly income not less than 15,000 Baht who occupy credit cards and spend for things and service via credit cards, regularly at least once a month. Total sampled population were 390 people. Data were analyzed by percentage, mean and Chi-square.

The study result was found that most of the sample group were female, ages range between 25-30 years, single status, Bachelor degree educational background, performing career as employees of private companies, having average monthly income range 15,000-20,000 Baht. For the data on the behavior using credit cards of consumers in Bangkok Metropolis, it was found that the sample group individually holds 1-2 credit cards whereas most of them mostly prefer to holding credit cards of Kasikorn Bank (Public) Ltd. The reason why Kasikorn Bank's credit cards were popularly chosen to pay for goods and services were comfortability and flexibility to select payment via credit cards for goods and services. The average frequency of credit card usage was in range 3-4 times monthly whereby their spending amounts were in 5,001-10,000 Baht per month range. They received information about the privileges of using credit cards from online media such as Facebook , Line etc. The sample group was spending via credit card within their approved

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

amount, i.e. in range of less than or equal to 50,000 Baht and they always use credit cards at a mall or department store. For those who have influence on the usage of credit cards to pay for goods or services were themselves independently. For the performance behavior of credit cards of consumers in Bangkok Metropolis, it was found that most of the sample group had behavior paying credit cards timely as scheduled at full amount of the amount being called to collect. Their average monthly performances were in the range of less than or equal 5,000 Baht monthly and their credit cards' overdue amount were averagely more than 30,000 Baht monthly. The popular channel selected by the sample group to perform their credit cards was payment through the counters of financial institutions. For testing the relation between personal factor and behavior of credit card usage, it was found that their age, average monthly income were related to the number of credit cards held by them, their monthly usage frequency and the average monthly credit card spending balances. For the relation between the personal factor and credit card performance behavior, it was found that their age, monthly income, occupation, education level, were related to the debt amount and total average overdue credit card balances and the average monthly credit card performance amount.

This study had recommendations, namely, the credit card entrepreneurs should strictly screen the new customers by raising the level of their income criteria and their indebtedness to income ratio of the credit applicants. The longer spending record and longer performance should be considered. The credit to income proportion should be reducibly adjusted and the loan restructuring policy must be timely applied not to cause a massive indebtedness due to a higher interest rate if the cardholder fails to pay credit card bills on the scheduled time.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระรองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ที่ได้สละเวลาให้คำสั่งสอนแนะนำ แนวทางต่าง ๆ ในการดำเนินการศึกษาครั้งนี้ พร้อมทั้งแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ และให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา รวมไปถึงการได้รับคำปรึกษาในด้านการวางแผนจัดสรรการทำงานที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้ กำหนดไว้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้และขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และรองศาสตราจารย์ ตันพิพัฒน์ ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำตลอดจนช่วย ชี้แนะข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีความสมบูรณ์ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ ผู้ศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ขอขอบคุณ พี่ ๆ และเพื่อน ๆ ที่ร่วมชั้นเรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวชิราวุธที่คอยให้คำแนะนำคำปรึกษาในด้านต่าง ๆ และให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา ตลอดมา รวมถึงเจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารและจัดการทุก ๆ ส่วนงานที่สละเวลาในการแจ้ง ข่าวสารต่าง ๆ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานเป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกคนในครอบครัวที่ให้การส่งเสริม ผลักดัน และเป็นกำลังใจที่สำคัญในการสนับสนุนการศึกษานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงเป็น ด้วยดี

นันทพร รักษารักษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
ABSTRACT.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	4
1.6 สมมติฐานของการศึกษา.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต.....	12
2.4 สภาพการณ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทยในปัจจุบัน.....	19
2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
3.1 แหล่งข้อมูลและวิธีการรวบรวมข้อมูล.....	27
3.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง.....	28
3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	28
3.5 วิธีการวิเคราะห์ตัวข้อมูล.....	29
3.6 กรอบแนวความคิด.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	32
4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	32
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.....	36
4.3 ข้อมูลพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.....	44
4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.....	49
4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตร เครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.....	50
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ.....	52
5.1 สรุป.....	52
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	53
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	55
บรรณานุกรม.....	56
ภาคผนวก.....	60
ประวัติผู้เขียน.....	66

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	จำนวนบัตรเครดิตและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตช่วงปี พ.ศ. 2553 - 2557.....2
2.1	คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....7
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....32
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....33
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....34
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....34
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....35
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....35
4.7	จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน.....36
4.8	ผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างเลือกถือครอง.....37
4.9	บัตรเครดิตของผู้ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่เป็นประจำ.....38
4.10	สาเหตุที่เลือกใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ.....39
4.11	วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต.....40
4.12	ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตร.....40
4.13	ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตรที่ถือครอง.....41
4.14	การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิต.....42
4.15	วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ.....43
4.16	สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต.....43
4.17	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ.....44
4.18	การชำระหนี้บัตรเครดิต.....44
4.19	สาเหตุสำคัญที่ไม่สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตได้ตรงตามเวลาที่ธนาคารกำหนด.....45
4.20	ลักษณะการชำระหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบัน.....45
4.21	การชำระหนี้บัตรเครดิตแบบไม่เต็มจำนวนยอดเรียกเก็บ.....45
4.22	ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน.....46
4.23	การมีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระ.....47
4.24	หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย.....47
4.25	ช่องทางที่เลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิต.....48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 แหล่งเงินสำหรับการใช้ชำระหนี้บัตรเครดิต.....	49
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต.....	50
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต.....	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	รูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค.....12
2.2	ลักษณะบัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด.....15
2.3	ลักษณะบัตรอเมริกาเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ และซิติ้เบงคี่วีซ่า.....15
2.4	ลักษณะบัตรห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาลเอกชน และสายการบิน.....16
3.1	กรอบแนวความคิด.....31



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคนเมือง ได้รับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก รวมถึงมีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับอดีต ทำให้สังคมเมืองมีการปรับวิถีชีวิตของตนเองและครอบครัวให้มีความทันสมัย สะดวกสบายและรวดเร็ว โดยมีบัตรเครดิตทำหน้าที่เปรียบเสมือนเครื่องมือทางการเงิน จัดเป็นสื่อกลางของการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อสะดวกต่อการใช้จ่ายแทนเงินสดมากขึ้น

พฤติกรรมดังกล่าวทำให้ในปัจจุบันมีร้านค้ารับบัตรเครดิตในปริมาณเพิ่มมากขึ้นจากเดิม พร้อมทั้งผู้ออกบัตรเครดิตยังได้มอบสิทธิประโยชน์มากมาย ให้แก่ผู้บริโภคที่ใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือบริการแทนเงินสด เช่น การรับส่วนลดเพิ่มเติม การคืนเงินกลับเข้าบัญชีเมื่อมีการชำระด้วยบัตรเครดิตตามยอดใช้จ่ายที่กำหนด การให้ของรางวัล การผ่อนชำระสินค้าโดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยหากผ่อนชำระคืนในระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงการให้คะแนนสะสมพิเศษ นอกจากนี้ในแต่ละปีผู้ออกบัตรเครดิตจะมีการออกบัตรเครดิตที่มีความพิเศษเฉพาะเจาะจง และมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ครอบคลุมได้ทุกกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปริมาณมากขึ้น จนกล่าวได้ว่าบัตรเครดิตได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับใช้กันอย่างกว้างขวาง โดยสามารถพิจารณาได้จากอัตราการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคที่มีอัตราสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2557 โดยจำนวนบัตรเครดิตทั้งหมดที่มีการเปิดใช้งานเมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2557 มีทั้งสิ้น 20,303,751 บัตร มีปริมาณการใช้จ่ายรวม 174,561.14 ล้านบาท เมื่อเทียบช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2556 จำนวนบัตรเครดิตทั้งหมดอยู่ที่ 18,548,754 บัตร และมีปริมาณการใช้จ่ายรวม 151,485.02 ล้านบาท ซึ่งมีโอกาสที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีก (ปริมาณใช้จ่าย ประกอบด้วย ปริมาณการใช้จ่ายในประเทศ ปริมาณการใช้จ่ายในต่างประเทศ และการเบิกเงินสดล่วงหน้า) (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558ก.) ดังแสดงในตารางที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 จำนวนบัตรเครดิตและปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตช่วงปี พ.ศ. 2553 - 2557

ปี	จำนวนบัญชีทั้งสิ้น (บัตร)	ปริมาณการใช้จ่ายรวม (ล้านบาท)
2553	14,187,815	119,577.45
2554	15,328,291	129,275.35
2555	16,870,025	145,088.26
2556	18,548,754	151,485.02
2557	20,303,751	174,561.14

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558ก. และธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558ข.

โดยหลักการแล้วบัตรเครดิตจัดเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในสถานะที่เศรษฐกิจหดตัว หรือเป็นสื่อกลางในการชำระเงินเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค แต่จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ภาวะหนี้สินครัวเรือนไทยในช่วงครึ่งปีหลังของปี พ.ศ. 2558 ยังคงปรับเพิ่มขึ้นอยู่ที่ระดับ 10.84 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 116,000 ล้านล้านบาทจากครึ่งปีแรก เมื่อเทียบสัดส่วนจีดีพีจะพบว่า หนี้ครัวเรือนไทยต่อจีดีพีในสิ้นปี พ.ศ. 2558 อยู่ที่ระดับ ร้อยละ 82 เมื่อเทียบสัดส่วนจีดีพีในสิ้นปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ระดับร้อยละ 79.80 มีอัตราการขยายตัวขึ้น ร้อยละ 2.80 เป็นผลมาจากการขยายสินเชื่อของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ ซึ่งหนี้ครัวเรือนของคนไทยส่วนหนึ่งมาจากสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค นั่นคือ การใช้บริการบัตรเครดิตในปัจจุบัน โดยเฉพาะยอดการใช้บัตรเครดิตเพื่อเบิกเงินสดล่วงหน้าที่มีปริมาณ 16,307.83 ล้านบาท เมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2557 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559) เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่มาจากพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคที่ก่อให้เกิดปัญหาหนี้บัตรเครดิตในอนาคตได้ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในลักษณะของการกู้ยืมโดยนำไปผ่อนชำระสินค้า การเบิกเงินล่วงหน้า หรือนำไปชำระหนี้บัตรเครดิตใบอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงสถานการณ์ของยอดสินเชื่อคงค้างชำระจากบัตรเครดิตพบว่า ยอดสินเชื่อคงค้างจากบัตรเครดิตเมื่อสิ้นปี พ.ศ. 2557 อยู่ที่ 301,625 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556 อยู่ที่ 290,425.41 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558ก.) ส่งผลให้ยอดหนี้คงค้างโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 15,669.10 บาทต่อบัตร นำมาเปรียบเทียบกับแล้วพบว่า ยอดหนี้คงค้างโดยเฉลี่ยมีมูลค่ามากกว่ารายได้ขั้นต่ำของเงินเดือนประจำที่สามารถสมัครบัตรเครดิตได้ คือ 15,000 บาทต่อเดือน (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558ค.) แสดงให้เห็นว่าขณะนี้ผู้บริโภคยังคงมีพฤติกรรมการใช้เงินเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะชำระเงินคืนเมื่อยอดสินเชื่อคงค้างชำระจากบัตรเครดิตมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยไม่มีการชำระในแนวทางที่เหมาะสมย่อมส่งผลกระทบต่อตัวผู้ใช้บัตรและสถานะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ(ดลฤดี สุวรรณกุล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลข้างต้นทำให้มีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้มาจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่เหมาะสม รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้หน่วยงานภาครัฐมีแนวทางในการกำหนดแผนนโยบายแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือน

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตในการศึกษามีดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตและพฤติกรรมชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา ศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม มีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก มีรายได้ และการศึกษาสูง ทำให้ประชากรส่วนใหญ่นิยมใช้บริการบัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยแบ่งพื้นที่ตามกลุ่มการปกครองทั้ง 6 เขต ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนเหนือ และกลุ่มกรุงธนใต้

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

1.5 นิยามศัพท์

บัตรเครดิต หมายถึง บัตรพลาสติกแข็งที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันผู้ออกบัตรออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครวมถึงหลักเกณฑ์และวิธีการที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันผู้ออกบัตรกำหนดเพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการหรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด โดยไม่ต้องจ่ายเงินสดทันทีกับร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตนั้น นอกจากนี้ผู้ถือบัตรยังสามารถเบิกถอนเงินสดจากธนาคารพาณิชย์ที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตได้ภายในวงเงินที่กำหนดไว้ และมีระยะเวลาในการชำระเงินคืน

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต หมายถึง การแสดงออกที่เกี่ยวกับการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและการให้บริการ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ยอดการใช้จ่ายบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และประเภทสินค้าหรือบริการที่ชำระผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น (พัชรทิศา กะการดี. 2554)

พฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต หมายถึง ผู้ถือบัตรต้องชำระหนี้ขั้นต้นในแต่ละงวดไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ของยอดคงค้างทั้งสิ้น โดยอาจชำระผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สาขาของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิต จุดบริการรับชำระเงินที่เป็นตัวแทนรับชำระ และช่องทางต่าง ๆ ของธนาคาร ทั้งนี้การชำระเงินในแต่ละช่องทางอาจมีเงื่อนไขแตกต่างกันไป เช่นค่าธรรมเนียมจำนวนเงินสูงสุดที่รับชำระ (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2555)

1.6 สมมติฐานของการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในเรื่อง จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตในเรื่อง ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต
4. สภาพการณ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทยในปัจจุบัน
5. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยดังนี้

1. เพศ (Gender) ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน เช่น เพศหญิงมีแนวโน้มความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่ เพศชายมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้วัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยืดหยุ่นอดุมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มียุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มียุ่น้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน

3. สถานภาพ (Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education, and Occupation) ซึ่งนับเป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย มีอำนาจซื้อสูง แต่คนที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีโอกาสที่จะซื้อสินค้าได้ ซึ่งหากนักการตลาดไม่ให้ความสนใจกลุ่มนี้ ทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าในกลุ่มนี้ไปได้ และปัจจัยด้านรูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา เป็นต้น ยังเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจที่สำคัญได้นอกเหนือจากปัจจัยด้านรายได้เพียงอย่างเดียว ส่วนในด้านของการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีแนวโน้มความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในเชิงเหตุและผล เช่นบุคคลที่มีการศึกษาค่าโอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ เป็นต้น

โดยสรุปแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นแนวคิดที่พยายามชี้ให้เห็นถึงประเด็นของความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ มองว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีความต่างกันไปด้วย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มาใช้ในการศึกษาความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ของบุคคล

2.2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในอดีต ทำให้นักการตลาดสามารถทำความเข้าใจผู้บริโภคโดยอาศัยประสบการณ์ในการขายสินค้าให้ลูกค้า แต่การเติบโตและการตลาดก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้ผู้ขายไม่มีโอกาสติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับลูกค้า และยิ่งไปกว่านั้นในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเชื่อถือเรื่องการวิจัยเกี่ยวกับผู้บริโภคเพื่อหาคำตอบให้กับคำถามเกี่ยวกับความต้องการ พฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้าของผู้บริโภค คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H (Kotler Philip. 2009) ประกอบด้วย (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (What is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does The consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติต้องประกอบด้วยของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าของคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. สักยภาพผลิตภัณฑ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does The consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์ด้านราคา 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participated in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ คือ 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด คือ กลยุทธ์การโฆษณา หรือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does The consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือนช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงสอดคล้องกับโอกาสในโอกาสในการซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางที่ผู้บริโภคใช้บริการ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้าน ขายของชำ เป็นต้น	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาด เป้าหมาย โดยพิจารณาว่าผ่าน คนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้อ อย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์ ส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาการขายโดยการใช้ พนักงาน ส่งเสริมการขายการ ให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

ที่มา: Kotler Philip. 2009

2.2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่
ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความ
ต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งจะเปรียบ
เสมือนกล่องดำ โดยผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับ
อิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือ
การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น
(Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนและทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า
S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นที่อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย (Inside Stimulus)
และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้น
ภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อด้าน
จิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด
นักการตลาดต้องทำให้มีขึ้น เพื่อสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับการ
จัดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อความสวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้เกิดผู้บริโภคได้รับความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ ด้านฟากลอนอัตโนมัติด้วยบัตรเครดิตสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายการกำหนดคุณสมบัติขั้นต่ำของผู้ถือครองบัตรเครดิตจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อและกระบวนการซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Responses) ประกอบด้วยขั้นตอนคือ

2.2.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การที่ผู้บริโภครู้จักปัญหา ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคทราบความจำเป็นและความต้องการในสินค้า งานของนักการตลาดในขั้นนี้ก็คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดตั้งกระตุ้นความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

2.2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา นั่นคือ เกิดความต้องการในขั้นที่ 1 แล้วจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น แหล่งข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก และแหล่งข้อมูลการค้า ได้แก่ สื่อโฆษณา พนักงานขายงานของนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขั้นนี้ คือ พยายามจัดข้อมูลข่าวสารให้ผ่านแหล่งการค้าและแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพและทั่วถึง

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of a Alternatives) โดยการพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ในขั้นที่ 2

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อหรือตราใดเนื่องจากมีการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ มาแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุดและปฏิเสธที่จะซื้อสินค้าที่ไม่มีความพอใจที่จะซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post - Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติตามที่คาดหวังจะเกิดผลในทางบวก คือ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ และมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำก่อนข้างสูง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Descisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

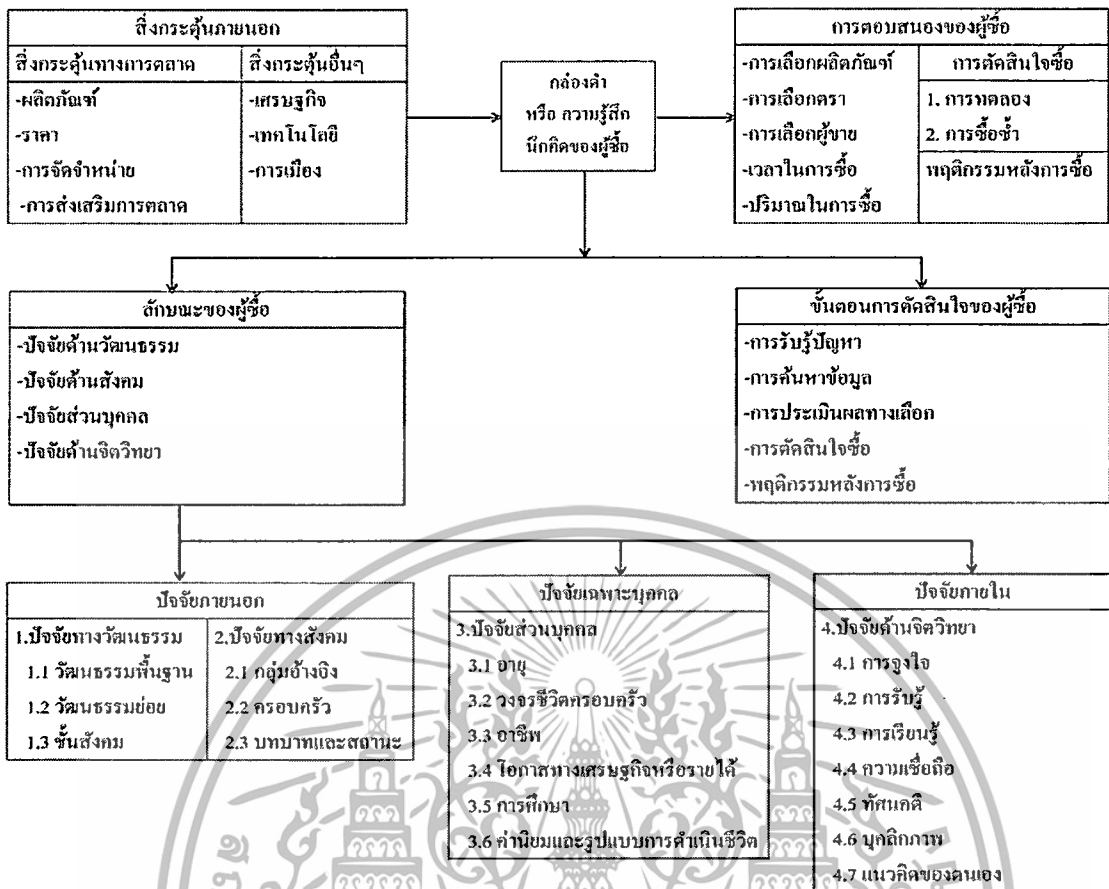
3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อประเภทของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง ๆ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกผู้ขายเพื่อซื้อสินค้าหนึ่ง ๆ ซึ่งผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงสถานที่ขาย การให้บริการ

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกระยะเวลาเพื่อซื้อสินค้าหนึ่ง ๆ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือ เย็นในการซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อครั้งหนึ่ง ๆ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค
ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับบัตรเครดิต

2.3.1 ความหมายของบัตรเครดิต

อำนาจ ทิยาทิพย์กุล (2531) กล่าวว่า บัตรเครดิต คือ บัตรเล็ก ๆ ที่ทำด้วยพลาสติกใช้เพื่อแสดงหลักฐานว่าเป็นผู้มีสิทธิในการใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ๆ เพื่อเป็นสินเชื่อบัตรนี้จะระบุชื่อบริษัทผู้ออกบัตร เลขที่บัตร ชื่อ และลายเซ็นของผู้ถือบัตร บางบริษัทจะมีรูปถ่ายของผู้ถือบัตรเครดิตอยู่ด้วย เพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือการทุจริต

สุดชีวิน ชมเสวก (2548) กล่าวว่า บัตรเครดิต หมายถึงเอกสาร หรือวัตถุอื่นใดซึ่งผู้ออกบัตรให้แก่ผู้ถือบัตร โดยให้บันทึกข้อมูลไว้ด้วยกรรมวิธีเชิงกล หรือวิธีการอย่างอื่น ทำให้ปรากฏความหมายด้วยตัวอักษร ตัวเลข รหัส หรือสัญลักษณ์อื่นใด ทั้งนี้จะมีกำหนดระยะเวลาการใช้ไว้เพื่อให้ผู้ถือบัตรใช้ชำระราคาค่าสินค้าหรือบริการ หรือใช้ในการเบิกถอนเงินตามร่างพระราชบัญญัติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2553) กล่าวว่า บัตรเครดิต คือ บัตรที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครวมตามหลักเกณฑ์ที่ผู้ให้บริการบัตรเครดิตกำหนด เพื่อใช้ซื้อสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสดหรือเพื่อใช้เบิกเงินสด โดยมีกำหนดวงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรและระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย เมื่อถึงเวลาชำระหนี้ตามระยะเวลาที่ตกลงกันได้ ผู้ถือบัตรสามารถชำระเต็มจำนวน หรือเป็นจำนวนขั้นต่ำตามที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละรอบบัญชี และจะคิดดอกเบี้ยสำหรับยอดเงินที่ยังมิได้ชำระตามเงื่อนไขการใช้บัตร ทั้งนี้ไม่รวมถึงบัตรที่ได้มีการชำระค่าสินค้าค่าบริการหรือค่าอื่นใดไว้ล่วงหน้า

โดยสรุปแล้ว บัตรเครดิต (Credit Card) หมายความว่า บัตรที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันผู้ออกบัตรให้แก่ผู้ถือบัตรหรือผู้บริโภครวมตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่ธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันผู้ออกบัตรกำหนด เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการหรือค่าอื่นใดแทนการชำระด้วยเงินสด โดยไม่ต้องจ่ายเงินสดทันทีที่ร้านค้าหรือสถานบริการที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตนั้น นอกจากนี้ผู้ถือบัตรยังสามารถเบิกถอนเงินสดจากธนาคารพาณิชย์ที่เป็นสมาชิกของบัตรเครดิตได้ภายในวงเงินที่กำหนดไว้

2.3.2 ประวัติและความเป็นมาของบัตรเครดิต

ประเทศที่คิดค้นและนำบัตรเครดิตมาใช้เป็นประเทศแรก ๆ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1914 (พ.ศ. 2547) โดยบริษัท เยอเนอร์ลิตีโตรเลียม คอร์เปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย (ปัจจุบันคือ บริษัท โมบิลออยส์ จำกัด) ได้ออกบัตรเครดิตชนิดหนึ่งแก่พนักงานและลูกค้าของบริษัทบางรายที่ได้รับเลือกสรรแล้วให้ใช้บัตรดังกล่าวแทนเงินสดได้ โดยสามารถนำไปใช้ชำระน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ใช้ได้เฉพาะในกลุ่มของบริษัทเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้กับบุคคลอื่นได้และบัตรเครดิตฉบับแรกนี้มีลักษณะเป็นเหรียญโลหะ (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

ต่อมา ในปี ค.ศ. 1920 (พ.ศ. 2463) บริษัทที่จำหน่ายน้ำมันได้ออกบัตรในทำนองนี้ให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกจึงได้รับความนิยมมากขึ้น มีการขยายตัวของการออกบัตรเครดิตไปใช้ซื้อสินค้าและบริการในสินค้าอื่น ๆ มากขึ้นด้วย ต่อมาในปี ค.ศ.1950 (พ.ศ. 2493) นายแฟรงค์ แมคนามารา (Frank Mc. Namara) นักธุรกิจชาวนิวยอร์ก ได้รับประทานอาหารเย็นที่ภัตตาคารแห่งหนึ่งแล้วไม่ได้พกกระเป๋าเงินติดตัวไป ทำให้ไม่มีเงินชำระค่าอาหารจึงต้องโทรศัพท์ให้ภรรยาโอนเงินไปให้ จากเหตุการณ์นี้เองทำให้เขาคิดว่าน่าจะมีบัตรพิเศษใช้แทนเงินได้ เขาจึงนำความคิดนี้ไปปรึกษากับนายราล์ฟ ชไนเดอร์ (Ralph Schneider) และในที่สุดทั้งสองจึงได้จัดตั้งบริษัท ไดเนอร์ส คลับ (Diners Club) ออกบัตรเครดิต Diners Club เพื่อใช้ในการซื้อสินค้าและบริการแทนการชำระด้วยเงินสด ซึ่งคำว่า Diners นั้นมาจากคำว่า Dinner ที่แปลว่าอาหารเย็นนั่นเอง (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากนั้นได้มีบริษัทเอกชนอีกหลายบริษัทได้ออกบัตรเครดิต โดยในปี ค.ศ. 1958 (พ.ศ. 2501) บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส จำกัด ได้ออกบัตรเครดิต อเมริกัน เอ็กซ์เพรส และในปี ค.ศ. 1959 (พ.ศ. 2502) ธนาคาร อเมริกัน จำกัด (Bank of America) ได้ออกบัตรเครดิต ชื่อ Bank America Card ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Visa Card และต่อมาปี ค.ศ.1965 (พ.ศ. 2509) กลุ่ม Inter Bank ในสหรัฐอเมริกา ได้ออกบัตรเครดิตชื่อ Master-Charge ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น Master Card (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

สำหรับประเทศไทย เริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2512 โดยผู้ออกบัตรคือ บริษัท บัตรไดเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ไม่ได้รับความสนใจในขณะนั้นเท่าที่ควร ต่อมาปี พ.ศ. 2513 ธนาคารแห่งอเมริกา ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศ ที่เรียกว่า Bank America Card หรือที่รู้จักกันในขณะนี้ว่า วีซ่า เข้ามาใช้ในประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2515 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตรชื่อ บัตรเครดิต เอนกประสงค์ ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของตนเอง โดยธนาคารของไทยเป็นผู้ออก หลังจากนั้นปี พ.ศ. 2517 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทน (Franchisee) ในการออกบัตรมาสเตอร์ การ์ด (Master Card) ซึ่งเป็นบัตรเครดิตต่างประเทศให้เผยแพร่ในประเทศไทย ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตของตนเอง เรียกชื่อบัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2522 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้ามาเป็นสมาชิกของวิซ่า อินเตอร์เนชั่นแนล (Visa International) และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นตัวแทน (Franchisee) ออกบัตรเครดิตวิซ่า (Visa) ในประเทศไทย และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ในประเทศไทยได้เริ่มมีการจัดทำบัตรเครดิตของตนขึ้นไม่ว่าจะเป็น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ได้ออกบัตรเครดิตด้วย เช่น ธนาคารซีทีแบงก์ ธนาคารฮ่องกง และเซ็งไฮ้ แบงก์กิง คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นต้น

สำหรับข้อมูลในปี พ.ศ. 2558 นั้น ประเทศไทยได้มีจำนวนบัตรเครดิตรวมทั้งสิ้น 21,762,275 ใบ และมีปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตรวมมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 179,207.39 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2559)

2.3.3 ประเภทของบัตรเครดิต

การแบ่งประเภทของบัตรเครดิต สามารถแบ่งได้หลายประเภท ทั้งนี้แล้วแต่จะพิจารณาว่าจะใช้ปัจจัยอะไรเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง โดยทั่วไปนิยมแบ่งประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะของผู้ออกบัตรเป็นเกณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการแบ่งตามลักษณะการใช้บัตรเครดิต และการแบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตรเครดิตตามที่ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย ได้จัดประเภทของบัตรเครดิตตามลักษณะต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557) ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. แบ่งตามลักษณะของผู้ออกบัตรเครดิต แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

1.1 บัตรเครดิตของธนาคาร (Bank Card) ธนาคารหรือกลุ่มของธนาคารเป็นผู้ออกบัตรเครดิต เช่น บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น สำหรับบัตรเครดิตบางบัตรมีสาขาหรือตัวแทนที่ให้บริการบัตรเครดิตกระจายอยู่ทั่วโลก เช่น บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด เป็นต้น (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 ลักษณะบัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด
ที่มา: กสิกรไทย จำกัด มหาชน, 2559 และฟินเทอเรส, 2556

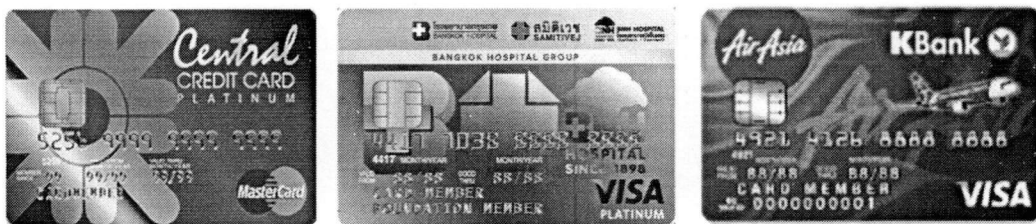
1.2 บัตรเครดิตของบริษัทที่ประกอบธุรกิจบัตรเครดิต (Company Card) ได้แก่ บัตรอเมริกาเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ และซีดีแบงก์ ซึ่งแต่ละบัตรมีตัวแทน และสถานที่รับบัตรเครดิตอยู่ในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก ผู้ถือบัตร (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 ลักษณะบัตรอเมริกาเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ และซีดีแบงก์
ที่มา: ไพรซ์ไพรซ์, 2559 โพซิชั่นนิง, 2551ก. และซีดีแบงก์, 2559

1.3 บัตรเครดิตของธุรกิจอื่น ๆ (Private House Credit) เช่น บัตรเครดิตของ โรงแรม โรงพยาบาลเอกชน ภัตตาคาร และห้างสรรพสินค้า บัตรเครดิตประเภทนี้มีขอบเขตค่อนข้างจำกัด เนื่องจากสมาชิกสามารถใช้บริการได้เฉพาะที่เท่านั้น เช่น บัตรเครดิตดุสิต ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างโรงแรม และรีสอร์ทในเครือดุสิตธานีกับธนาคารไทยพาณิชย์ จะสามารถใช้บริการจากโรงแรม รีสอร์ทในเครือดุสิตธานี โรงแรมรอยัลปรีนเซส และสถานบริการแจ้งข่าวสาร รายการสินค้าราคาพิเศษที่มีให้เฉพาะสมาชิกได้เลือกสรร (ภาพที่ 2.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ลักษณะบัตรห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาลเอกชน และสายการบิน
ที่มา: มั่นนัย. 2556 และกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). 2559

2. แบ่งตามลักษณะการให้เครดิต แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 เครดิตการ์ด (Credit Card) คือ บัตรที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่ทำคำขอสมัครเป็นผู้ถือบัตรเครดิต โดยผ่านกระบวนการถ่วงกรองตามระเบียบของแต่ละธนาคาร การที่ลูกค้าจะสามารถถือบัตรเครดิตประเภทนี้ได้ถือว่าธนาคารได้ให้ความไว้วางใจโดยให้วงเงินสินเชื่อ (Credit Line) กับผู้ถือบัตรเครดิตในการนำไปใช้ซื้อสินค้าและบริการ และผู้ถือบัตรเครดิตยินยอมให้ธนาคารหรือผู้ออกบัตรเครดิตหักเงินจากบัญชี หรือผู้ถือบัตรเครดิตต้องนำเงินมาชำระเมื่อธนาคารแจ้งให้ชำระ โดยการออกใบแจ้งหนี้ โดยปกติแล้วจะอยู่ระหว่าง 30 - 45 วัน และบางครั้งธนาคารให้โอกาสกับผู้ถือบัตรเครดิตในการแบ่งชำระเป็นงวด ๆ โดยกำหนดวงเงินขั้นต่ำที่จะต้องชำระ ถ้าผู้ถือบัตรเครดิตไม่ชำระตามกำหนดเวลา หรือเงื่อนไขของผู้ออกบัตรเครดิต ผู้ออกบัตรเครดิตจะคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมการผิดนัดชำระหนี้ (เบี้ยปรับ) บัตรเครดิตชนิดนี้มีทั้งบัตรเครดิตที่ใช้เฉพาะในประเทศไทย หรือที่เรียกว่า Local Card และบัตรเครดิตที่ใช้ได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่เป็นสมาชิก ได้แก่ บัตรวีซ่า และบัตรมาสเตอร์การ์ด

2.2 ชาร์จการ์ด (Charge Card) มีลักษณะการทำงานเหมือนกับบัตรเครดิต แต่ต่างกันตรงที่ผู้ถือบัตรเครดิตเป็นบริษัทที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อประกอบธุรกิจเครดิตโดยเฉพาะ เช่น บริษัท ไคเนอร์ส คลับ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น บัตรชนิดนี้เรียกว่า บัตรสินเชื่อ (Charge Card) ซึ่งเป็นบัตรเครดิตที่ไม่มีการตั้งวงเงินจำกัดไว้ ผู้ถือบัตรเครดิตสามารถนำบัตรเครดิตไปชำระค่าสินค้าและบริการตามสถานที่ต่าง ๆ ที่รับบัตรเครดิตประเภทนี้ เมื่อผู้ออกบัตรได้ชำระราคาตามที่ผู้รับบัตรเครดิตส่งมาเรียกเก็บแล้ว ผู้ออกบัตรเครดิตจะรวบรวมใบบันทึกการขาย (Sale Slip) และกำหนดวันที่ต้องชำระเต็มจำนวนทั้งหมดให้กับผู้ถือบัตรเครดิต โดยไม่มีการแบ่งชำระเป็นงวด ซึ่งระยะเวลาประมาณ 30 - 45 วัน หากผู้ถือบัตรผิดนัดชำระหนี้ ผู้ออกบัตรจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการผิดนัดชำระหนี้จากผู้ถือบัตรเครดิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แบ่งตามขอบเขตพื้นที่ของการใช้บัตร (Area of Usage) แบ่งได้ 2 ประเภท

3.1 ประเภทที่ใช้ได้เฉพาะในประเทศไทย (Domestic Card) ได้แก่ บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย บัตรไดเนอร์คลับ (ประเทศไทย) บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และธนาคารอื่น

3.2 ประเภทที่ใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (International Card) ได้แก่ บัตรวีซ่า บัตรมาสเตอร์การ์ด บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ (สากล) บัตรซิตี้ แบงก์ วีซ่า (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

2.3.4 กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิต

ธุรกิจบัตรเครดิตนับเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมาก โดยผู้ประกอบการบัตรเครดิตต่างคิดหากกลยุทธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า ซึ่งสามารถสรุปลักษณะของการกลยุทธ์การแข่งขันของสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตได้ ดังนี้ (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

1. การแข่งขันไม่คิดค่าธรรมเนียมการถือบัตรเครดิต จากการเริ่มต้นแข่งขันทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์ ด้วยการเริ่มลดเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมการถือบัตรในปีแรก ได้เพิ่มระดับความรุนแรงด้วยการงดเก็บค่าธรรมเนียม ต่อมา มีการเพิ่มระดับความรุนแรงของการแข่งขันด้วยการงดคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมการถือบัตรเครดิตเมื่อขอต่ออายุบัตรเครดิตในปีถัดไป (ถ้าลูกค้ารายนั้นมีการร้องขอการคิดค่าธรรมเนียมดังกล่าว) สำหรับผู้ไม่ร้องขอธนาคารยังคิดเก็บค่าธรรมเนียมในปีถัดไป โดยในปัจจุบันได้มีบางธนาคารเสนอลดค่าธรรมเนียมตลอดชีพเพื่อรักษาให้ลูกค้าถือบัตรต่อไป

2. การแข่งขันกันลดเงื่อนไขความยุ่งยากให้กับลูกค้า แต่เดิมการสมัครบัตรเครดิตนั้นทางสถาบันผู้ออกบัตรเครดิตได้ตั้งเงื่อนไขการขอเอกสารเพื่อเป็นหลักประกันจากผู้สมัครบัตรเครดิตอย่างมากมาย แต่ด้วยการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตพยายามปรับลดเงื่อนไขความยุ่งยากด้านเอกสารลง โดยเฉพาะกับลูกค้าที่มีฐานะการเงินที่ไว้ใจได้ เช่น การลดเวลาการขอ Statement ย้อนหลังให้น้อยลง นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในด้านอื่น ๆ เช่น การส่งบัตรเครดิตที่ต่ออายุให้ทางไปรษณีย์โดยลูกค้าไม่ต้องเสียเวลามารับด้วยตนเองที่สำนักงานธนาคาร หรือการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการชำระหนี้ทางโทรศัพท์ได้ เป็นต้น

3. การแข่งขันลดแลกแจกแถม สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตต่างคิดค้นหากกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองผู้บริโภคอย่างมากมาย ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นการออกบัตรเครดิตร่วมกับผู้จำหน่ายสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิต ด้วยการให้ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิต นอกจากนี้ยังมีการให้คะแนนสะสมในการใช้บัตรเครดิตเพื่อแลกกับของรางวัลตามที่สถาบันผู้ออกบัตรเครดิตกำหนดไว้ เป็นต้น

2.3.5 ประโยชน์ของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตเป็นธุรกิจด้านบริการที่มีผู้เกี่ยวข้อง 3 ฝ่าย คือ ผู้ถือบัตร ผู้ออกบัตร และร้านค้าผู้รับบัตร ซึ่งผู้เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่ายจะได้รับผลประโยชน์ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป คือ (รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557)

1. ประโยชน์ทางด้านผู้ถือบัตร ได้แก่

1.1 เพิ่มความสะดวกสบาย และความคล่องตัวในการจับจ่ายใช้สอย เนื่องจากไม่ต้องพกพาสตูดติดตัวจำนวนมาก และสามารถใช้ได้ ณ สถานที่ที่ไม่ได้มีการวางแผนการซื้อไว้ล่วงหน้า ทั้งนี้ความสะดวกสบายดังกล่าวอาจครอบคลุมพื้นที่เฉพาะภายในประเทศหรือรวมไปถึงต่างประเทศด้วย โดยขึ้นอยู่กับว่าบัตรเครดิตนั้นเป็นบัตรประเภทใด

1.2 ได้รับการเพิ่มอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยทางอ้อม กล่าวคือ ผู้ถือบัตรมีอำนาจในการใช้จ่ายได้มากกว่าปกติสูงขึ้น 2-3 เท่า จากเงินเดือนปกติ และสามารถซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยไม่ต้องชำระเงินสดทันที เนื่องจากสถาบันการเงินหรือบริษัทผู้ออกบัตรจะให้เครดิตแก่ผู้ถือบัตร โดยไม่ต้องเสียดอกเบี้ยในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย” ซึ่งการให้บริการในลักษณะนี้เป็นการสร้างพฤติกรรมฟุ่มเฟือยแก่ผู้บริโภค โดยยอมนำเงินในอนาคตมาใช้จ่ายล่วงหน้าในปัจจุบัน

1.3 มีบริการพิเศษในการช่วยแก้ปัญหาในยามฉุกเฉิน เช่น ผู้ถือบัตรสามารถใช้บัตรเครดิตเบิกเงินสดล่วงหน้าจากเทอร์มินัลหรือเครื่องฝากถอนอัตโนมัติ (ATM) ได้

1.4 ได้รับส่วนลดพิเศษจากร้านค้าที่เข้าร่วมรายการเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้หรืออาจได้รับคะแนนสะสมตามสัดส่วนปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อนำไปแลกของรางวัลต่าง ๆ ตามที่ผู้ออกบัตรกำหนดไว้หรืออาจใช้เพื่อขอยกเว้นค่าธรรมเนียมการเป็นสมาชิกผู้ถือบัตรรายปีของปีถัดไปได้

1.5 ได้รับสิทธิประโยชน์หรือบริการเสริมอื่น ๆ เช่น ได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการซื้อเช็คเดินทางให้บริการสำรองตั๋วเครื่องบิน โรงแรมที่พัก บริการรถเช่าได้รับประกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง โดยอัตโนมัติหากชำระค่าตั๋วเดินทางผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น

1.6 ได้รับความเชื่อถือในสังคม เพราะก่อนที่บริษัทผู้ออกบัตรจะทำการออกบัตรเครดิตให้กับผู้ถือบัตรแต่ละใบ ผู้ออกบัตรจะต้องมีการตรวจสอบฐานะทางการเงินของผู้ยื่นขอมิบัตรอย่างละเอียด หลังจากนั้นทางผู้ออกบัตรจะกำหนดวงเงินให้แก่ผู้ถือบัตร โดยออกมาในรูปแบบของบัตรธรรมดา บัตรเงิน หรือบัตรทอง

1.7 ได้รับความปลอดภัยไม่ต้องเสี่ยงจากการถูกจี้ปล้น เนื่องจากผู้ถือบัตรไม่จำเป็นต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก เพราะ บัตรเครดิตสามารถใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เงินสดได้ และปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม หรือสูญหาย เพียงผู้ถือบัตรแจ้งอายัดการใช้บัตรเครดิตกับผู้ออกบัตร

2. ประโยชน์ทางด้านผู้ออกบัตรเครดิต ได้แก่

2.1 ทราบพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แท้จริงของลูกค้ำมากกว่าการออกสำรวจ ซึ่งมีโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อนได้ง่าย โดยข้อมูลที่ได้เหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ำได้อย่างถูกต้องมากขึ้น

2.2 ได้รับรายได้เพิ่มจากอัตราแลกเปลี่ยน เมื่อชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย หรือคนไทยเดินทางไปต่างประเทศมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต เนื่องจากต้องมีการโอนเงินระหว่างประเทศ

2.3 มีรายได้เพิ่มขึ้นจากรายได้หลักที่ได้รับ คือ รายได้จากค่าธรรมเนียมแรกเข้าค่าธรรมเนียมรายปี ค่าธรรมเนียมจากการเบิกเงินสดล่วงหน้า ค่าธรรมเนียมจากร้านค้ำ และรายได้จากดอกเบี้ยของหนี้ต่างชำระ

3. ประโยชน์ทางด้านร้านค้าผู้รับบัตรเครดิต ได้แก่

3.1 ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น เนื่องจากการมีบัตรเครดิตทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อเพิ่มขึ้น แม้ผู้บริโภคจะมีเงินสดไม่เพียงพอ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ดังนั้นการรับบัตรเครดิตของร้านค้าจึงมีแนวโน้มทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

3.2 ร้านค้าไม่ต้องเผชิญกับความเสียด้านหนี้สูญ หากปฏิบัติตามระเบียบของผู้ออกบัตรเครดิต เพราะผู้ออกบัตรจะเป็นผู้รับความเสี่ยงจากหนี้สูญไว้เอง

3.3 ร้านค้าสามารถประหยัดเวลาในการนับเงินสด การทอนเงินให้ลูกค้ำ และปลอดภัยจากการรับชำระค่าสินค้าผิดพลาด

3.4 มีความปลอดภัยจากการถูกโจรกรรม เนื่องจากไม่ต้องเก็บเงินสดไว้ที่ร้านจำนวนมาก ๆ และปลอดภัยกว่าการนำเงินสดไปฝากธนาคาร เนื่องจากการรับชำระหนี้ของร้านค้าจะมีใบในการขายสินค้าเป็นหลักฐานในการนำเงินเข้าบัญชี

2.4 สถานการณ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทยในปัจจุบัน

2.4.1 ภาพธุรกิจบัตรเครดิตในปัจจุบัน

สถานการณ์ของธุรกิจบัตรเครดิตในกลุ่มธนาคารพาณิชย์ช่วง 10 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2558 โดย ณ สิ้นเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ยอดเงินให้สินเชื่อบัตรเครดิตยังคงติดลบที่ระดับ ร้อยละ 5.20 ขณะที่ไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2558 มีผลสำรวจการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) พบทิศทางการใช้จ่ายที่ค่อนข้างซบเซาจากปี พ.ศ. 2557 โดยร้อยละ 61.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนใช้จ่ายช่วงส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ลดลงจากผลการค้า แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำรวจในปีพ.ศ. 2557 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศถือเป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจสูงสุดในสัดส่วน ร้อยละ 32.40 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ขณะที่การซื้อของขวัญปีใหม่ตามมาเป็นอันดับ 2 ที่สัดส่วนร้อยละ 31.80 และทานอาหารนอกบ้านเป็นอันดับ 3 ที่สัดส่วนร้อยละ 22.10 ขณะที่วงเงินการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อเฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ เฉลี่ยอยู่ที่ 13,700 บาทต่อคน ทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่าปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งปีพ.ศ. 2558 จะเติบโตได้เพียงร้อยละ 6 ชะลอลงจากปี พ.ศ. 2557 ที่เติบโตระดับร้อยละ 11.10 แม้ว่าในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2558 ทิศทางการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตจะมีแนวโน้มเร่งขึ้น จากการเข้าสู่ช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวซึ่งถือเป็นปัจจัยด้านฤดูกาล โดยมีค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อเดือนละไม่ต่ำกว่า 1.2 แสนล้านบาท เทียบกับค่าเฉลี่ยราว 1.0 แสนล้านบาทต่อเดือนในช่วงไตรมาส 3 ของปี พ.ศ. 2558

ส่วนการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2559 นั้นผลสำรวจพบว่า อยู่ในสถานะที่ระมัดระวัง เนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้ถือบัตรเครดิตที่ยังคงถูกกดดันจากหลากหลายปัจจัย โดยเฉพาะความกังวลต่อปัญหาค่าครองชีพ การปรับขึ้นดอกเบี้ยในอนาคต และการสร้างรายได้ของครัวเรือน อีกทั้งผู้ถือบัตรเครดิตมีหนี้สินหลายด้าน และมีเงินออมที่จำกัด ซึ่งทำให้กดดันในการพิจารณาเพิ่มค่าใช้จ่ายในอนาคต ปริมาณเงินใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2559 ยังคงทำได้เพียงประคองการเติบโตไว้ให้ใกล้เคียงกับปี 2558 ที่ระดับประมาณ ร้อยละ 4-6 หรือคิดเป็นจำนวนเงินใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่ประมาณ 1,311.33 ล้านล้านบาท จากคาดการณ์ 1.26 ล้านล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 ส่วนทิศทางการเติบโตของสินเชื่อบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2559 นั้นคาดว่าจะเติบโตใกล้เคียงกับที่สามารถทำได้ในปี พ.ศ. 2558 ที่ระดับร้อยละ 8 โดยมีกรอบคาดการณ์ที่ระดับร้อยละ 7-9 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในอดีต

การแข่งขันของผู้ประกอบการบัตรเครดิตปี พ.ศ. 2558 มีการแข่งขันเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 โดยมีสัญญาณจากการออกแคมเปญทางการตลาดที่เริ่มแข่งขันในช่วงต้นปี พ.ศ. 2558 ผนวกกับเป้าหมายทางธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ผู้ประกอบการบัตรเครดิตมุ่งไปที่ 3 กลยุทธ์สำคัญ คือ การขยายฐานลูกค้าที่มีศักยภาพทางยอดการใช้จ่ายในต่างจังหวัด และการชิงส่วนแบ่งตลาดกลุ่มลูกค้าระดับบนหรือมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งจำนวนบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2558 เติบโตได้ในร้อยละ 8-10 ในการแข่งขันธุรกิจบัตรเครดิตผ่านการออกแคมเปญทางการตลาด และการขยายฐานลูกค้าของผู้ประกอบการแล้วยังคงพบสัญญาณการทำตลาดของผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่รุนแรงและมีรูปแบบใหม่ ๆ มานำเสนอต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อผนวกกับเป้าหมายทางธุรกิจของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่สูงขึ้น ซึ่งให้เห็นว่าตลอดทั้งปี พ.ศ. 2558 มีการแข่งขันของธุรกิจบัตรเครดิตที่เข้มข้นขึ้น เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรและชิงส่วนแบ่งตลาดให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนแผนการตลาดของธุรกิจบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2558 ยังคงอยู่ที่กลยุทธ์ในตลาด

เอกรังไหมี่ส่วนแผนการตลาดของธุรกิจบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2558 ยังคงอยู่ที่กลยุทธ์ในตลาดไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างจังหวัดเพื่อขยายฐานลูกค้าศักยภาพและเพิ่มปริมาณการใช้ผ่านบัตร และการแข่งขันเพื่อชิงส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มลูกค้าระดับสูง ซึ่งเพิ่มความรุนแรงเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ การช่วงชิงรายได้ค่าธรรมเนียมและบรรลุเป้าหมายการเป็นบัตรเครดิตใบแรกที่ลูกค้าเลือกใช้ โดยมีวิธีการที่ทำให้ลูกค้าสนใจ ดังนี้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2558)

1. ปี พ.ศ. 2558 มุ่งสู่เมืองใหญ่ลูกค้าระดับบน คงต้องยอมรับว่าแม้กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของธุรกิจบัตรเครดิตที่ขับเคลื่อนทั้งปริมาณการใช้ผ่านบัตร ยอดคงค้างสินเชื่อ และจำนวนบัตรเครดิต แต่ยังคงเผชิญปัญหาด้านการเติบโตจากภาวะอิ่มตัวของฐานลูกค้า โดยกลุ่มลูกค้าศักยภาพส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตแล้วอย่างน้อยคนละ 2 - 3 ใบ ส่วนการขยายฐานลูกค้าใหม่ถูกจำกัดอยู่ที่นักศึกษาจบใหม่ (First Jobbers) ที่มีรายได้สอดคล้องกับเกณฑ์ขั้นต่ำซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก ขณะเดียวกันปัญหาภาระหนี้สะสมของครัวเรือน เริ่มขยายผลสู่ลูกค้าระดับรายได้ปานกลางที่เป็นฐานลูกค้าบัตรเครดิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวใช้บริการสินเชื่อบ้านและสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มากขึ้นในระยะที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผนวกกับเป้าหมายทางธุรกิจของผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้นทำให้แนวโน้มการทำตลาดของผู้ประกอบการบัตรเครดิต จำเป็นต้องมุ่งไปหาโอกาสในการเติบโตและสร้างรายได้ในกลุ่มลูกค้าสำคัญในรูปแบบที่ 2 คือ

2. กลยุทธ์รุกต่างจังหวัด โดยเฉพาะหัวเมืองใหญ่และหัวเมืองรองของแต่ละภูมิภาค เนื่องจากเป็นพื้นที่ Blue Ocean ของธุรกิจบัตรเครดิต อีกทั้งยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในภาพกว้างของธนาคารพาณิชย์ และกลุ่มนอนแบงก์ที่มีบริษัทแม่เป็นธนาคารพาณิชย์ ซึ่งส่วนใหญ่มีแผนรุกธุรกิจแบงก์กึ่งในต่างจังหวัด โดยในปี พ.ศ. 2558 มีการขยับตัวรุกธุรกิจบัตรเครดิตในต่างจังหวัดอย่างจริงจังมากขึ้น ซึ่งคาดว่าส่วนหนึ่งคงเป็นานิสงค์จากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ในพื้นที่ดังกล่าวในช่วงปี พ.ศ. 2555 - 2557 ซึ่งทำให้มีร้านค้ารองรับการใช้ผ่านบัตรเพิ่มขึ้น ซึ่งการทำตลาดเชิงรุกในพื้นที่ต่างจังหวัดของธุรกิจ บัตรเครดิตนั้น จะเผชิญกับความท้าทายใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1. การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีศักยภาพเนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายแรก ๆ ของผู้ประกอบการบัตรเครดิตบางส่วนน่าจะมีบัตรเครดิตแล้ว 2. ปัญหาทางเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างจังหวัด ทั้งนี้ แม้ว่าหัวเมืองใหญ่บางส่วนจะมีเศรษฐกิจที่อิงกับภาคการท่องเที่ยว และมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ต้องยอมรับว่าพื้นที่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่ยังผูกโยงกับภาคการเกษตรซึ่งถูกกดดันจากปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ ขณะที่แรงหนุนจากการเติบโตของภาคก่อสร้างยังต้องขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าของการลงทุนภาครัฐ ซึ่งทำให้กดดันในอำนาจซื้อและระดับรายได้ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบัตรเครดิตในปี 2558 ได้ และ 3. โลกโซเชียลของลูกค้าต่างจังหวัดที่ส่วนใหญ่นิยมใช้จ่ายด้วยเงินสด ซึ่งอาจมีผลต่อการออกแคมเปญการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้ผ่านบัตรของผู้ประกอบการ

การที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับจังหวัดที่จะเป็นเป้าหมายของผู้ประกอบการบัตรเครดิตนั้นต้องมี 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1. มีจำนวนประชากรวัยทำงานสูง โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายแรก และเป้าหมายรอง ของธุรกิจบัตรเครดิต อาทิ ข้าราชการ เจ้าของกิจการ กลุ่มอาชีพพิเศษ เช่น แพทย์และพยาบาล และกลุ่มพนักงานเงินเดือน 2. มีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า รวมถึงร้านค้ารับบัตรเครดิตต่าง ๆ สำหรับรองรับการใช้ผ่านบัตรเครดิต และ 3. อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจอยู่ในเกณฑ์ดี เพื่อรองรับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นในอนาคต ซึ่งภายใต้ส่วนผสมต่าง ๆ ข้างต้นนั้นจะทำให้จังหวัดหัวเมืองใหญ่และหัวเมืองรองในแต่ละภูมิภาคมาเป็นเป้าหมายแรก ๆ ที่ธุรกิจบัตรเครดิตจะมุ่งไปทำตลาด

ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เชื่อว่าครอบคลุมตั้งแต่ Segment ระดับบนถึงระดับล่างผ่านการตลาดแบบครบวงจร โดยเริ่มตั้งแต่การใช้นโยบายเชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าบัตรเครดิตในทุกกลุ่ม โดยการตั้งจุดรับสมัครบัตรเครดิตในแหล่งช้อปปิ้ง และมหกรรมการเงินต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่ควบคู่ไปกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตผ่านช่องทางสาขาของธนาคารพาณิชย์ และการลดระยะเวลาการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อเป็นหลักชั่วโมงเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า รวมถึงให้สิทธิประโยชน์พิเศษต่าง ๆ เมื่อใช้ผ่านบัตรเครดิตภายในวงเงินและระยะเวลาที่กำหนด ขณะเดียวกันผู้ประกอบการบัตรเครดิตยังเดินหน้าเพื่อเพิ่มร้านค้ารับบัตรและร้านค้าพันธมิตรในจังหวัดเป้าหมายควบคู่ไปกับการออกแคมเปญ เช่น การให้ส่วนลดร้านค้า การให้คะแนนสะสมพิเศษ เพื่อกระตุ้นการใช้ผ่านบัตรและการรับรู้ในแบรนด์ของผู้ประกอบการ

สำหรับการแข่งขันชิงส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มลูกค้าระดับบนหรือมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ยังรุนแรงต่อเนื่องจากไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2557 เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีอำนาจซื้อสูงกว่ากลุ่มลูกค้าอื่น ๆ มีความเสี่ยงต่อการผิมนัดชำระหนี้ต่ำ อีกทั้งมีความสามารถในการชำระหนี้บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นฐานลูกค้าเดิมของธุรกิจบัตรเครดิต ซึ่งถือบัตรเครดิตแล้วไม่ต่ำกว่า 3-4 ใบต่อคน และใช้ผ่านบัตรเป็นประจำ ดังนั้นผลต่อการเติบโตของฐานบัตรเครดิตและปริมาณการใช้ผ่านบัตรเครดิตทั้งระบบคงอยู่ในกรอบที่จำกัด เช่นเดียวกับผลต่อการเติบโตของสินเชื่อบัตรเครดิต

3. กลยุทธ์ชิงส่วนแบ่งตลาดในระดับบน สำหรับการชิงส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มลูกค้าระดับบนนั้นผู้ประกอบการยังนำเสนอสิทธิประโยชน์พิเศษที่จูงใจ อีกทั้งยังสามารถแข่งขันได้กับคู่แข่งรายอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ที่มีคุณค่าของแบรนด์บัตรเครดิต เพื่อให้บัตรเครดิตเป็นบัตรเครดิตที่ลูกค้าเลือกใช้ โดยกลยุทธ์การขยายฐานบัตรเน้นไปที่การให้สิทธิประโยชน์พิเศษเหนือระดับและการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางตรง โดยอาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1. การขยายฐานบัตรในกลุ่มลูกค้าที่มีความมั่งคั่งสูง (High Wealth) ซึ่งผู้ประกอบการ โดยเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์และนอนแบงก์ที่มีบริษัทแม่เป็นธนาคารจะพิจารณาจากมูลค่าการใช้จ่ายของลูกค้าเป็นหลัก อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัทในเครือ (ตั้งแต่ระดับ 2 ล้านบาทเป็นต้นไป) และเชิญลูกค้ากลุ่มดังกล่าวถือ บัตรเครดิตผ่านผู้จัดการกองทุนส่วนบุคคล 2. กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท ซึ่งผู้ประกอบการจะใช้นโยบาย Telesales เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และเข้าถึงลูกค้าโดยเฉพาะเจาะจงควบคู่ไปกับการให้สิทธิประโยชน์พิเศษเพิ่มเติมเมื่อสมัครบัตรเครดิต เช่น คะแนนสะสมและของพรีเมียม เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาสมัครบัตร

แคมเปญกระตุ้นการใช้จ่ายเน้นการจัดกิจกรรมและให้ข้อเสนอพิเศษ เพื่อตอบโจทย์การใช้จ่ายของลูกค้า ทั้งนี้ความจงรักภักดีในแบรนด์บัตรเครดิตลดลงตามภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการบัตรเครดิตจึงจำเป็นต้องจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น จัดงานสัมมนา กิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์บัตรเครดิต และเป็นส่วนหนึ่งในการใช้จ่ายของลูกค้า นอกเหนือไปจากการให้สิทธิประโยชน์และส่วนลดพิเศษที่เพิ่มเติมจากบัตรเครดิตประเภทอื่น ครอบคลุมการใช้จ่ายสำคัญต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อปั้ง การเดินทาง การประกันภัย และการใช้บริการทางการเงินอื่น ๆ เช่น แคมเปญคะแนนสะสมพิเศษสำหรับการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในต่างประเทศ การจองตั๋วเครื่องบิน การจ่ายค่าประกันภัย หรือการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศผ่านบัตรเครดิต

ทั้งนี้ การทำตลาดของผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่เพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2558 โดยเฉพาะการมุ่งสู่พื้นที่ต่างจังหวัดเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าศักยภาพใหม่ จะช่วยเพิ่มการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตในปี พ.ศ. 2558 นี้ไม่แตกต่างไปจากปี พ.ศ. 2557 เท่าที่ควร แม้ต้องเผชิญผลของฐานเปรียบเทียบกับที่สูงขึ้น โดยที่จำนวนบัตรเครดิตของระบบสถาบันการเงินจะสามารถเติบโตได้ในร้อยละ 8 - 10 เทียบกับปี พ.ศ. 2557 ที่เติบโตได้ร้อยละ 7.90

2.4.2 สถานการณ์หนี้บัตรเครดิต

จากแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2559 โดยเฉพาะการผลักดันโครงการใช้จ่ายและลงทุนของภาครัฐเป็นไปตามแนวทางและกรอบเวลาที่วางไว้ แต่ยังเผชิญความเสี่ยงหลายประการ เช่น ปัญหานี้ครวเรือนสะสม ภัยแล้ง และการชะลอตัวของภาคส่งออกที่ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง มีผลต่อด้านรายได้ของแรงงานและผู้มีรายได้ประจำที่หลายกลุ่มมีภาระหนี้สินอยู่ ดังนั้นผู้ประกอบการสินเชื่อส่วนบุคคลจะยังมีนโยบายการทำตลาดด้วยความระมัดระวัง ประกอบกับสินเชื่อส่วนบุคคลยังต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง เช่น บัตรเครดิตที่เสนอให้ลูกค้าเปลี่ยนวงเงินเป็นเงินสดได้ในเงื่อนไขดอกเบี้ยพิเศษที่เข้ามาแย่งตลาด ส่งผลให้สินเชื่อส่วนบุคคลจะขยายตัวในระดับค่อนข้างต่ำต่อเนื่องที่ประมาณร้อยละ 4 โดยมีการประมาณไว้ที่ร้อยละ 3 - 5 (เทียบกับอัตราการขยายตัวของปี พ.ศ. 2558 ที่ร้อยละ 3.80) หรือคิดเป็นมูลค่าวงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลที่เพิ่มขึ้นสุทธิราว 8,900 - 16,000

เอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาลงเป็นรายกลุ่มของผู้ประกอบการยังมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันในรายละเอียด โดยธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่มีนโยบายการทำตลาดอย่างระมัดระวังค่อนข้างชัดเจนผ่านการมุ่งเน้นคุณภาพของลูกค้ามากกว่าเร่งอัตราเติบโตของสินเชื่อส่วนบุคคล โดยให้ความสนใจต่อกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีประวัติเครดิตดีเป็นพิเศษ ขณะที่ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็กมีนโยบายที่ยืดหยุ่นกว่า โดยเฉพาะตลาดลูกค้าเป้าหมายระดับกลางขึ้นไปที่ยังคงมีเสถียรภาพด้านรายได้ดีเพื่อตอบโจทย์ในการสร้างฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ดอกเบี้ย นอกจากนี้ยังพบว่าในปี พ.ศ. 2559 นี้ ผู้ประกอบการทั้งนอนแบงก์และธนาคารพาณิชย์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล อาทิ เว็บไซต์ และโมบายแอปพลิเคชันมากขึ้น ซึ่งจะเป็นช่องทางเสริมที่ช่วยขยายฐานลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น นโยบายเครดิตที่ยังคงระมัดระวังจะช่วยบรรเทาความเสี่ยงด้านปัญหาคุณภาพหนี้ในระดับหนึ่ง ในปี พ.ศ. 2559 นโยบายเครดิตที่ผู้ประกอบการจะเน้นหนักได้แก่ 1. การคัดกรองลูกค้าใหม่อย่างเข้มงวด โดยยกระดับเกณฑ์ด้านรายได้และเกณฑ์ด้านการหนี้ต่อรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ 2. การพิจารณาประวัติการใช้จ่ายและการชำระหนี้ยาวนานขึ้น 3. การปรับลดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อต่อรายได้ 4. การเฝ้าระวังความเสี่ยงอย่างใกล้ชิดผ่านการเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบเครดิตบูโรพร้อมระบบทวงหนี้ทันทีที่ผิดนัดชำระหนี้ตั้งแต่รอบบัญชีแรก และ 5. การใช้นโยบายปรับโครงสร้างหนี้อย่างทันทีทันใด เช่น การให้ส่วนลดเพื่อปิดบัญชีเพื่อป้องกันการตกชั้นของสินเชื่อจนนำมาสู่การเพิ่มของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุจิตรา จันทนา และนพวรรณ ทิพาปกรณ์ (2554) ศึกษาเรื่องปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการตลาดของบัตรเครดิต ข้อมูลการใช้บัตรเครดิต ข้อมูลการเลือกใช้บัตรเครดิต ปัญหาการใช้บัตรเครดิต เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บัตรเครดิตจากตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,000 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ครอบครองบัตรเครดิต 1 ใบ ซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตต่อเดือนเป็นจำนวนเงิน 500 - 2,000 บาท มูลค่าต่ำสุดที่ใช้ในการชำระด้วยบัตรเครดิต 1,000 บาท มูลค่าสูงสุดที่ใช้ในการชำระด้วยบัตรเครดิต 10,000 - 20,000 บาท เลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารไทยพาณิชย์ สมัครเลือกใช้บัตรเครดิตเนื่องจากมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และชำระหนี้จากบัตรเครดิตผ่านเดบิต์ธนาคาร ส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราดอกเบี้ยของบัตรเครดิตแพงกว่าอัตราดอกเบี้ยของบัตรทั่วไป และพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตแตกต่างกัน จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองนำไปสู่ปัญหาที่แตกต่างกัน

ศรวรรณ มาลาลอย (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และระดับความเข้าใจทางการเงิน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เครื่องมือสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิธีการแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) รวมทั้งทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชำระบัตรเครดิตเต็มจำนวน มีจำนวน 207 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 31,823.67 บาทต่อเดือน รายจ่ายโดยเฉลี่ย 17,436.23 บาทต่อเดือน และมีเงินออมโดยเฉลี่ย 14,387.44 บาทต่อเดือน ถือบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ มีการวางแผนการใช้จ่ายบัตรเครดิตและใช้บัตรเครดิตแทนเงินสดในการซื้อสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่มีสภาพคล่องทางการเงินคงเดิมหลังจากมีบัตรเครดิต ในส่วนของความรู้ทางการเงินส่วนใหญ่มีความรู้ในการคำนวณดอกเบี้ย และเครดิตบูโร ในส่วนของทางเลือกในการลงทุน และนโยบายคุ้มครองเงินฝากส่วนใหญ่ไม่ทราบ และการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน คือ เพศ อายุ การศึกษา จำนวนเงินออม การวางแผนการใช้จ่ายบัตรเครดิต ความรู้ทางการเงิน จำนวนบัตรเครดิตในการครอบครอง มีผลในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ซึ่งหมายถึงยังมีจำนวนบัตรเครดิตในครอบครองจำนวนมากยิ่งส่งผลให้พฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวนน้อยลง

รัตนาภรณ์ บุญแต่ง (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของ ธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาในการเลือกถือบัตรเครดิตเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิต ปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต โดยใช้ค่าสถิติ (Chi-Square Test) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหรือพนักงานของรัฐ มีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับหัวหน้างานหรือพนักงาน/เจ้าหน้าที่เทียบเท่าระดับชำนาญการ/ชำนาญการพิเศษ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน มีบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 60.75 ผลการตัดสินใจเลือกถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตของธนาคารกรุงไทย เลือกถือบัตรเครดิตเพราะขนาดบัตรกะทัดรัดออกแบบสวยงาม

มีให้เลือกหลายประเภท บัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันและที่ใช้บ่อยที่สุดคือ บัตรเครดิต มาสเตอร์การ์ด การใช้บริการผ่านบัตรเครดิตสัปดาห์ละครั้งในรอบ 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.75 ใช้บัตรเครดิตเพื่อถอนเงินสดมาใช้ล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 20.75 รับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการบัตรเครดิตจากบุคคล/พนักงานธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 39 ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ของประชาชน ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ ด้านราคา ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ของประชาชน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยน้อยสุด ได้แก่ด้านการส่งเสริมการตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าจากข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน จากข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลทางด้านการวิจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตด้วยการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

3.2 เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire Schedule) เพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวหรือหลายข้อตามความเหมาะสมของคำถามที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภค ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบให้

เลือกตอบเพียงข้อเดียวหรือหลายข้อตามความเหมาะสมของคำถามที่แตกต่างกัน
เอกสารนี้เป็นเอกสารของมหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการศึกษาครั้งนี้ คือ คนวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สัดส่วน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2} \quad (3.1)$$

กำหนดให้

n คือ จำนวนตัวอย่างที่ศึกษา
 Z คือ ค่าที่ได้จากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่น
 E คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คิดเป็นร้อยละ

ในที่นี้กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 นำไปเปิดตารางค่า Z ได้เท่ากับ 1.96 กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณ คือ 385 คน

3.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จากเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมดจำนวน 50 เขต ซึ่งมีแบ่งตามการบริหารงานการปกครองจากกลุ่มการปกครองทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงเทพธนเหนือ และกลุ่มกรุงเทพธนใต้ (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2547) ผู้วิจัยกำหนดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความเหมาะสมของเวลา งบประมาณ และแรงงานที่มีอยู่ โดยเจาะจงเลือกกลุ่มการปกครองมากลุ่มละ 1 เขต

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างเขตที่จะตกเป็นตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน (Simple Random Sampling without Replacement) ผลการจับฉลากได้เขตในแต่ละกลุ่มการปกครอง ดังนี้

กลุ่มกรุงเทพมหานคร	ได้แก่	เขตดินแดง
กลุ่มกรุงเทพใต้	ได้แก่	เขตปทุมวัน
กลุ่มกรุงเทพเหนือ	ได้แก่	เขตลาดพร้าว
กลุ่มกรุงเทพตะวันออก	ได้แก่	เขตคันนายาว
กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ	ได้แก่	เขตบางกอกน้อย
กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้	ได้แก่	เขตบางขุนเทียน

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้วิจัยใช้ดุลยพินิจพิจารณาสถานที่ในแต่ละเขตโดยเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคมักมีโอกาสใช้บัตรเครดิต ซึ่งจากการพิจารณาได้สถานที่ในแต่ละเขตดังนี้

เขตดินแดง	ได้แก่	เซ็นทรัลพลาซ่า แกรนด์ พระราม 9
เขตปทุมวัน	ได้แก่	สยามพารากอน
เขตลาดพร้าว	ได้แก่	เซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว
เขตคันนายาว	ได้แก่	แฟชั่นไอส์แลนด์
เขตบางกอกน้อย	ได้แก่	เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า
เขตบางขุนเทียน	ได้แก่	เซ็นทรัลพลาซ่า พระราม 2

ขั้นตอนที่ 4 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนของประชากรตามสถานที่ในแต่ละเขต จำนวน 6 แห่ง ได้ตัวอย่างแห่งละ 65 คน รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน

ขั้นตอนที่ 5 การเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการเลือกตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษาด้านประชากรที่มีความสะดวก และยินดีตอบแบบสอบถามจนครบจำนวนทั้งสิ้น 390 คน

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS / PC (Statistical Package for Social Science) ซึ่งตัวแปรที่นำมาใช้ต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลข แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ในรูปของการแจกแจงความถี่ (Frequency) และจำนวนค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปของตาราง

2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการใช้บัตรเครดิตเป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ในรูปของการแจกแจงความถี่ (Frequency) และจำนวนค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปของตาราง

3. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภค โดยใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ในรูปของการแจกแจงความถี่ (Frequency) และจำนวนค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอในรูปของตาราง

4. การทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานที่กำหนดว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการใช้บัตรเครดิตในเรื่อง จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

5. การทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานที่กำหนดว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตในเรื่อง ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย

โดยใช้สถิติในการทดสอบคือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

3.6 กรอบแนวความคิด

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจากการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎีและการตรวจสอบผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น สามารถนำมากำหนดกรอบแนวความคิดดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวความคิด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลจากการศึกษา “พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ คนวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ณ สถานที่ที่กำหนดไว้ในแต่ละเขตจำนวน 6 แห่ง ได้ตัวอย่างแห่งละ 65 คน รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน ประกอบด้วยข้อมูล 5 ส่วนดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 52.82 และเพศชายจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.18 เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนอัตราการเกิดของประชากรเพศหญิงสูง ส่งผลให้เพศหญิงมีโอกาสเป็นเจ้าของบัตรเครดิตมากกว่าเพศชาย (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	206	52.82
ชาย	184	47.18
รวม	390	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 อายุ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25 - 30 ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.79 ซึ่งเป็นช่วงอายุของคนวัยทำงาน และเป็นช่วงอายุของคนรุ่นใหม่ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องการความทันสมัยบนพื้นฐานของความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งบัตรเครดิตถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 31 - 35 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกับช่วงอายุ 36 - 40 ปี มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 และจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.92 ตามลำดับ ช่วงอายุระหว่าง 41 - 45 ปี มีจำนวนใกล้เคียงกับช่วงอายุ 46 - 50 ปี คือ 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.56 และจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.26 สำหรับช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ มากกว่า 60 ปี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.31 ซึ่งเป็นช่วงอายุของคน que เริ่มลาออกจากงานหรือเกษียณอายุ โดยคนในช่วงอายุนี้อาจหยุดการทำงานประจำ และไม่มีรายได้หลักอีกต่อไป จึงทำให้เป็นช่วงอายุที่ไม่ต้องการสร้างหนี้ให้กับตัวเอง และไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องถือครองบัตรเครดิต (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25 – 30 ปี	124	31.79
31 – 35 ปี	70	17.95
36 – 40 ปี	66	16.92
41 – 45 ปี	49	12.56
46 – 50 ปี	40	10.26
51 – 55 ปี	20	5.13
56 – 60 ปี	12	3.08
มากกว่า 60 ปี	9	2.31
รวม	390	100.00

4.1.3 สถานภาพการสมรส

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 55.64 ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบกับคนในสังคมปัจจุบันมีการแต่งงานช้าลงหรือบางกลุ่มไม่มีความคิดที่จะแต่งงาน ส่งผลให้มีโอกาสพบกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ สถานภาพสมรส มีจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 41.79 สถานภาพหย่าร้าง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 (ตารางที่ 4.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	217	55.64
สมรส	163	41.79
หย่าร้าง	7	1.79
แยกกันอยู่	3	0.77
รวม	390	100.00

4.1.4 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 63.08 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.85 ซึ่งเป็นไปตามค่านิยมทางการศึกษาของสังคมเมืองในปัจจุบันที่ควรมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี จึงจะสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานได้ รวมทั้งมีความพยายามให้ตนเองได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท เพื่อให้เหมาะสมกับสายงาน และสามารถปรับตำแหน่งงานไปสู่ตำแหน่งผู้บริหาร ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.15 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10 ระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.03 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	7	1.79
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	16	4.10
อนุปริญญา หรือ ปวส.	24	6.15
ปริญญาตรี	264	63.08
ปริญญาโท	93	23.85
ปริญญาเอก	4	1.03
รวม	390	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.5 อาชีพ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.77 ซึ่งเป็นตลาดแรงงานที่ใหญ่ที่สุดในสังคมเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.18 อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	198	50.77
ธุรกิจส่วนตัว	106	27.18
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	16.67
อาชีพอิสระ	21	5.38
รวม	390	100.00

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 สอดคล้องกับอายุส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.87 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.59 และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,000 - 60,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15,000 – 20,000 บาท	104	26.67
20,001 – 30,000 บาท	97	24.87
30,001 – 40,000 บาท	92	23.59
40,001 – 50,000 บาท	38	9.74
50,001 – 60,000 บาท	28	7.18
มากกว่า 60,000 บาท	31	7.95
รวม	390	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการคัดค้าน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4.2.1 จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน

จากการศึกษาข้อมูลปลายเปิดในเรื่องจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือครองบัตรเครดิตระหว่าง 1–2 ใบ มีจำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 74.62 รองลงมาคือ ช่วงระหว่าง 3–4 ใบ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.44 ช่วงระหว่าง 5–6 ใบ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ช่วงระหว่าง 7–8 ใบ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ทั้งนี้สรุปข้อมูลได้ว่ากลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิต จำนวนน้อยที่สุดคือ 1 ใบ มากที่สุดคือ 8 ใบ และถือครองเฉลี่ยอยู่ที่ 2 ใบต่อคน (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1–2 ใบ	291	74.62
3–4 ใบ	68	17.44
5–6 ใบ	30	7.69
7–8 ใบ	1	0.26
รวม	390	100.00

4.2.2 ผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างเลือกถือครอง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวนมากที่สุดคือ 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.56 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 38.46 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.05 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.51 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.62 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ผู้ให้บริการบัตรเครดิตที่กลุ่มตัวอย่างเลือกถือครอง

N = 390

บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	166	42.56
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	150	38.46
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	125	32.05
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	119	30.51
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	96	24.62
เซ็นทรัล เครดิตคาร์ด	35	8.97
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	31	7.95
ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	28	7.18
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	22	5.64
ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด	10	2.56
อิกอน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	10	2.56
ยูเมะ พลัส	8	2.05
เทสโก้ โลตัส	5	1.28
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด (มหาชน)	4	1.03

4.2.3 บัตรเครดิตของผู้ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างให้อยู่เป็นประจำ

จากการศึกษาพบว่า บัตรเครดิตของผู้ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเลือกใช้บริการอยู่เป็นประจำ คือ ธนาคารกสิกรไทย มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.38 รองลงมาคือ ธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 ซึ่งมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกถือครองบัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 ธนาคารมีการให้บริการที่ประทับใจ และให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ กับกลุ่มตัวอย่างจึงมีพฤติกรรมการเลือกใช้เป็นประจำ และธนาคารไทยพาณิชย์ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 บัณฑิตครุฑของผู้ให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่เป็นประจำ

บัณฑิตครุฑของธนาคารพาณิชย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	99	25.38
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	90	23.08
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	61	15.64
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	51	13.08
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	31	7.95
ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด (มหาชน)	21	5.38
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	9	2.31
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	8	2.05
เทสโก้ โลตัส	8	2.05
ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	4	1.03
อ็อน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)	4	1.03
ยูเมะ พลัส	4	1.03
รวม	390	100.00

4.2.4 สาเหตุสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บัณฑิตครุฑในการชำระค่าสินค้าและบริการ

จากการศึกษาพบว่า สาเหตุสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บัณฑิตครุฑในการชำระค่าสินค้าและบริการ คือ สะดวกสบายมีความคล่องตัวในการใช้จ่าย สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 - 30 ปี ที่ชอบความสะดวกสบายรวดเร็วตอบสนองความต้องการใช้งาน มีจำนวนมากที่สุดคือ 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับการได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากร้านค้าที่เข้าร่วมรายการ คือจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.85 สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้ในกรณีมีเงินสดไม่เพียงพอ มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.69 มีความปลอดภัยในการพกพาไม่ต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และสาเหตุที่เลือกใช้บัณฑิตครุฑ เพราะแสดงถึงความน่าเชื่อถือในสังคม มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.13 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 สาเหตุที่เลือกใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ

N = 390

สาเหตุที่เลือกใช้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สะดวกสบาย มีความคล่องตัวในการใช้จ่าย	172	44.10
ได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากร้านค้าที่เข้าร่วมรายการ	171	43.85
สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้ในกรณีมีเงินสดไม่เพียงพอ	147	37.69
มีความปลอดภัยในการพกพา ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก	117	30.00
ได้นำเงินสดไปหมุนใช้ในเรื่องสำคัญเร่งด่วนก่อน	115	29.49
ได้รับคะแนนสะสมซึ่งสามารถนำไปแลกของรางวัลต่าง ๆ ได้	102	26.15
แสดงถึงความน่าเชื่อถือในสังคม	20	5.13

4.2.5 วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกชำระผ่านบัตรเครดิตมากที่สุดคือ อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมัน, ค่าค้ำช มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.87 ซึ่งทั้ง 2 รายการเป็นการใช้จ่ายที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ถัดมาคือชำระค่างวด สินค้าเงินผ่อน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องประดับ ตกแต่งบ้าน มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.59 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 และมีจำนวนใกล้เคียงกับการบันเทิงและการท่องเที่ยว มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.92 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบัตรเครดิตเป็นเครื่องมือทางการเงินที่สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการประเภทฟุ่มเฟือยได้ และประเภทของสินค้าหรือบริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกชำระผ่านบัตรเครดิตน้อยที่สุด คือ การตรวจรักษาและดูแลสุขภาพมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.03 อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างมีช่องทางในการตรวจรักษาสุขภาพแตกต่างกัน หากไปคลินิกทั่วไปนั้นจะไม่สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ ส่วนในกรณีโรงพยาบาลภาครัฐมักจะมีเงื่อนไขเกี่ยวกับเรื่องเงินที่รับชำระด้วยบัตรเครดิต เช่น เงื่อนไขต้องมียอดการใช้จ่ายตั้งแต่ 1,000 บาท เป็นต้น จึงใช้บัตรเครดิตได้ (ตารางที่ 4.11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิต

วัตถุประสงค์ที่เลือกชำระผ่านบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค	165	42.31
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมัน, ค่าก๊าซ	58	14.87
ชำระค่าวดินค้ำเงินผ่อน	55	14.10
เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องประดับตกแต่งบ้าน	53	13.59
เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ	28	7.18
การบันเทิงและการท่องเที่ยว	27	6.92
การตรวจรักษาและดูแลสุขภาพ	4	1.03
รวม	390	100.00

4.2.6. ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตรวมทุกบัตรโดยเฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บัตรเครดิตรวมทุกบัตรโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3-4 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุดคือ 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.18 ซึ่งน่าจะเข้าไปตามความจำเป็นของการใช้จ่ายด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค รองลงมาคือ ความถี่อยู่ระหว่าง 1-2 ครั้ง มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.79 ความถี่อยู่ระหว่าง 5-6 ครั้ง มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.08 ความถี่อยู่ระหว่างมากกว่า 10 ครั้ง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ซึ่งจัดได้ว่าเป็นความถี่ของการใช้บัตรเครดิตที่ค่อนข้างสูง และความถี่อยู่ระหว่าง 9-10 ครั้ง มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตร

ความถี่ในการใช้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	124	31.79
3 - 4 ครั้ง	145	37.18
5 - 6 ครั้ง	51	13.08
7 - 8 ครั้ง	27	6.92
9 - 10 ครั้ง	13	3.33
มากกว่า 10 ครั้ง	30	7.69
รวม	390	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.7 ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทุกบัตรที่ถือครอง)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมียอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมทุกบัตรที่ถือครอง) อยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.82 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 - 20,000 บาท แต่มียอดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายเดือนอยู่ที่ 5,001 - 10,000 บาท ถือว่าเป็นพฤติกรรมการใช้เงินที่เกินตัวส่งผลให้เกิดยอดหนี้เชื่อกงค้างชำระจากบัตรเครดิตเพิ่มมากขึ้น รองลงมาคือ ยอดค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.38 มีจำนวนใกล้เคียงกับยอดค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 ยอดค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวนใกล้เคียงกับยอดค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 50,001 - 60,000 บาท คือจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.36 มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตรที่ถือครอง

ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	90	23.08
5,001 - 10,000 บาท	128	32.82
10,001 - 20,000 บาท	99	25.38
20,001 - 30,000 บาท	35	8.97
30,001 - 40,000 บาท	17	4.36
40,001 - 50,000 บาท	5	1.28
50,001 - 60,000 บาท	13	3.33
มากกว่า 60,000 บาท	3	0.77
รวม	390	100.00

4.2.8 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตจากสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น มีจำนวนมากที่สุดคือ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 ซึ่งสอดคล้องกับอายุของกลุ่มตัวอย่างคือ มีอายุระหว่าง 25 - 30 ปี กล่าวคือเป็นคนรุ่นใหม่ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยเข้าถึงข่าวสารได้รวดเร็วผ่านสังคมออนไลน์ รองลงมาคือ ร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.36 สิ่งพิมพ์ เช่น โบว์ชัวร์, หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.92 เว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติเห็นาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของธนาคารมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.21 และป้ายโฆษณา มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.87 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิต

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อออนไลน์	120	30.77
ร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า	95	24.36
สิ่งพิมพ์ เช่น โบว์ชัวร์, หนังสือพิมพ์	66	16.92
เว็บไซต์ของธนาคาร	32	8.21
อีเมลล์ หรือ SMS	31	7.95
โทรทัศน์	27	6.92
ป้ายโฆษณา	19	4.87
รวม	390	100.00

4.2.9 วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรเครดิตที่ได้รับวงเงินอนุมัติอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.77 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 30 ปี ซึ่งเริ่มมีงานทำและมีคุณสมบัติที่สามารถทำบัตรเครดิตได้ในระยะแรก รวมทั้งได้รับการอนุมัติวงเงินตามเงินเดือนปัจจุบันที่สามารถหาได้ด้วย จึงทำให้ได้รับวงเงินอนุมัติไม่สูงมาก รองลงมาคือ วงเงินระหว่าง 50,001 - 60,000 บาท มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.05 วงเงินระหว่าง 60,001 - 70,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38 มีความใกล้เคียงกับวงเงินระหว่าง 90,001 - 100,000 บาท และมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

4.2.10 สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักใช้บริการบัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้ามีจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 77.18 ซึ่งห้างสรรพสินค้าถือเป็นแหล่งบริการบัตรเครดิตที่ให้ความสะดวกสบาย พร้อมทั้งห้างสรรพสินค้ายังจัดกิจกรรมรับส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ มากมาย รองลงมาคือ สถานบริการ เช่น ปั้มน้ำมัน มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.05 ซึ่งการใช้บริการบัตรเครดิตตามสถานบริการทำให้มีความรวดเร็วขึ้นเหมาะสำหรับชีวิตปัจจุบันใน

สังคมเมืองที่มีความเร่งรีบแข่งขันกับเวลา ใช้ในร้านค้าทั่วไปมีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.95 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.15 วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ

วงเงินบัตรเครดิตที่ได้รับอนุมัติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	159	40.77
50,001 - 60,000 บาท	125	32.05
60,001 - 70,000 บาท	21	5.38
70,001 - 80,000 บาท	30	7.69
80,001 - 90,000 บาท	18	4.62
90,001 - 100,000 บาท	20	5.13
มากกว่า 100,000 บาท	17	4.36
รวม	390	100.00

ตารางที่ 4.16 สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต

สถานที่ที่ใช้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	301	77.18
สถานบริการ เช่น ปั๊มน้ำมัน	47	12.05
ร้านค้าทั่วไป	31	7.95
โรงแรม	8	2.05
โรงพยาบาล	3	0.77
รวม	390	100.00

4.2.11 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในการใช้บัตรเครดิตเพื่อการชำระค่าสินค้าหรือบริการคือ ตนเอง มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 57.69 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 32.56 พนักงานขาย มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.64 และเพื่อน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	225	57.69
บุคคลในครอบครัว	127	32.56
พนักงานขาย	22	5.64
เพื่อน	16	4.10
รวม	390	100.00

4.3 ข้อมูลพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

4.3.1 การชำระหนี้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตตรงตามเวลาที่กำหนดมีจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 90.26 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการรับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และหลีกเลี่ยงการสร้างหนี้ที่เกิดจากบัตรเครดิต และกลุ่มตัวอย่างที่ชำระหนี้บัตรเครดิตไม่ตรงเวลาที่กำหนด มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.74 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 การชำระหนี้บัตรเครดิต

ชำระหนี้บัตรเครดิตตรงตามเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตรงเวลาที่กำหนด	352	90.26
ไม่ตรงเวลาที่กำหนด	38	9.74
รวม	390	100.00

4.3.2 สาเหตุสำคัญที่ไม่สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตได้ตรงตามเวลาที่ธนาคารกำหนด

จากกลุ่มตัวอย่างที่ชำระหนี้บัตรเครดิตไม่ครบตามเวลาที่กำหนด จำนวน 38 คน พบว่าสาเหตุเนื่องจากมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.36 อาจเพราะกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ขณะที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท โดยรายได้ทั้งหมดที่หามาได้ต้องแบ่งไว้ใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และชำระรายจ่ายประจำทุก ๆ เดือน เช่น ค่าน้ำ, ค่าไฟ, ค่าที่พัก เป็นต้น จึงทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้บัตรเครดิต รองลงมาคือ ชำระหนี้อื่นที่ครบก่อนชำระหนี้บัตรเครดิต มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 สาเหตุสำคัญที่ไม่สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตได้ตรงตามเวลาที่ธนาคารกำหนด

สาเหตุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้	17	4.36
ชำระหนี้อื่นที่ครบก่อนชำระหนี้บัตรเครดิต	10	2.56
ไม่ได้รับหรือได้รับใบแจ้งหนี้ล่าช้า	7	1.79
มีค่าใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น	4	1.03
รวม	38	100.00

4.3.3 ลักษณะการชำระหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการชำระหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบันคือ ชำระเต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บ มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 58.72 ซึ่งคนในสังคมเมืองปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถ และมีประกอบอาชีพที่มั่นคง จึงทำให้เลือกชำระหนี้บัตรเครดิตตามยอดเรียกเก็บทุกครั้ง และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ชำระเต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บ มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.28 (ตารางที่ 4.20) โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ชำระหนี้บัตรเครดิต แบบไม่เต็มจำนวนยอดเรียกเก็บนั้น ส่วนใหญ่เลือกชำระยอดขั้นต่ำสุดตามใบเรียกเก็บ มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 และชำระบางส่วนเท่าที่มีความสามารถในการชำระ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.21 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.20 ลักษณะการชำระหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบัน

ลักษณะการชำระ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระเต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บ	229	58.72
ไม่ชำระเต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บ	161	41.28
รวม	390	100.00

ตารางที่ 4.21 การชำระหนี้บัตรเครดิตแบบไม่เต็มจำนวนยอดเรียกเก็บ

การชำระหนี้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระยอดขั้นต่ำสุดตามใบเรียกเก็บ	90	23.08
ชำระบางส่วนเท่าที่มีความสามารถในการชำระ	71	18.21
รวม	161	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.4 ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมียอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ช่วงระหว่างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37.18 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ในขณะที่มียอดการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 - 10,000 บาท จึงมีพฤติกรรมเลือกชำระยอดหนี้บัตรเครดิต จำนวน 5,000 บาท เพื่อที่จะแบ่งเงินไปใช้จ่ายในเรื่องต่าง ๆ ของแต่ละเดือน และสำรองเงินไว้ใช้ในยามฉุกเฉินรองลงมาคือ ยอดการชำระหนี้ที่อยู่ช่วงระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.18 ยอดการชำระหนี้ที่อยู่ช่วงระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 มีความใกล้เคียงกับยอดการชำระหนี้ที่อยู่ช่วงระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท และมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.74 (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือน

ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	145	37.18
5,001 - 10,000 บาท	97	24.87
10,001 - 15,000 บาท	42	10.77
15,001 - 20,000 บาท	38	9.74
20,001 - 25,000 บาท	25	6.41
25,001 - 30,000 บาท	21	5.38
มากกว่า 30,000 บาท	22	5.64
รวม	390	100.00

4.3.5 หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระในปัจจุบันคือ มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 58.72 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการบริหารจัดการเงินได้อย่างเหมาะสม ทำให้ไม่สร้างภาระหนี้ที่เกิดจากบัตรเครดิตของตนเอง และกลุ่มตัวอย่างที่มีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.28 (ตารางที่ 4.23) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในลักษณะเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะหาเงินมาชำระคืนได้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในลักษณะเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะหาเงินมาชำระคืนได้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในลักษณะเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะหาเงินมาชำระคืนได้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.18 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในลักษณะเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะหาเงินมาชำระคืนได้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ หนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.18 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในลักษณะเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะหาเงินมาชำระคืนได้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องรับภาระค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตที่เพิ่มขึ้น

25,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.92 หนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.38 หนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.87 มีความใกล้เคียงกับหนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระอยู่ช่วงระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท คือจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.23 การมีหนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระ

การมีหนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีหนี้ค้างชำระอัตราเครดิต	229	58.72
มีหนี้ค้างชำระอัตราเครดิต	161	41.28
รวม	390	100.00

ตารางที่ 4.24 หนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย

หนี้อัตราเครดิตที่ค้างชำระ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	21	5.38
5,001 - 10,000 บาท	4	1.03
10,001 - 15,000 บาท	17	4.36
15,001 - 20,000 บาท	19	4.87
20,001 - 25,000 บาท	12	3.08
25,001 - 30,000 บาท	27	6.92
มากกว่า 30,000 บาท	61	15.64
รวม	161	100.00

4.3.6 ช่องทางที่เลือกใช้บริการชำระหนี้อัตราเครดิต

จากการศึกษาพบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการชำระหนี้อัตราเครดิตมากที่สุด คือ ชำระผ่านทางเคาน์เตอร์ของสถาบันการเงิน มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23 หนี้อัตราเครดิตส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ของธนาคารและผู้ให้บริการให้ความเชื่อถือในความปลอดภัยในการชำระครั้งละจำนวนมาก ๆ ซึ่งการชำระผ่านทางเคาน์เตอร์ของสถาบันการเงินไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ และสามารถตัดยอดการชำระหนี้อัตราเครดิตได้ทันภายหลังการชำระหนี้ รองลงมาคือ ชำระที่จุดบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส เช่น 7 - Eleven มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.36 ซึ่งในปัจจุบันนี้ร้านสะดวกซื้อมีให้บริการอยู่ทั่วทุกพื้นที่และมีการให้เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันเว้นสัปดาห์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับเป็นค่าใช้จ่ายเช่นด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีความสะดวกสบายในการเดินทางไปชำระหนี้ และสามารถเข้ากับวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองที่เร่งรีบและมีเวลาจำกัดถัดมาคือ การชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.64 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับการชำระผ่านระบบ Internet Banking มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.13 เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องเดินทางไปถึงเคาน์เตอร์ที่ให้บริการชำระให้เสียเวลาเพียงมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะอยู่ที่ใดสามารถเข้าไปทำการชำระหนี้บัตรเครดิตได้ อีกทั้งมีความปลอดภัยไม่จำเป็นต้องถือเงินสดไปชำระ ณ จุดบริการต่าง ๆ (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 ช่องทางที่เลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิต

ช่องทางที่ใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชำระผ่านทางเคาน์เตอร์ของสถาบันการเงิน	192	49.23
ชำระที่จุดบริการ เคาน์เตอร์เซอร์วิส เช่น 7 - Eleven	95	24.36
หักบัญชีเงินฝากของสถาบันการเงิน	55	14.10
ชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)	22	5.64
ชำระผ่านระบบ Internet Banking	20	5.13
ชำระผ่านเครื่อง ATM	6	1.54
รวม	390	100.00

4.3.7 แหล่งเงินสำหรับการใช้ชำระหนี้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้แหล่งเงินของตนเองใช้ชำระหนี้บัตรเครดิตมีจำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 94.62 ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เริ่มหาเงินใช้จ่ายในชีวิตประจำวันด้วยตัวเองไม่พึ่งพา คนในครอบครัว รองลงมาคือ ใช้วงเงินของบัตรเครดิตใบอื่นที่มีอยู่มาชำระหนี้ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.31 กู้เงินจากแหล่งสินเชื่อในระบบมาชำระหนี้ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 และเงินรายได้ของบุคคลในครอบครัวที่ไม่ใช่ของตนเอง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.28 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 แหล่งเงินสำหรับการใช้ชำระหนี้บัตรเครดิต

แหล่งเงินที่นำมาชำระหนี้บัตรเครดิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินรายได้ของตนเอง	369	94.62
ใช้วงเงินของบัตรเครดิตใบอื่นที่มีอยู่มาชำระหนี้	9	2.31
กู้เงินจากแหล่งสินเชื่อในระบบมาชำระหนี้	7	1.79
เงินรายได้ของบุคคลในครอบครัวที่ไม่ใช่ตนเอง	5	1.28
รวม	390	100.00

4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในเรื่อง จำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ศึกษาได้หาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติ Person Chi - Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้ หากค่านัยสำคัญมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ดังต่อไปนี้

H_0 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

H_1 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน สำหรับระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนเพศ และสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตทุกรายการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 27)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนบัตรเครดิต ที่ถือครอง		ความถี่ในการใช้บัตร เครดิตเฉลี่ยต่อเดือน		ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตร เครดิตเฉลี่ยต่อเดือน	
	χ^2	Sig.	χ^2	Sig.	χ^2	Sig.
เพศ	1.770	0.183	7.113	0.068	2.459	0.466
อายุ	32.885	0.000**	60.916	0.000**	43.298	0.000**
สถานภาพ	0.065	0.799	0.138	0.987	3.960	0.266
ระดับการศึกษา	3.951	0.139	71.251	0.000**	35.239	0.000**
อาชีพ	8.730	0.013**	9.198	0.163	28.341	0.000**
รายได้ต่อเดือน	42.344	0.000**	57.160	0.000**	35.503	0.000**

หมายเหตุ * กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) = 0.05

** กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) = 0.01

4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐานของการศึกษาได้กำหนดไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตในเรื่อง ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย ผู้ศึกษาได้หาความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติ Person Chi - Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้หากค่านัยสำคัญมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ดังต่อไปนี้

H_0 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต

H_1 คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต

จากการศึกษาพบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย ส่วนเพศ มีความสัมพันธ์ต่อยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน สำหรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปโดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตทุกรายการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต

ปัจจัยส่วนบุคคล	ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน		จำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ย	
	χ^2	Sig.	χ^2	Sig.
เพศ	9.066	0.028*	3.593	0.166
อายุ	90.974	0.000**	94.382	0.000**
สถานภาพ	1.154	0.764	3.529	0.171
ระดับการศึกษา	28.863	0.000**	19.564	0.001**
อาชีพ	44.844	0.000**	18.773	0.001**
รายได้ต่อเดือน	93.877	0.000**	113.782	0.000**

หมายเหตุ * กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) = 0.05

** กำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) = 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือ คนวัยทำงาน มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งถือบัตรเครดิตอยู่ในความครอบครองและมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ณ สถานที่ที่กำหนดไว้ในแต่ละเขตจำนวน 6 แห่ง ได้ตัวอย่างแห่งละ 65 คน รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาทต่อเดือน ในส่วนของข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างถือครองบัตรเครดิตมีจำนวนเฉลี่ยอยู่ในช่วงระหว่าง 1 – 2 ใบต่อคน โดยส่วนใหญ่เลือกถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทย และบัตรเครดิตของธนาคารกสิกรไทยถูกเลือกใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด ซึ่งสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ คือ สะดวกสบายมีความคล่องตัวในการใช้จ่าย ซึ่งเลือกชำระผ่านบัตรเครดิตในสินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค มีความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยระหว่าง 3 – 4 ครั้งต่อเดือน โดยมียอดการใช้จ่ายระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตจากสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างใช้บัตรเครดิตที่ได้รับวงเงินอนุมัติอยู่ในช่วงระหว่างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท และมักใช้บริการบัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลในการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการคือ ตนเอง สำหรับข้อมูลพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตตรงตามเวลาที่กำหนด และมีการชำระหนี้เต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บเต็ม มียอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ชำระเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน และมีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิตมากที่สุดคือ ชำระผ่านทาง

เจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงิน รับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง และยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต พบว่า อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมด โดยเฉลี่ย และยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตจากสื่อออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีอายุระหว่าง 25 - 30 ปี เป็นคนรุ่นใหม่ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ทันสมัยเข้าถึงข่าวสารได้เร็วผ่านสังคมออนไลน์ โดยที่เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ถูกนำมาใช้ในวัตถุประสงค์ที่แตกต่าง ๆ กัน เช่น การทำงาน, การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการพักผ่อน เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการบัตรเครดิตควรทำการสื่อสารทางตลาดเพื่อสร้าง การรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของบัตรเครดิต โดยจัดทำเฟสบุ๊กแฟนเพจ, ไลน์ออฟฟิเชียล เพื่อให้ผู้ใช้บัตรเครดิตเข้าถึงและรับรู้ข้อมูลสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตของตนเองได้ง่ายสะดวก และรวดเร็ว

2. จากการศึกษาจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครองในปัจจุบันพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ถือบัตรเครดิตคนละ 1 - 2 ใบ มียอดการใช้จ่าย 5,001 - 10,000 บาท ขณะที่มียาไรได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 - 20,000 บาท จึงทำให้เกิดภาระหนี้จากบัตรเครดิต ดังนั้นผู้ประกอบการบัตรเครดิต ควรต้องมีการคัดกรองลูกค้าใหม่ที่ต้องการสมัครบัตรเครดิตอย่างเข้มงวด โดยยกระดับเกณฑ์ด้าน รายได้ และเกณฑ์ด้านภาระหนี้ต่อรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ การพิจารณาประวัติการใช้จ่ายและการ ชำระหนี้ยาวนาน การปรับลดสัดส่วนเงินให้สินเชื่อต่อรายได้ การเฝ้าระวังความเสี่ยงอย่างใกล้ชิด ผ่านการเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบเครดิตบูโร พร้อมระบบทวงหนี้ทันทีที่ผิดนัดชำระหนี้ตั้งแต่ รอบบัญชีแรก และการใช้นโยบายปรับโครงสร้างหนี้อย่างทันท่วงที เช่น การให้ส่วนลดเพื่อปิด บัญชีเพื่อป้องกันการตกชั้นของสินเชื่อจนนำมาสู่การเพิ่มของสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งจะ เป็นผลดีแก่ผู้ประกอบการ และระบบการเงินของประเทศในระยะยาวได้

3. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตด้านสถานที่ที่ใช้บัตรเครดิตพบว่า เอกกลุ่มตัวอย่างให้ความนิยมในการเข้าใช้บริการบัตรเครดิตที่ห้างสรรพสินค้าเป็นจำนวนมากการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบาย รวดเร็วตอบสนองความต้องการได้ ดังนั้นผู้ประกอบการบัตรเครดิตจึงควรทำพันธมิตรกับร้านค้าที่รับบัตรเครดิตและรายการสินค้าที่สามารถชำระผ่านบัตรเครดิตในห้างสรรพสินค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บัตรเครดิตในการชำระสินค้าประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค โดยที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตให้ความสำคัญกับของรางวัลและสิทธิพิเศษให้แตกต่างจากสถาบันการเงินอื่น ๆ เนื่องจากการได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ ของผู้ประกอบการบัตรเครดิต รายใดสามารถตรงตามความต้องการของลูกค้าได้จะช่วยกระตุ้นการใช้ผ่านบัตรเครดิตของลูกค้าได้เป็นจำนวนมากทั้งนี้เงื่อนไขการชำระเงินหรือส่วนลดต้องให้เหมาะสมกับความต้องการและปริมาณการใช้ผ่านบัตรเครดิตให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันด้วย รวมทั้ง บัตรเครดิตสามารถก่อให้เกิดหนี้จำนวนมากเนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงหากผู้ถือบัตรไม่ทำการจ่ายค่าบัตรเครดิตตรงตามเวลาที่กำหนด ดังนั้นผู้ถือครองบัตรเครดิตจึงควรระวังในการใช้จ่ายให้สอยโดยมีสติเสมอ ไม่หลงไปกับของลดราคา อีกทั้งควรมีเงินสดสำรองจ่ายเท่ากับจำนวนเงินที่ใช้ในบัตรเครดิตไปด้วย

4. จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตด้านช่องทางที่เลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิตพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการชำระหนี้บัตรเครดิตผ่านทางเคาน์เตอร์ของสถาบันการเงิน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการไม่เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ อีกทั้งให้ความเชื่อถือในความปลอดภัยในการชำระครั้งละจำนวนมาก ๆ และสามารถตัดยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตได้ทันภายหลังการชำระหนี้ ผู้ประกอบการบัตรเครดิตจึงควรให้ความสำคัญและรักษาภาพลักษณ์ของธนาคารให้มีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่เสมอ โดยสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ด้วยวิธีการบริการจัดการที่ไม่ซับซ้อนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความประทับใจเป็นครั้งแรก

5. จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนบัตรเครดิตที่ถือครอง ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน และยอดการใช้ผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ประกอบการได้ส่งเสริมการตลาดกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้เงินเกินตัวหรือเกินความสามารถที่จะชำระเงินคืนได้ จึงมีการกู้ยืมโดยนำไปผ่อนชำระสินค้า การเบิกเงินล่วงหน้า หรือนำไปชำระหนี้บัตรเครดิตใบอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นภาครัฐควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดการสัมมนาให้กับประชาชนที่ต้องการปรึกษาปัญหาด้านบัตรเครดิตให้มีการเข้าร่วมสัมมนา เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการบริหารปัญหาหรือหนี้บัตรเครดิตอย่างเป็นระบบ และรู้จักการทำรายรับ - รายจ่ายของตัวเอง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่ทำการสุ่มตัวอย่างขึ้นมาเท่านั้น ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ต่างจังหวัดที่เป็นหัวเมืองหลัก ๆ มีประชากรหนาแน่น เพื่อทำการเพิ่มฐานลูกค้าที่มีศักยภาพใหม่และเพิ่มการเติบโตของธุรกิจบัตรเครดิตให้กับผู้ประกอบการบัตรเครดิต ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงข้อมูลความแตกต่างของพื้นที่ต่างจังหวัดที่มีผลต่อการเลือกถือครองบัตรเครดิต

2. ควรศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและ นำผลที่ได้รับมาปรับปรุง แก้ไขปัญหา และหาแนวทางออกร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการบัตรเครดิตกับผู้ถือครองบัตรเครดิตถึงปัญหาหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบัน



บรรณานุกรม

กมลรัตน์ สัตยาพิมล. 2552. “พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตแพลททินัมในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กสิกรไทย. 2559. บัตรเครดิตวีซ่ากสิกรไทย (KBank - VISA Credit Card). [Online].

Available : <http://kasikorn-creditcard.blogspot.com/> สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. การใช้ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร.

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ซิตี้ แบงก์. 2559. บัตรเครดิต. [Online]. Available : <https://www.citibank.co.th/th/credit-cards/CreditCards.htm> สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

คลฤดี สุวรรณกุล. 2554. “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความน่าจะเป็นในการผิดนัดชำระหนี้บัตรเครดิตของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2553. บทความสถานการณ์บัตรเครดิตในประเทศไทย. [Online].

Available : http://www.bot.or.th/Thai/LawsAndRegulation/pages/Law_8.asp

สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

_____. 2558ก. ปริมาณการใช้บัตรพลาสติกเพื่อชำระเงิน [Online].

Available : [http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp ?](http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp?reportID=683&language=TH)

reportID=683&language=TH. สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

_____. 2558ข. จำนวนบัญชีบัตรพลาสติก. [Online]. Available :

[http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp ?reportID=685&language=TH.](http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp?reportID=685&language=TH)

สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

_____. 2558ค. การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ. [Online]. Available :

[https://www.bot.or.th/app/FIPCS/Thai/PFIPCS_summary.asp ?packId=25470020](https://www.bot.or.th/app/FIPCS/Thai/PFIPCS_summary.asp?packId=25470020)

สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558

_____. 2559 การให้บริการบัตรเครดิตแยกตามประเภทบัตรเครดิต.

[Online]. Available : [http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp ?reportID=7](http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp?reportID=757&language=TH)

[57&language=TH.](http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.asp?reportID=757&language=TH) สืบค้นวันที่ 20 มกราคม 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดเคชั่น.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2538. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร. สุวีริยาสาสน.
- ประชาชาติธุรกิจ. 2558. หนี้เสียแบงก์พุ่งปรี๊ดถึงปี'59 "SME-สินเชื่อบุคคล"หนัก/ดึงรัฐจ่ายเงินเข้า. [Online]. Available : http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1441805833 สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- พินเทอเรส. 2556. บัตรโทเทเนียม มาสเตอร์การ์ด ธนาคารกรุงเทพ. [Online]. Available : <https://www.pinterest.com/pin/467741111270332787/> สืบค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2559
- พิมพ์ทิศา สิริวรพงศ์กุล. 2554. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตธนาคารยูโอบีxจำกัดx (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรทิศา กะการดี. 2554. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. บัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพรัชไพรัช. 2559. บัตรเครดิตที่ดีที่สุดและโปรโมชั่น (Credit Cards) Thailand May 2016. [Online]. Available : <http://th.priceprice.com/credit-card/> สืบค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2559
- โพธิ์ชนิ่ง. 2551ก. บัตรเครดิต “ไดเนอร์สคลับ”เปิดตัวภาพลักษณ์ใหม่ เน้นคะแนนสะสมสูงที่สุด 5 เท่า. [Online]. Available: <http://positioningmag.com/40732> สืบค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2559
- _____. 2551ข. สถานการณ์บัตรเครดิต...ยังควบคุมได้ถ้าไม่ประมาท. [Online]. Available : <http://positioningmag.com/?p=31105> สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- ภัทรพร กิจชัยนุกุล. 2556. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสถิติประยุกต์ คณะสถิติประยุกต์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มันนี่ฮับ. 2556. เซ็นทรัล เครดิตการ์ด แพลทินัม (Central Credit Card Platinum). [Online]. Available : <https://moneyhub.in.th/all-credit-cards/central-credit-card-platinum/> สืบค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2559

- เมเนเจอร์. 2558. ไตรมาส 3 ปี 58 คนไทยติดหนี้บัตรเครดิตเพิ่มร้อยละ 3.4 ป่วยไข้เลือดออกเพิ่ม 3.7 เท่า. [Online]. Available: <http://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.asp?NewsID=9580000129891> สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- รัตนภรณ์ บุญแต่ง. 2557. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกถือบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ศรวรรณ มาลาลอย. 2556. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. บัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : เชนเอ็นกรุ๊ป จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร. : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงปี 46. กรุงเทพมหานคร. ธรรมสาร.
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2555. บัตรเครดิตคืออะไร. [Online]. Available: <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/loans/loans/Pages/creditcard.asp> สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2558. หนี้ครัวเรือนคนไทยพุ่งสูงสุด เป็นประวัติการณ์ชำระหนี้ลดลง. [Online]. Available : <http://money.kapook.com/view128400.html>. สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559. ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีปีนี้อยู่ที่ 10.8 ล้านล้านบาท 82% ของจีดีพี. [Online]. Available : <http://thaipublica.org/2015/12/household-debt-2558/>. สืบค้นวันที่ 25 ธันวาคม 2558
- สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร. 2547. ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร. [Online]. Available : <http://203.155.220.230/m.info/nowbma/> สืบค้นวันที่ 18 มีนาคม 2558
- สุดชีวิน ชมเสวก. 2548. “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบัตรเครดิตกับอัตราการหมุนเวียนเงินและความสามารถของบัตรเครดิตในการทดแทนเงิน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุจิตรา จันทนา และนพวรรณ ทิพาปกรณ์. 2554. ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อธิปัติย์ พลอยพรายแก้ว. 2554. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกถือครองบัตรเครดิตของผู้ถือครองบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อำนาจ ลียาทิพย์กุล. 2531. การธนาคารพาณิชย์ลูกค้าเงินฝากและวิธีปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 1)

พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอแบคโพลล์. 2556. พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนเมือง กรณีศึกษาประชาชนทั่วไปที่มีอายุ

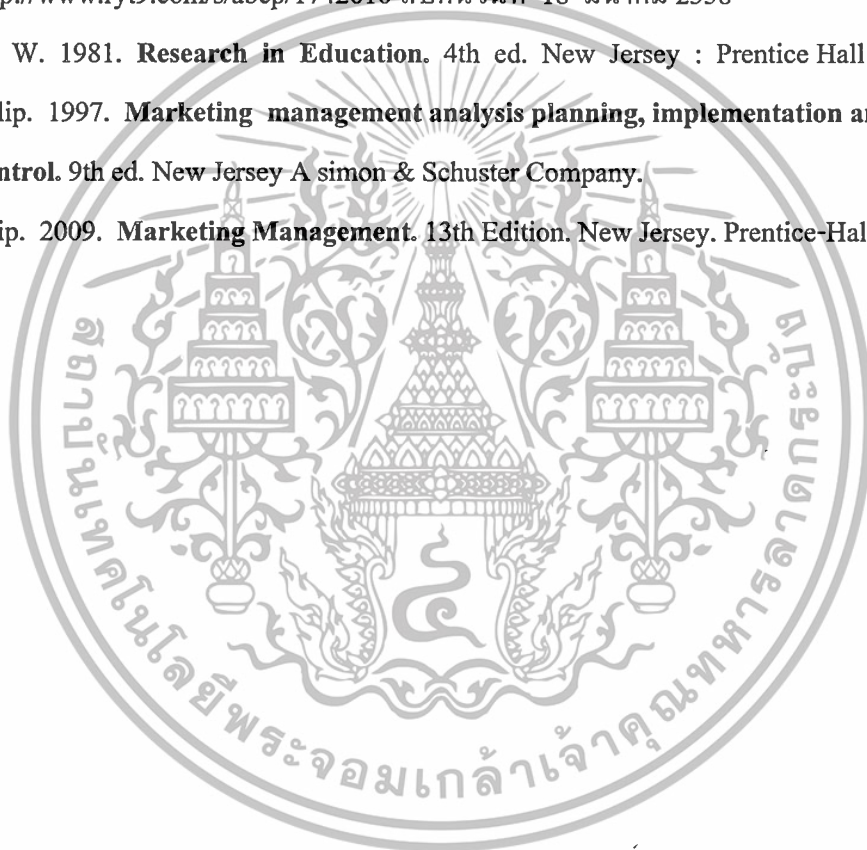
25 - 60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. [Online]. Available :

<http://www.ryt9.com/s/abcp/1742616> สืบค้นวันที่ 18 มีนาคม 2558

Best, John W. 1981. **Research in Education**. 4th ed. New Jersey : Prentice Hall of India.

Kotler Philip. 1997. **Marketing management analysis planning, implementation and control**. 9th ed. New Jersey A simon & Schuster Company.

Kotler Philip. 2009. **Marketing Management**. 13th Edition. New Jersey. Prentice-Hall.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเลขที่

แบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับเพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการและนำเสนอพบทสรุปในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือกรอกข้อมูลที่ท่านเห็นว่าตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. 25 – 30 ปี () 2. 31 – 35 ปี
 () 3. 36 – 40 ปี () 4. 41 – 45 ปี
 () 5. 46 – 50 ปี () 6. 51 – 55 ปี
 () 7. 56 – 60 ปี () 8. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส
 () 3. หย่าร้าง () 4. แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น
 () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 () 3. อนุปริญญา/ปวส.
 () 4. ปริญญาตรี
 () 5. ปริญญาโท
 () 6. ปริญญาเอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. อาชีพ

- () 1. พนักงานบริษัทเอกชน () 2. ธุรกิจส่วนตัว
 () 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. อาชีพอิสระ
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. 15,000 – 20,000 บาท () 2. 21,001 – 30,000 บาท
 () 3. 30,001 – 40,000 บาท () 4. 50,001 – 60,000 บาท
 () 5. มากกว่า 60,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต

1. จำนวนบัตรเครดิตที่ท่านถือครองในปัจจุบัน (เฉพาะบัตรหลัก).....ใบ

2. ท่านถือบัตรเครดิตของผู้ให้บริการบัตรเครดิตใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ธนาคารกรุงเทพ () 2. ธนาคารไทยพาณิชย์
 () 3. ธนาคารกรุงไทย () 4. ธนาคารกสิกรไทย
 () 5. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา () 6. ธนาคารทหารไทย
 () 7. ธนาคารธนชาต () 8. ธนาคารยูโอบี
 () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. บัตรเครดิตของผู้ให้บริการที่ใช้เป็นประจำหรือใช้มากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- () 1. ธนาคารกรุงเทพ () 2. ธนาคารไทยพาณิชย์
 () 3. ธนาคารกรุงไทย () 4. ธนาคารกสิกรไทย
 () 5. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา () 6. ธนาคารทหารไทย
 () 7. ธนาคารธนชาต () 8. ธนาคารยูโอบี
 () 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าและบริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. ได้รับส่วนลดและสิทธิพิเศษต่าง ๆ จากร้านค้าที่เข้าร่วมรายการ
 () 2. ได้นำเงินสดไปหมุนใช้ในเรื่องสำคัญเร่งด่วนก่อน
 () 3. ได้รับคะแนนสะสมซึ่งสามารถนำไปแลกของรางวัลต่าง ๆ ได้
 () 4. สามารถผ่อนชำระค่าใช้จ่ายได้ ในกรณีมีเงินสดไม่เพียงพอ
 () 5. สะดวกสบาย มีความคล่องตัวในการใช้จ่าย
 () 6. แสดงถึงความน่าเชื่อถือในสังคม
 () 7. มีความปลอดภัยในการพกพา ไม่ต้องพกเงินสดติดตัวจำนวนมาก
 () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. วัตถุประสงค์ในการใช้บัตรเครดิตมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค
- () 2. เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ
- () 3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าน้ำมัน, ค่าก๊าซ
- () 4. เครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องประดับตกแต่งบ้าน
- () 5. การตรวจรักษาและดูแลสุขภาพ
- () 6. การบันเทิงและการท่องเที่ยว
- () 7. ชำระค่างวดสินค้าเงินผ่อน
- () 8. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. ความถี่ในการใช้บัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตร

- () 1. 1 – 2 ครั้ง
- () 2. 3 – 4 ครั้ง
- () 3. 5 – 6 ครั้ง
- () 4. 7 – 8 ครั้ง
- () 5. 9 – 10 ครั้ง
- () 6. มากกว่า 10 ครั้ง

7. ยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ยต่อเดือนรวมทุกบัตรที่ถือครอง

- () 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
- () 2. 5,001 – 10,000 บาท
- () 3. 10,001 – 20,000 บาท
- () 4. 20,001 – 30,000 บาท
- () 5. 30,001 – 40,000 บาท
- () 6. 50,001 – 60,000 บาท
- () 7. มากกว่า 60,000 บาท

8. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิพิเศษของการใช้บัตรเครดิตจากแหล่งใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. โทรทัศน์
- () 2. ป้ายโฆษณา
- () 3. เว็บไซต์ของธนาคาร
- () 4. สิ่งพิมพ์ เช่น โบว์ชัวร์ หนังสือพิมพ์
- () 5. อีเมล หรือ SMS
- () 6. สื่อออนไลน์
- () 7. ร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า

9. บัตรเครดิตที่ท่านใช้ได้รับอนุมัติวงเงินจำนวนเท่าใด

- () 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท
- () 2. 50,001 – 60,000 บาท
- () 3. 60,001 – 70,000 บาท
- () 4. 70,001 – 80,000 บาท
- () 5. 80,001 – 90,000 บาท
- () 6. 90,001 – 100,000 บาท
- () 7. มากกว่า 100,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. สถานที่ที่ท่านมักใช้บัตรเครดิตมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. ห้างสรรพสินค้า () 2. ร้านค้าทั่วไป
 () 3. โรงพยาบาล () 4. สถานบริการ เช่น บัมน์น้ำมัน
 () 5. โรงแรม () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
11. ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. บุคคลในครอบครัว () 2. เพื่อน
 () 3. ตนเอง () 4. พนักงานขาย
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต

1. ท่านชำระหนี้บัตรเครดิตตรงตามเวลาที่กำหนดหรือไม่
- () 1. ไม่ตรงเวลาที่กำหนด () 2. ตรงเวลาที่กำหนด (ข้ามไปตอบข้อ 3)
2. สาเหตุสำคัญที่สุดที่ท่านไม่สามารถชำระหนี้บัตรเครดิตได้ตรงตามเวลาที่ธนาคารกำหนด (เลือกเพียง 1 ข้อ)
- () 1. มีค่าใช้จ่ายในครอบครัวเพิ่มมากขึ้น
 () 2. ไม่ได้รับหรือได้รับใบแจ้งหนี้ล่าช้า
 () 3. ชำระหนี้อื่นที่ครบก่อนชำระหนี้บัตรเครดิต
 () 4. มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ท่านมีการชำระหนี้บัตรเครดิตในปัจจุบันอย่างไร
- () 1. ชำระเต็มตามจำนวนยอดเรียกเก็บ
 () 2. ชำระยอดขั้นต่ำสุดตามใบเรียกเก็บ
 () 3. ชำระบางส่วนเท่าที่มีความสามารถในการชำระ
 () 4. ไม่ชำระเลย
4. ยอดการชำระหนี้บัตรเครดิตที่ท่านชำระเฉลี่ยต่อเดือน
- () 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () 2. 5,001 – 10,000 บาท
 () 3. 10,001 – 15,000 บาท () 4. 15,001 – 20,000 บาท
 () 5. 20,001 – 25,000 บาท () 6. 25,001 – 30,000 บาท
 () 7. มากกว่า 30,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ปัจจุบันท่านมีหนี้บัตรเครดิตที่ค้างชำระทั้งหมดโดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเท่าใด

- () 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท () 2. 5,001 – 10,000 บาท
 () 3. 10,001 – 15,000 บาท () 4. 15,001 – 20,000 บาท
 () 5. 20,001 – 25,000 บาท () 6. 25,001 – 30,000 บาท
 () 7. มากกว่า 30,000 บาท () 7. ไม่มีหนี้บัตรเครดิตค้างชำระ

6. ช่องทางที่ท่านเลือกใช้บริการชำระหนี้บัตรเครดิตมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. หักบัญชีเงินฝากของสถาบันการเงิน
 () 2. ชำระผ่านทางเคาเตอร์ของสถาบันการเงิน
 () 3. ชำระผ่านเครื่อง ATM
 () 4. ชำระที่จุดบริการเคาเตอร์เซอร์วิส เช่น 7-Eleven
 () 5. ชำระผ่านระบบ Internet Banking
 () 6. ชำระผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)
 () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. โดยส่วนใหญ่ท่านจะนำเงินจากแหล่งใดมาใช้ชำระหนี้บัตรเครดิต (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. เงินรายได้ของท่าน
 () 2. เงินรายได้ของบุคคลในครอบครัวที่ไม่ใช่ของท่าน
 () 3. กู้เงินจากแหล่งสินเชื่อในระบบมาชำระหนี้
 () 4. ใ้ช่วงเงินของบัตรเครดิตใบอื่นที่มีอยู่มาชำระหนี้
 () 5. สมัครบัตรเครดิตใบใหม่เพิ่มเพื่อนำวงเงินที่ได้มาชำระหนี้
 () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

*** “ ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ ” ***

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล นางสาวนันทพร รักการษ์
- วัน เดือน ปีเกิด 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2536
- สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
- สถานที่อยู่ปัจจุบัน 22 หมู่ 4 ซอยยังพรีนา 21 ถนน ยังพรีนา แขวงหนองจอก เขตหนองจอก
กรุงเทพมหานคร 10530 โทร 08-9764-6980
E-mail : ntp_rakgarn25@hotmail.com
- ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2557 วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ประวัติการทำงาน พ.ศ. 2559 – ปัจจุบัน แผนกการตลาด
บริษัท ค้าค้าโปรดักส์ ทอปปิง ฟอรัม จำกัด ตำแหน่งธุรการฝ่ายขาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้