

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเป็นส่วนบุคคลของคหวิทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Behavior of the usage of personal credit card in Bangkok province

ปัทธิมา แกลงศรี

Pattima Talangsri

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ramkhamhaeng University, Thailand.

E-mail: 6024091327@rumail.ru.ac.th

บทความวิจัย

ธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคล เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้ในปี 2516 ธนาคารกสิกรไทยกับธนาคารศรีนคร ได้ร่วมกันออกบัตรเครดิต ในชื่อ “บัตรเครดิตเอนกประสงค์” ในช่วงนั้นถือว่าเป็นบัตรเครดิต บัตรแรกของไทย นอกจากนี้ธนาคารกสิกรไทยยังได้รับสิทธิ์เป็นตัวแทนออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ซึ่งเป็นบัตรเครดิตของต่างประเทศเริ่มแพร่หลายในไทยเป็นอย่างมาก ต่อมาธนาคารกสิกรไทย ได้มาเป็นหนึ่งในสมาชิกของวีซ่าอินเตอร์เนชั่นแนล และธนาคารกสิกรไทยก็ยังได้ออกบัตรเครดิตเป็นของตนเอง เรียกชื่อว่า “บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย” จนถึงปัจจุบัน (ธนาคารกสิกรไทย, 2558: ออนไลน์) ในส่วนธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยต่างก็ได้รับสิทธิ์ในการ เป็นตัวแทนการออกบัตรวีซ่า ออกบัตรมาสเตอร์การ์ด และบัตรชนิดต่างๆ ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) ซึ่งส่งผลทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ต่างผลัดกันกันออกบัตรเครดิตของตนเอง จึงมีผลต่อการขยายตัวของปริมาณบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ความสำคัญของบัตรเครดิตในระบบเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน

ในประเทศที่พัฒนาแล้วกลุ่มยุโรป ไม่ว่าจะเป็น เดนมาร์ก นอร์เวย์ สวีเดน แคนาดา นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย การดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนมักไม่นิยมใช้เงินสด ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ยังคงใช้เงินสดสำหรับใช้จ่ายใช้สอย สำหรับประเทศที่ประสบความสำเร็จระดับต้นๆ ในด้านสังคมไร้เงินสด คือ สวีเดน โดยมีการพัฒนาในด้านเทคโนโลยี พัฒนาสู่ระบบดิจิทัล ซึ่งได้คาดการณ์ว่าเต็มรูปแบบในปี 2573 ในปัจจุบันชาวสวีเดนนิยมใช้บัตรเครดิตสำหรับอุปโภคบริโภค รวมถึงใช้ช่องทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ จุดเด่นของสวีเดน มีการผลักดันให้รับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยี

ทางการเงินปลอดภัยกว่าการใช้เงินสด อีกทั้งออกกฎหมายให้ร้านค้าสามารถติดป้ายปฏิเสธการรับเงินสดจากลูกค้าได้ (ขวัญใจ เศรษฐกิจ, 2562)

ในกลุ่มเอเชีย ประเทศจีนเป็นอีกหนึ่งในด้านการเป็นผู้นำการพัฒนาเข้าสู่สังคมไร้เงินสด โดยใช้ช่องทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามสังคมไร้เงินสดของประเทศจีนมีเพียงเฉพาะบางกลุ่มที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ ซึ่งมองว่ายังไม่ได้พัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ ปัจจุบันประเทศจีนใช้ช่องทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยการผูกกับบัตรเครดิตต่างประเทศได้แล้ว ซึ่งอนุญาตเพียงบัตร VISA , MASTER , JCB เท่านั้น สำหรับการผูกบัตรเครดิตของประเทศจีน ผู้ใช้ต้องใช้ WeChat Pay ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหนึ่งในมือถือ ชาวจีนมักใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศเมืองเชียงใหม่, 2561)

ในส่วนของประเทศไทย ด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากรายได้จากการส่งออกสินค้า ไปยังต่างประเทศแล้ว การอุปโภคบริโภคภายในประเทศก็เป็นเรื่องหลักที่สำคัญอีกประการหนึ่ง รวมถึงภาคธุรกิจการเงินซึ่งเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สำหรับในด้านการตลาดสินเชื่อส่วนบุคคลก็เป็นส่วนสำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วจากการกระตุ้นการใช้จ่ายและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลงของภาครัฐ ทำให้สถาบันการเงิน ธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ต่างขยายตลาดและเกิดการแข่งขันด้านการปล่อยสินเชื่อ รวมถึงบัตรเครดิต อย่างแพร่หลาย (สาริตา วิตตะ และ ดร.นงคินีตย์ จันทร์จรัส, 2560: 1486) ด้วยระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันนี้ มีการพึ่งพาธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ซึ่งเป็นตัวกลางทางการเงินในการให้สินเชื่อบุคคลโดยไม่มีหลักประกัน คนไทยจึงเกิดการใช้จ่ายเพื่ออุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายที่มักนิยมซื้อสินค้าแบบเงินเชื่อ คือได้สินค้ามาก่อนแล้วค่อยจ่ายเงินภายหลัง (อัญชลี เกียรติเผ่าพันธ์ และ ธนา สมพรเสริม, 2561) อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคหรือคนไทยบริหารการเงินไม่ดีพอ ทำให้เกิดปัญหาหนี้สินบัตรเครดิตตามมา อีกทั้งส่งผลต่อเศรษฐกิจในภาพรวม เช่น ปัญหาการค้างชำระหนี้บัตรเครดิต ปัญหาหนี้สินที่ยอดค้างชำระเกิน 90 วัน

ประเด็นปัญหาสังคมอันเกิดจากการใช้บัตรเครดิต

ปัญหาสังคมด้านหนี้สินในภาคครัวเรือน เป็นปัญหาที่มีผลกระทบในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัวยุคจนถึงระดับประเทศ ซึ่งหากภาคครัวเรือนมีหนี้สินที่สูงกว่ารายได้ ผลต่อการใช้จ่ายใช้สอยในประเทศก็จะถูกลดลงตาม หากไม่สามารถนำปัญหานี้มาปรับแก้ก็นำสู่ภาวะวิกฤตทางการเงินของประเทศก็เป็นได้ ในส่วนประเด็นปัญหาสังคมอันเกิดจากการใช้จ่ายที่เกินกว่ารายได้ที่หามาหนี้ มักจบลงด้วยการเป็นหนี้ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ หนี้จากบัตรเครดิต มูลเหตุแห่งการเกิดหนี้มีหลายปัจจัย เช่น 1. ความจำเป็นต้องใช้เงินในเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ็บป่วย 2. รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความอยากได้ของมาก ต้องการตามกระแสนิยม ความฟุ่มเฟือย หรือเรียกได้ว่า ไม่เห็นความสำคัญของการใช้จ่าย 3. ขาดความรู้ทางด้านการเงิน ไม่มีการวางแผนเงิน ไม่เข้าใจระบบสินเชื่อ หรือที่แยะไปกว่านั้น คือติดการพนัน (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2562) ด้วยเหตุเหล่านี้ จึงเป็นช่องว่างให้ผู้ประกอบการสินเชื่อต่าง ๆ เข้ามามีบทบาท เสนอเข้ามาช่วยจัดการเพื่อแสวงหาผลกำไรจากดอกเบี้ยเงินกู้

ประเทศไทยมีการใช้ปริมาณบัตรเครดิตมากขึ้นในทุกไตรมาส ตลอดระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี 2558 - 2562 ซึ่งมีทิศทางการเติบโต และเพิ่มขึ้นแบบต่อเนื่อง อาจสรุปได้ว่า การใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตของคนไทยเป็นที่นิยมมากขึ้น ต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ข้อมูลประกอบจากธนาคารไทยพาณิชย์ กล่าวว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่มักนิยมใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองในด้านต่างๆ เช่น การจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก โรงแรม รวมถึงการใช้บัตรเครดิตเพื่อรับประทานร้านอาหาร การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าไอที และสินค้าในหมวดแบรนด์เนมมากขึ้น

ธนาคารพาณิชย์และผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีสัดส่วนในการอนุมัติบัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคลที่ใกล้เคียงกัน ในทางกลับกันสัดส่วนของยอดคงค้างสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์กับมีมากกว่าอย่างมีนัย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการตามเก็บหนี้หรือการปล่อยสินเชื่อของผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน มีประสิทธิภาพมากกว่าธนาคารพาณิชย์ หากพิจารณาจากข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน อาจมีความเชี่ยวชาญในการบริหารสินเชื่อมากกว่า ประเด็นปัญหานี้อาจยังสะท้อนให้เห็นว่า นอกจากการใช้จ่ายของผู้ใช้บัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคลที่ต้องดูแล ในส่วนของสถาบันการเงินก็ควรมีมาตรการในการบริหารหนี้สินอย่างมีศักยภาพ เพื่อลดการเกิด NPL ในอนาคต (อ้างอิง วิจัยกรุงศรี 2561)

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (BOT MAGAZINE 2558 : 48-49) ได้ให้แนวคิดในเชิงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาจากบัตรเครดิตไว้ว่า บัตรเครดิตมีประโยชน์หลายอย่าง ในทางกลับกันการใช้บัตรเครดิตแบบผิดวิธี จะกลับกลายเป็นการทำร้ายระบบการเงินโดยสิ้นเชิง เพราะต้องแบกรับหนี้พร้อมดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้นอย่างน่าตกใจ สำหรับพฤติกรรมผิดๆ ที่ส่งผลต่อระบบการเงิน คือ การชำระหนี้ขั้นต่ำ บางกลุ่มคนเข้าใจว่า การจ่ายขั้นต่ำค่อยๆ ผ่อนไปเรื่อยๆ ดีกว่า และเงินสดไปใช้ทำอย่างอื่นก่อน ซึ่งจริงแล้วธนาคารหรือสถาบันการเงินได้สำรองจ่ายเงินให้แก่ร้านค้า ไปก่อนนั้น เริ่มคิดดอกเบี้ยตั้งแต่วันที่จ่ายให้ร้านค้า ซึ่งคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในอัตรา 18-20% ต่อปี และอาจต้องเสียค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมอีก เช่น ค่าคิดติดตามทางถามหนี้ และอีกประเด็นคือ การปิดยอดหนี้บัตรเครดิตด้วยบัตรเครดิต เป็นการเบิกถอนเงินสดจากบัตรเครดิตใบหนึ่ง เพื่อนำเงินไปชำระหนี้บัตรเครดิตอีกใบหนึ่ง คนกลุ่มนี้คิดว่าขอยืดเวลาหนี้ออกไป แต่อาจลืมคิดว่ายังมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่ต้องเสียเพิ่ม คือ อัตราดอกเบี้ยของจำนวนที่เบิกถอน เงินสดออกมาจากบัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเงินสดไม่เกิน 3% และเสียภาษีมูลค่าเพิ่มของค่าธรรมเนียมอีก 7% ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้ มีส่วนที่ทำให้ยอดหนี้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนในที่สุดวงเงินในบัตรเครดิตก็จะเหลือไม่เพียงพอที่จะปิดยอดหนี้บัตรเครดิตอีก ถ้าหากยังสามารถหาแหล่งบัตรเครดิตใบใหม่เพิ่มไปอีก ก็ทำให้เข้าไปในวังวนการปิดยอดหนี้บัตรเครดิตไปเรื่อยๆ จนไม่มีทางออก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

แนวคิดการวางแผนการเงินส่วนบุคคล (กฤษฎา เสกตระกูล, 2553) การวางแผนการเงินส่วนบุคคล คือ การวางแผนข้อมูลทางการเงินของบุคคลให้บรรลุตามเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบฐานะการเงินในปัจจุบัน กำหนดกลยุทธ์และแผนการเงิน เพื่อนำไปปฏิบัติให้ได้ตามเป้าหมายหรืออีกนัยหนึ่ง การวางแผนการเงินส่วนบุคคลเป็นตัวกลางระหว่างการเงิน ณ ปัจจุบัน กับ สิ่งที่ต้องการในอนาคต ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัดเฉพาะ

ของแต่ละบุคคล สำหรับการวางแผนการเงินส่วนบุคคล เสมือนแนวทางในการช่วยเตรียมความพร้อมด้านการเงิน ซึ่งอาจนำไปสู่ความมั่นคงทางการเงินได้ในระยะยาว โดยเริ่มได้จากการปลูกฝังนิสัยการออม การใช้จ่ายอย่างสมเหตุสมผล การจัดสรรรายได้และรายจ่ายต่างๆ อย่างเหมาะสม สำหรับการวางแผนการเงินส่วนบุคคลสามารถทำได้ ดังนี้

ประเมินฐานะการเงิน เป็นวิธีการประเมินโดยการคำนวณเพื่อให้เห็นยอดเงินที่คงเหลือ ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงฐานะทางการเงินโดยแท้จริง

กำหนดหรือตั้งเป้าหมายการเงินให้ชัดเจน และจัดลำดับความสำคัญของรายได้และค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกัน เช่น หากในเดือนนั้นมีภาระจำเป็นทางการเงินมาก ก็ต้องเลื่อนเป้าหมายที่ต้องการบางอย่างไม่สำคัญออกไปก่อน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่สำคัญที่สุดก่อน หรือสามารถใช้หลักการ SMART ดังนี้

Specific	เป็นเป้าหมายที่สำคัญ ชัดเจน เฉพาะเจาะจงว่าเราต้องการทำอะไร เพื่ออะไร
Measurable	วัดผลเป็นตัวเงินอย่างชัดเจน เพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่ใกล้/ไกล เป้าหมายเพียงใด
Achievable	เป้าหมายที่สามารถทำได้สำเร็จ ซึ่งต้องรู้ว่าทำอย่างไรให้บรรลุเป้าหมาย
Realistic	ยึดหลักความเป็นจริง
Time bound	มีการกำหนดเวลาที่ชัดเจน

จัดทำแผนบริหารการเงิน เช่น รายได้ที่ได้รับมาจะนำเงินไปใช้จ่ายอย่างไร หารายได้เพิ่มจากไหน ซึ่งต้องจัดสรรระยะเวลาในการบริหารการเงินให้สัมพันธ์กับรายได้และภาระค่าใช้จ่าย เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ จากนั้นดำเนินการตามแผนอย่างเคร่งครัด มีวินัย ต่อเนื่อง และคอยตรวจสอบทบทวนการวางแผนการเงินให้เหมาะสมตามสถานการณ์ (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย , 2557)

การวางแผนทางการเงิน (Advance Life Assurance , 2559) เป็นการกำหนดเป้าหมายทางการเงินหรือกำหนดสิ่งที่ต้องการ ซึ่งเป้าหมายอาจจะแตกต่างกันตามความต้องการของแต่ละบุคคล สำหรับการวางแผนการเงินมีลักษณะที่เป็นตัวช่วยให้บุคคลนั้น สามารถประมาณการณ์เป้าหมายที่ตั้งไว้บวกกับระยะเวลา ซึ่งสัมพันธ์กับรายได้และค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังเป็นตัวกำหนดให้ได้คิดคำนวณล่วงหน้าจากรายได้ที่มี ณ ช่วงเวลานั้นๆ ว่า เราจะวางแผน เช่นไร อย่างไรก็ตาม ควรแบ่งเป้าหมายออกเป็น ระยะสั้น และ ระยะยาว ซึ่งมีแนวทาง ดังนี้

เป้าหมายระยะสั้น คือ การวางแผนช่วงเวลาไม่เกิน 1 ปี การตั้งเป้าหมายระยะสั้น เป็นเหมือนการกำหนดให้รางวัลชีวิตเมื่อทำได้สำเร็จ ทำให้สร้างกำลังใจทำตามแผนต่อไป อย่างเช่น ภายใน 6 เดือนเก็บเงินได้ตามเป้าหมายก็ได้ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ หรือเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ เป็นต้น

เป้าหมายระยะยาว คือ เป็นการวางแผนในสิ่งที่เราต้องการในอนาคต โดยเป้าหมายมีระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปี , 5 ปี , 10 ปี หรือมากกว่านั้น ซึ่งเป้าหมายระยะยาวถือว่าเป้าหมายหลักที่ทำให้ต้องลงมือทำ ในสิ่งที่เกี่ยวกับการเงินให้ชัดเจน เพราะต้องใช้เงินและเวลาเยอะกว่า สิ่งสำคัญต้องเน้นความรอบคอบมาก รวมถึงทบทวนสถานการณ์อยู่เสมอๆ

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สิ่งต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ในรูปแบบการวางแผนการเงินส่วนบุคคล จะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีการลงมือปฏิบัติ ถึงแม้ลงมือปฏิบัติแล้ว อาจยังไม่สำเร็จเสด็จตามที่ต้องการด้วยปัจจัยต่างๆ การย้อนกลับมาทบทวนใหม่อีกครั้งเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลนั้น ได้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลง เห็นข้อดี ข้อเสีย ดังนั้น การปรับปรุงแผนควรมีความยืดหยุ่น อย่างเช่น หากไม่ได้ตามเป้าหมายก็อาจลดค่าใช้จ่ายบางอย่างลง ลดเป้าหมายลง ทั้งนี้ ต้องอยู่บนพื้นฐานที่เป็นความจริงและมีความเป็นไปได้

แนวคิดการวางแผนทางการเงิน (A-life Plan, 2559) ได้แบ่งช่วงอายุไว้ ดังนี้

เริ่มตั้งแต่ 0-21 ปี เป็นกลุ่มวัยที่อยู่ในช่วงการศึกษา โดยส่วนใหญ่มีลักษณะการเงินต้องพึ่งครอบครัว ค่าใช้จ่ายที่ใช้มักเกี่ยวกับการซื้อของส่วนตัว เกี่ยวกับเพื่อน ฉะนั้นการวางแผนทางการเงินของบุคคลกลุ่มนี้ ควรเน้นการสร้างอุปนิสัยสร้างวินัยด้านการใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล รวมถึงการเก็บออม ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นช่วงเริ่มต้นที่จะส่งต่อไปยังกลุ่มอายุช่วงถัดไป

อายุ 21-30 ปี เป็นกลุ่มวัยเริ่มทำงาน ก็จะเริ่มมีภาระหน้าที่ต้องรับผิดชอบ และมีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งในส่วนของค่าใช้จ่ายหรือภาระหนี้สินของกลุ่มนี้ยังไม่สูงมาก โดยเป้าหมายการใช้จ่ายส่วนใหญ่มักเป็นการซื้อสินค้าที่ทันสมัย สินค้าตามกระแสนิยม หรือมักท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ดังนั้น การวางแผนการเงินของคนกลุ่มนี้ ต้องเน้นถึงความสำคัญในด้านกลยุทธ์บริหารเงิน บริหารรายได้ บริหารค่าใช้จ่าย ให้เพียงพอและเหมาะสม

อายุ 31-40 ปี สำหรับคนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่สร้างมั่งคั่งให้กับตนเอง เริ่มสร้างครอบครัว สร้างอนาคต โดยมีรายได้และรายจ่ายอยู่ในระดับสูงขึ้น ประกอบกับหน้าที่การงานอยู่ช่วงกำลังก้าวหน้า กลุ่มนี้ควรเน้นความสำคัญด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เช่น ความเสี่ยงต่อภาระหนี้สินที่เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการสร้างอนาคต

อายุ 41-55 ปี เป็นกลุ่มวัยที่มีหน้าที่การงานและฐานะทางการเงินคงที่แล้ว ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในเกณฑ์สูง ลักษณะส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้จะหันมาใส่ใจตนเอง รวมถึงใส่ใจครอบครัว จุดสำคัญของกลุ่มนี้ ต้องให้ความจริงจังกับการวางแผนบั้นปลายชีวิต ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่ต้องเริ่มต้นวางแผนก่อนเกษียณอย่างเป็นระบบ

และกลุ่มสุดท้าย อายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มวัยที่ภาระทางการเงินลดลง รวมถึงรายได้ก็ลดลงหรืออาจจะไม่มีรายได้ประจำ ซึ่งเป็นกลุ่มที่กำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นกลุ่มนี้หากวางแผนด้านการเงินจากอดีตไว้ดี ผลพวงนั้น ก็สามารถดำรงชีวิตต่อไปได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อกลุ่มวัยข้างต้น

จากข้อมูลดังกล่าว การวางแผนการเงิน เป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตอย่างมาก ซึ่งทุกกลุ่มวัยสามารถสร้างนิสัยการวางแผนการเงินได้ ไม่ว่าจะเป็น การตั้งเป้าหมาย การออมเงิน บริหารรายได้และค่าใช้จ่าย ตั้งแผนหา รายได้เพิ่ม เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้ก่อเกิดประโยชน์ ตั้งแต่ช่วงเวลาที่เริ่มลงมือทำไปจนถึงบั้นปลายชีวิตในระยะยาวได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินเชื่อส่วนบุคคล

ในด้านสินเชื่อส่วนบุคคล ธนาคารแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็น ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่มีหนี้สินเกินตัว จึงได้มีแนวคิดและนโยบายต่อผู้ประกอบการทางการเงิน ให้พิจารณาความเสี่ยงด้านสินเชื่อส่วนบุคคล โดยต้องพิจารณาการกู้เงินให้มีความสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของบุคคลนั้น จุดประสงค์หลักคือ ไม่กระตุ้นการก่อหนี้ที่ไม่จำเป็น และลดปัญหาการเกิดหนี้สินเกินตัว ซึ่งผลลัพธ์นี้จะช่วยลดความเสี่ยงด้านสินเชื่อค้าง ที่มีผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินในอนาคต ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทย จึงได้มีกระบวนการการให้สินเชื่อส่วนบุคคล โดยผู้ประกอบการทางการเงิน ต้องประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้อย่างละเอียด รวมถึงให้สินเชื่อต้องสอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นจริง ๆ และกำหนดเงื่อนไขอย่างเป็นธรรมต่อผู้กู้เงิน (สายนโยบายสถาบันการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) แนวนโยบายสรุปได้ ดังนี้

1. ตระหนักถึงการให้สินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของผู้ประกอบการทางการเงิน ให้คำนึงถึงการให้สินเชื่อรายย่อยหรือสินเชื่อส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม ไม่ทำให้ก่อหนี้เกินตัวต่อบุคคลนั้น และสนับสนุนการให้สินเชื่อที่ช่วยเสริมสร้างฐานะและความมั่นคงต่อชีวิตในระยะยาว
2. ผู้ประกอบการทางการเงิน พิจารณาให้สินเชื่อการเงินที่เหมาะสมกับบุคคล เหมาะสมตามความจำเป็น และความสามารถในการชำระหนี้ โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีสถานะทางการเงินที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาหนี้เกินตัวคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีต่อรายได้คงเหลือในการดำรงชีพ
3. ผู้ประกอบการทางการเงิน ต้องนำเสนอข้อมูลและรายละเอียดสินเชื่ออย่างครบถ้วน สามารถอธิบายให้เข้าใจง่ายและชัดเจน ตรงประเด็นตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการกู้เงิน ไม่กระตุ้นไม่ชักจูงนำเสนอสินเชื่อที่เกินความสามารถในการชำระหนี้ของบุคคลนั้น รวมถึงให้การสนับสนุนและส่งเสริมวินัยการใช้เงิน และใช้จ่ายอุปโภคบริโภคอย่างเหมาะสมที่สุด
4. การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ผู้ประกอบการทางการเงินต้องพิจารณาให้ครอบคลุมภาระหนี้สินทั้งหมด นำมาเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้มา ทั้งนี้รายได้นั้นต้องมีความสม่ำเสมอและนำเชื่อถือได้ และที่สำคัญต้องพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้โดยรวมของผู้กู้ด้วย และผู้ประกอบการทางการเงินต้องพิจารณาร่วมกับรายอื่นด้วย เพื่อลดปัญหาการให้สินเชื่อที่เกินกว่ารายได้
5. การกำหนดเงื่อนไขในสัญญาฯ ต้องมีความเป็นธรรม ตรงไปตรงมา ไม่ก่อให้เกิดการเอาเปรียบ หรือทำให้มีหนี้สินเพิ่มขึ้น หรือให้ระยะเวลาขึ้นโดยไม่จำเป็น รวมถึงไม่ควรเรียกค่าปรับในอัตราที่สูงเกิน หรือเพิ่มเงื่อนไขให้ยุ่งยากจนไป ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการชำระหนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสำคัญที่สุดต่อธุรกิจ ซึ่งธุรกิจต้องรู้ว่าผู้บริโภคต้องการอะไร ทราบถึงสาเหตุของการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ธุรกิจต้องคาดการณ์และเดาใจผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร บัจจยุงใจในการซื้อเกิดจากอะไร ตัดสินใจซื้อเพราะอะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อ ฉะนั้นธุรกิจต้องสร้างกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับสินค้าและบริการ (ราช ศิริสัมพันธ์, 2560) สำหรับความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค มีงานวิจัยจำนวนมากได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดกระทำหรือพฤติกรรมต่อสินค้าและบริการ (ปริญ ลักษิตานนท์, 2544)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การใช้ การประเมินผล การใช้สอย ต่อสินค้าและบริการ ซึ่งคาดหวังต่อการตอบสนอง หรือเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับความคิด ประสพการณ์การซื้อ และการใช้สินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ (วิวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การแสดงปฏิกิริยาของบุคคลที่เป็นกระบวนการ เพื่อให้ได้รับสินค้าหรือบริการตามความต้องการของตน ความหมายอีกประการคือ กระบวนการที่เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้การประเมินผลต่อสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กมลภพ ทิพย์ปาละ, 2555)

จากความหมายของพฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้น สรุปใจความได้คือ พฤติกรรมผู้บริโภค มีความหมายถึงบุคคลที่มีความต้องการในสินค้าและบริการ โดยแสดงออกมาในลักษณะพฤติกรรม เช่น การคิด การตัดสินใจ รวมถึงการกระทำออกมาในเชิงการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรมนั้น เกิดจากการได้รับกระตุ้นจากปัจจัยการตลาด เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับงานวิจัยนี้ มีความเกี่ยวข้องกับแรงกระตุ้นที่ก่อให้เกิดเหตุจูงใจและตัดสินใจ เพื่อใ้ข่ายต่อการเข้าใจและชัดเจน

สิ่งกระตุ้นภายนอก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่ควบคุมได้ มี 4 ปัจจัย คือ 1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีการบริการที่ดี การมีสินค้าที่หลากหลาย ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า 2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าได้ตรงกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย 3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง มีสถานที่จัดจำหน่ายที่ดึงดูดความสนใจ 4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค การจัดโปรโมชั่น การให้ส่วนลด เป็นต้น และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่สามารถควบคุมได้ มี 4 ปัจจัย คือ 1. สิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค 2. สิ่งกระตุ้นด้านเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและสะดวกรวดเร็ว 3. สิ่งกระตุ้นด้านสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้วยทฤษฎีหมาย การเปลี่ยนแปลงของอัตราภาษีต่างๆ 4. สิ่งกระตุ้นด้านวัฒนธรรม เช่น ในช่วงเทศกาลจะส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าบางรายการมากขึ้น

กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค หรือมักเรียกกันว่า Black Box เป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ ซึ่งในที่นี้คือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค สามารถรับรู้ได้ด้วยการสังเกต โดยกล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิด นี้ได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภค ก็คือจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และยังมีในเรื่องกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค มี 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลภายหลังการซื้อ สรุปได้ว่า ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค มักมีอิทธิพลหลักมาจากปัจจัยทางการตลาดหรือ 4P และสิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี วัฒนธรรม ที่ส่งผลต่อโดยตรงต่อผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจจากปัจจัยเหล่านี้ นำไปสู่พฤติกรรมที่แสดงออกต่อสินค้าหรือบริการต่างๆ

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้ใช้สินเชื่อ

ผู้ใช้สินเชื่อ ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับการพิจารณาอนุมัติวงเงิน จากธนาคารพาณิชย์หรือผู้ประกอบการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน โดยมีกฎเกณฑ์ในการให้สินเชื่อบัตรเครดิต หรือสินเชื่อส่วนบุคคลจากรายได้ เช่น รายได้น้อยกว่า 30,000 บาท ก็ จะได้รับการอนุมัติวงเงิน 1.5 เท่าของรายได้ หรือตามอัตราส่วนจากรายได้ วงเงินดังกล่าว จึงเป็นเหตุจูงใจที่กระตุ้นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้สินเชื่อ ซึ่งพฤติกรรมผู้ใช้สินเชื่อ (Manager online, 2562) ในปัจจุบันนี้มักมีพฤติกรรมการกู้เพิ่มขึ้น และมีจำนวนหลายบัญชี เป็นพฤติกรรมที่สร้างหนี้เพิ่มขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อระบบการเงินในประเทศได้ในระยะยาว

กลุ่มผู้ใช้สินเชื่อประเภทต่างๆ ที่แสดงถึงการแบ่ง Generation สะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้สินเชื่อ ซึ่งเห็นได้ว่ากลุ่ม Gen Y มีสัดส่วนสูงที่สุด และทุกประเภทสินเชื่อ กล่าวคือ กลุ่มคนประเภทนี้ เป็นวัยที่เริ่มทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง แต่ใช้จ่ายสูงหรืออาจเกินตัว ซึ่งจากรายงานของสถาบันการเงินต่างๆ พบว่า 1 ใน 5 มีโอกาสหนี้เสีย สำหรับพฤติกรรมการใช้สินเชื่อกลุ่ม Gen Y พบว่าส่วนใหญ่จะใช้ไปกับอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน ใช้เพื่อท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้พฤติกรรมการใช้สินเชื่อกลุ่มนี้ มักให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า เช่น ได้รับสิทธิประโยชน์ ได้ส่วนลด ได้เครดิตเงินคืน จึงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองใช้จ่ายโดยไม่ระมัดระวัง ขณะเดียวกันก็มีแนวโน้มผัดผ่อนชำระหนี้สูงกว่า ดังนั้น หากคนกลุ่มนี้มีปัญหาเรื่องของการบริหารทางการเงินมากขึ้น จะกลายเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์หนี้สินครัวเรือน จากข้อมูลที่ค้นหามา นี้ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้สินเชื่อ มูลเหตุสำคัญคือสิ่งจูงใจไม่ ว่าเป็นการให้สิทธิต่อวงเงินสินเชื่อ หรือกระตุ้นการใช้จ่ายด้วยสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตอบสนองและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการโดยใช้สินเชื่อส่วนบุคคล

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคลของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อาชีพ จำนวนบัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมการใช้สินเชื่อ ด้านพฤติกรรมการจ่ายชำระหนี้แตกต่างกัน

จากศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่มีแตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคล อาจเนื่องมาจาก ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่แสดงถึงความแตกต่างกันของผู้บริโภคหรือผู้ใช้สินเชื่อในด้านต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งส่งผลไปยังทัศนคติ และความพึงพอใจในการใช้งานบัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคลของคนวัยทำงาน และการที่พฤติกรรมด้านรูปแบบในการชำระหนี้ และการเลือกกำหนดชำระหนี้ นั้น โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันตามประชากรศาสตร์ อาจเนื่องมาจากปัจจัยดังกล่าวมีปัจจัยอื่นเป็นองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นมุมมองและทัศนคติส่วนบุคคลที่เป็นความพึงพอใจในการใช้บริการของสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ หรืออาจเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลนั้น มีความคิดและความพึงพอใจและแสดงออกต่อพฤติกรรมนั้นก็จะมีเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา สุขเนตร์, ปณิตดา อินทร์พรหม (2561) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการใช้บัตรเครดิตและพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาด้านการถือใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถือบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ ใช้บัตรเครดิตในแต่ละเดือนบัตรเครดิต 30,001 – 50,000 บาท และมีรูปแบบการชำระบัตรเครดิตเต็มจำนวน ผลการศึกษาด้านการใช้บัตรเครดิตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต 3-5 ครั้งต่อเดือน และสินค้าหรือบริการที่ใช้บัตรเครดิต เป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และผลการศึกษาด้านการชำระหนี้บัตรเครดิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการวางแผนในการชำระหนี้บัตรเครดิตและใช้เงินจากรายได้ประจำมาชำระหนี้บัตรเครดิต

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยจูงใจด้านบริหารการเงิน ด้านความสะดวก ด้านสิทธิประโยชน์ ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมการใช้สินเชื่อ ด้านพฤติกรรมการจ่ายชำระหนี้แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ด้านการจูงใจที่มีความแตกต่างตามพฤติกรรมการใช้จ่ายบัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคล อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคหรือผู้ใช้สินเชื่อนั้น ย่อมที่จะแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกตัดสินใจและทำการเปรียบเทียบสินเชื่อก่อนเพื่อให้แน่ใจว่าเงื่อนไข และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ตนได้รับนั้น มีมากหรือน้อยเพียงใดและคุ้มค่าต่อการตัดสินใจหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ เพ็ชรอินทร์ (2559) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จากัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สินเชื่อส่วนบุคคล มีผลเลือกระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความต้องการเติมเต็มชีวิต ได้แก่ การซื้อสินค้าและบริการซึ่งสามารถแสวงหาซื้อหาสิ่งต่างๆ หรือทำตามความต้องการตนเอง

รองมาด้านความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ และระดับความสำคัญปานกลาง คือ 1. ความต้องการทางสังคม 2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง 3. ความต้องการปัจจัยสี่ สำหรับงานวิจัยนี้ ได้อ้างอิงแนวคิดพื้นฐานของลำดับชั้นความต้องการทั้ง 4 ประการ ของ Maslow สะท้อนให้เห็นว่า สินเชื่อส่วนบุคคลเป็นวงเงินที่ไว้ใช้เพื่อความฟุ่มเฟือย ไม่ใช่ตามลำดับความจำเป็นพื้นฐาน แต่เป็นความต้องการส่วนบุคคลมากกว่า

จากการศึกษาพบว่า ด้านการจูงใจที่มีความแตกต่างตามพฤติกรรมการจ่ายชำระหนี้ ซึ่งปัจจัยจูงใจนั้นไม่ได้มีความแตกต่างกัน รูปแบบการชำระหนี้หรือวันเวลาในการกำหนดชำระหนี้บัตรสินเชื่อส่วนบุคคล อาจเนื่องมาจากการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันธิมา ตั้งประเสริฐกิจ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้สินเชื่อส่วนบุคคลกับธนาคารพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สินเชื่อส่วนบุคคลกับธนาคารพาณิชย์ มากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อ รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระคืนเหมาะสมกับรายได้ การบริการด้วยความสุภาพมีธรรมาภิบาลดีเป็นกันเอง ช่องทางการชำระเงินกู้ที่สะดวก และขั้นตอนในการขออนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยาก

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์การบริหาร

- สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ ควรมีเงื่อนไขการให้บริการวงเงินและอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อที่พิเศษหลากหลายขึ้น เช่น วงเงินการใช้สินเชื่อที่เหมาะสมกับรายได้และสามารถเลือกอัตราดอกเบี้ยที่ต้องการชำระหนี้และระยะเวลาในการชำระหนี้ได้ ตามความต้องการในแต่ละปี
- สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ ควรสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคที่ชำระหนี้ตรงเวลาที่กำหนด เช่น การคืนเงินสด การให้ส่วนลดอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น เพื่อส่งเสริมและสร้างวินัยในการใช้จ่าย
- สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ ควรมีการจัดกิจกรรมในการพบปะ เพื่อสอบถามความพึงพอใจและเหตุจูงใจและความต้องการที่แท้จริงในการใช้สินเชื่อ หรือจัดทำแบบสำรวจจากผู้ที่มาใช้บริการบัตรสินเชื่อส่วนบุคคล เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นได้มีการสื่อสารกับสถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางสินเชื่อต่อไป
- เนื่องจากพฤติกรรมของคนวัยทำงานมีการใช้เทคโนโลยีออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงควรมีการจัดทำเพจหรือศูนย์ให้บริการออนไลน์ด้านสินเชื่อส่วนบุคคลอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ นั้น เป็นผู้ที่ยอมรับในการทำงานของเทคโนโลยี อีกทั้งประเทศไทยได้เข้าสู่การใช้งานในรูปแบบออนไลน์และการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่าน Social เต็มรูปแบบ ดังนั้นการจัดทำเพจควรเกี่ยวข้องในด้านประโยชน์และโทษของการใช้สินเชื่อ

- สถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ ควรมีการชี้แจงคุณสมบัติสินเชื่อและสิทธิประโยชน์ของการใช้บัตรเครดิตเชื่อส่วนบุคคลให้ครบถ้วนชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความต้องการของตนเองได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการความรู้ในด้าน การวางแผนทางการเงินที่ดี โดยเน้นการออมก่อนใช้สินเชื่อเสมอ และควรแบ่งเงินออมเป็นส่วน เช่น ออมเพื่อใช้จ่าย ออม ยามฉุกเฉิน ออมไว้ใช้จ่ายยามเกษียณ ออมเพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ แทนการกู้ยืมและออมเพื่อให้เงินงอกเงย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- เพิ่มการศึกษาเชิงคุณภาพด้านพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเชื่อส่วนบุคคลและผลกระทบต่อสิ่งจูงใจในการ ตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตเชื่อส่วนบุคคล ในส่วนรายละเอียดต่างๆ เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกมาใช้ในการพัฒนาทั้งผู้ใช้และผู้ ให้บริการสินเชื่อต่อไป

- เพิ่มทำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือใช้วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ รวมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น

- ทำการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นโดยการเพิ่มขอบเขตงานวิจัยไปยังกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำผลงานวิจัยไป ศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติมและพัฒนาต่อไป

เอกสารอ้างอิง:

วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย และงานค้นคว้าอิสระ

อัญชลี วสุนธราภิวังค์ และ ภาพร สุทกวาทีน. 2551. พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตติดของประชาชนที่มีรายได้น้อย.

รายงานวิจัย.กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กนกวรรณ ปัญญชนพัฒนา. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย. ค้นคว้าอิสระ.

กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนรรักษ์ เพ็ชรอินทร์. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จากัด (มหาชน) ค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กนกวรรณ ปัญญชนพัฒนา. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย. ค้นคว้าอิสระ.

กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- จันทิมา สุขเนตร์ และ ปณิตดา อินทร์พรหม. 2561. พฤติกรรมการใช้และการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้ บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- กมลเนตร อยู่คงพันธ์. 2543. การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจถือบัตรเครดิต บัตรเครดิต และบัตรเอทีเอ็ม ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์.กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธีระวัฒน์ แก้วแสง, 2553. การศึกษากลยุทธ์การแข่งขันสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน. งานวิจัย. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคาร ยูเอบี จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กมลภพ ทิพย์ปาละ. 2555. กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์ เดี่ยวระบบดิจิทัล. การค้นคว้าอิสระ.เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์ม และไซเทกซ์ จำกัด
- ปริญ ลักษิตานนท์. 2536. กลยุทธ์การตลาดและการประยุกต์ใช้จริงในทางธุรกิจในแต่ละกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพมหานคร. พัฒนาศึกษา
- นงเยาว์ แยมเวช. 2536. พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทฟาส์ฟู้ดของนักศึกษา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จันทิมา สุขเนตร์, ปณิตดา อินทร์พรหม.2561. พฤติกรรมการใช้และการชำระหนี้บัตรเครดิตของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559. ภาพรวมบัตรเครดิตปี 2560 ประคองการเติบโต ขณะที่โจทย์หลักยังเป็นพฤติกรรมระวังการใช้ จ่ายของผู้ถือบัตร. ปีที่ 22 ฉบับที่ 2805
- จันทิมา ตั้งประเสริฐกิจ. 2555. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคาร พาณิชย์.การค้นคว้าอิสระ. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และวารสารออนไลน์

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2562. “รอบรู้เรื่องการเงินวางแผนการเงินอย่างชาญฉลาด”. 20-21

(วันที่ค้นข้อมูล: 16 กรกฎาคม 2562).

เกี่ยวกับ Visa. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://www.visa.co.th/th_TH/about-visa.html

(วันที่ค้นข้อมูล : 16 กรกฎาคม 2562).

ธนาคารสิริกไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://kbank-kasikornbank.blogspot.com/2015/05/blog-post.html>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 25 กรกฎาคม 2562).

ธนาคารไทยพาณิชย์. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking.html>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 25 กรกฎาคม 2562).

ราช ศิริวัฒน์. 2560. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 7 สิงหาคม 2562).

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน 2558. “พฤติกรรมทำร้ายสุขภาพทางการเงิน” BOT พระสยาม ฉบับที่ 4. 2558. 50

เป็นหนังสือเป็นสุข. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก [https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/Documents/](https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/Documents/T59_debt1.pdf)

T59_debt1.pdf. 31-34. (วันที่ค้นข้อมูล: 8 สิงหาคม 2562).

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/pop/table-stat.aspx>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 19 กรกฎาคม 2562)

งานวิจัยกรุงศรี.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/suitable-personal-loan.html>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 18 กรกฎาคม 2562)

ดร.กฤษฎา เสกตระกูล.2553.ตีพิมพ์ลงวารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2553.

เข้าถึงได้จาก <https://www.set.or.th/set/financialplanning/knowledgedetail.do?contentId=535&type=article>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 1 สิงหาคม 2562)

ที่ปรึกษาด้านวางแผนการเงิน A – life Plan.2559. เข้าถึงได้จาก <https://www.alife.co.th/site>

/a_life_plan_news/วางแผนตั้ง-เป้าหมายระยะ/.(วันที่ค้นข้อมูล : 29 กรกฎาคม 2562)

ตลาดบัตรเครดิตแข่งเดือด สะท้อนพฤติกรรมคนไทย. 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.bltbangkok.com/CoverStory/>

ตลาดบัตรเครดิตแข่งเดือดสะท้อนพฤติกรรมคนไทยออมน้อยใช้จ่ายหนัก.(วันที่ค้นข้อมูล:29 กรกฎาคม 2562)

กรมแรงงาน. 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.mol.go.th/anonymouse/home>. (วันที่ค้นข้อมูล : 26 กรกฎาคม 2562)

สิ่งที่เจ้าหน้าที่และลูกหนี้ควรระวัง. 2554. เข้าถึงได้จาก http://chailawsg.blogspot.com/2011/08/blog-post_6906.html.

(วันที่ค้นข้อมูล : 25 กรกฎาคม 2562)

ผู้จัดการออนไลน์. 2562. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/stockmarket/detail/9620000049093>. (วันที่ค้นข้อมูล: 25

กรกฎาคม 2562)

สายนโยบายสถาบันการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2562 เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai>

[/FinancialInstitutions/Publications/DobLib_Loan/ConsultationPaperRL_Directive.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/DobLib_Loan/ConsultationPaperRL_Directive.pdf)

(วันที่ค้นข้อมูล: 25 กรกฎาคม 2562)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองเซี่ยเหมิน. 2561 เข้าถึงได้จาก

https://www.ditp.go.th/ditp_web61/search_data.php (วันที่ค้นข้อมูล: 25 กรกฎาคม 2562)