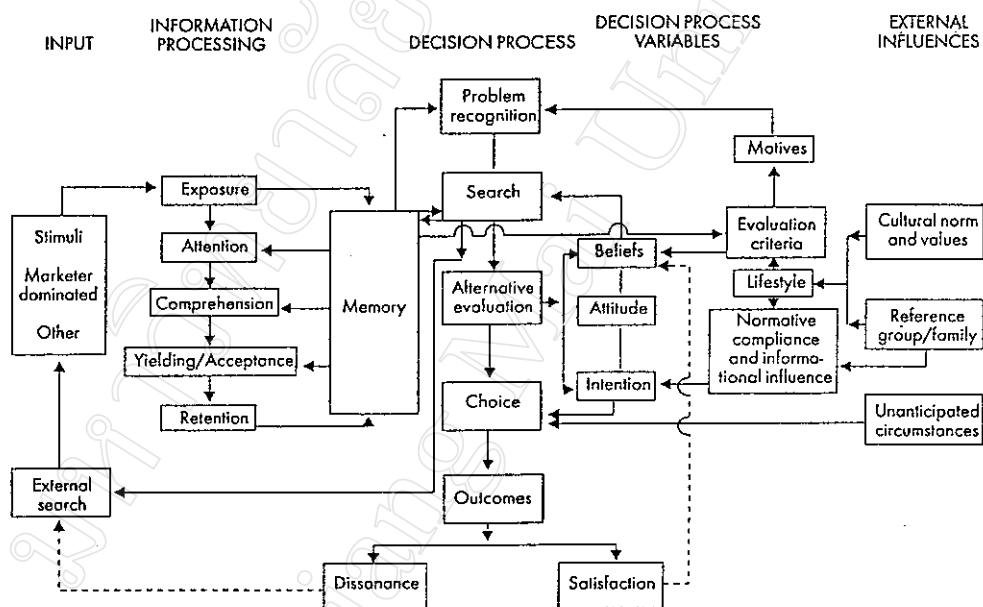


บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิด

ทฤษฎีและแนวคิด

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำทฤษฎีและแนวคิดมาใช้ประกอบในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

1. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ของ ENGEL AND BLACKWELL.⁴



เป็นการศึกษาถึงองค์ประกอบที่เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการรับสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเวลาและสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในปัจจุบันทันที หรือการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่ผ่านมามาในอดีต สิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะถูกแปลความหมายและสรุปรวมนับที่ไว้ในความทรงจำ เพื่อใช้ในกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วยการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยจะมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาเป็นตัวแปรในการพิจารณาตัดสินใจเช่น ความเชื่อ

⁴ Crance, F.G. Consumer behavior in Canada, Theory and Practice. (Toronto : Holt, Rinehart and Winston of Canada , Limited,1994), page 502-504

ทัศนคติ ลักษณะการดำรงชีพ และผลกระทบจากภายนอก ได้แก่ค่านิยม ประเพณี วัฒนธรรม กลุ่มอ้างอิงและครอบครัว เป็นต้น

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาด สามารถควบคุมได้และต้องจัดให้มีขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (MARKETING MIX) ซึ่งประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (PRODUCT) เป็นสิ่งที่สามารถสนองตอบความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นคุณสมบัติที่แตะต้องได้และแตะต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์จะหมายถึงแบบรูปร่างของสินค้า หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งที่สามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้ ผลิตภัณฑ์ของบัตรเครดิต ได้แก่ การให้วงเงินบัตรเครดิต ระยะเวลาในการเรียกเก็บเงินปลอดดอกเบี้ย บริการรับชำระเงินและบริการอื่น ๆ

2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (PRICE) เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิธีการกำหนดราคา ได้แก่ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต เงื่อนไขการชำระหนี้บัตรเครดิต อัตราดอกเบี้ยหนี้บัตรเครดิต

3. สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (DISTRIBUTION CHANNEL) ได้แก่การนำผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคและให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด (PROMOTION) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ การให้ส่วนลดหรือบริการพิเศษสำหรับผู้ถือบัตรเครดิต เป็นต้น

2. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการ⁵

บริการ (SERVICE) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

⁵ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, กลยุทธ์การตลาด (กรุงเทพ : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา : 2534), หน้า 145.

งานสำคัญของธุรกิจการให้บริการ มี 3 ประการ คือ

1 คุณภาพการให้บริการ (SERVICE QUALITY) คือการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของการให้บริการ โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง ได้แก่ ความรวดเร็วและสะดวกในการชำระเงินที่เคาท์เตอร์ของธนาคาร การให้บริการสอบถามยอดและการชำระเงินผ่านบริการบิลลิ่งโฟนซึ่งเป็นบริการอัตโนมัติ การให้วงเงินบัตรเครดิต การให้ส่วนลดหรือบริการพิเศษแก่ผู้ถือบัตร

2.ประสิทธิภาพในการให้บริการ (PRODUCTIVITES) คือการที่ผู้ให้บริการต้องพยายามและรักษาประสิทธิภาพและคุณภาพของการให้บริการ โดยจะต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพของบริการ รวมทั้งรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าไว้ ได้แก่ การปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร ความรวดเร็วและความถูกต้องในการแจ้งยอดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า

3 ความแตกต่างจากคู่แข่ง (COMPETITIVE DIFFERENTIATION) เสนอบริการและคุณภาพที่แตกต่างจากคู่แข่ง หรือการให้บริการที่พิเศษเพิ่มเติมจากบริการพื้นฐานทั่วไป ได้แก่ การให้ส่วนลดหรือบริการพิเศษแก่ผู้ถือบัตร การให้บริการสอบถามยอดค่าใช้จ่ายและชำระเงินผ่านบริการบิลลิ่งโฟนซึ่งเป็นบริการอัตโนมัติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สาวิตร์ สาประเสริฐ (2533) ผู้ค้นคว้ากำเนิดบัตรเครดิต ถือกำเนิดในโลกนี้ เมื่อปี 2493 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนายแฟรงค์ แมคนามารา ร่วมกับเพื่อนออกบัตรที่ชื่อว่าไดเนอร์สคลับ DINER'S CLUB ต่อมาปี 2501 จึงได้เกิดบัตรเครดิต AMERICAN EXPRESS และปี 2502 ธนาคารแห่งอเมริกาได้ออกบัตรเครดิตชื่อ BANK AMERICA CARD แล้วพัฒนาเป็น VISA CARD ในปัจจุบัน เว้นไป 7 ปี คือปี 2509 บรรดาธนาคารในแถบตะวันออกของสหรัฐฯ ร่วมกับเวลล์ฟาร์โก ออกบัตรเครดิตชื่อ MASTER CHARGE ซึ่งก็คือ MASTER CARD ในวันนี้ ประเทศไทยเริ่มนำบัตรเครดิตเข้ามาใช้เมื่อปี 2503 โดยชาวต่างประเทศนำมาใช้ในร้านค้า ซึ่งบริษัทตัวแทนเป็นผู้หาสมาชิกรับบริการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรตามสถานบริการใหญ่ ๆ เช่น โรงแรม ปี 2512 บริษัทไดเนอร์สคลับ (ประเทศไทย) จำกัด ออกบัตรไดเนอร์สในไทยเป็นรายแรก หลังจากนั้นในปี 2515 ธนาคารกสิกรไทยและธนาคารศรีนคร ร่วมกันออกบัตรเครดิตสำหรับใช้ในประเทศโดยเฉพาะ แต่เพราะความพร้อมทางด้านการตลาดที่แตกต่างกัน ทำให้ต่างคนต่างแยกการให้บริการเป็นเอกเทศเด็ดขาด ทั้งการออกบัตร ผู้ถือบัตรและสมาชิกร้านค้า โดยธนาคารกสิกรไทยเดินหน้าทิ้งห่างไปไกลแต่เพียงผู้เดียว ในระยะแรกบัตรเครดิต ไม่ได้รับความนิยมเท่าใดนักเนื่องจากเมืองไทยเป็นสังคมเงินสด ร้าน

ค้าเองก็ยังไม่มั่นใจเท่าใดนัก กล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ ยังไม่ให้ความเชื่อถือว่าบัตรเครดิตจะเทียบเท่าการชำระด้วยเงินสด ที่รวบไปถึงความเข้มงวดในการออกบัตรแก่ลูกค้าของธนาคารเองด้วย

ต่อมาได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการธนาคาร รวมถึงบัตรเครดิตที่ปรับปรุง ให้ดึงดูดความสนใจมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจผลักดันให้เริ่มมีการยอมรับวัฒนธรรมสังคมเงินพลาสติก บัตรเครดิตจึงได้รับความนิยมแพร่หลาย

เมื่อมีผู้ให้บริการมากขึ้นในระดับหนึ่ง บัตรเครดิตจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่ยืนอยู่บนขาของตนเอง จากค่าธรรมเนียมผู้ใช้บัตร ค่าธรรมเนียมสมาชิกร้านค้า และดอกเบี้ยเงินหมุนเวียนทำให้ธนาคารที่ไม่สนใจบริการบัตรเครดิตมาก่อน ต้องหันกลับมาพิจารณากันใหม่ รวมทั้งการพิจารณาว่า เป็นบริการเสริมที่จะรักษาลูกค้าไว้ได้ โดยเฉพาะการให้บริการที่ครบวงจร

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจบัตรเครดิตจึงตื่นตัวอย่างรุนแรง มีการแข่งขันค่อนข้างสูงมากเมื่อเทียบกับบริการอื่น ๆ นอกจากนี้แล้ว ยังมีบัตรเครดิตเฉพาะกิจเกิดขึ้นมากมาย เช่น บัตรเซ็นทรัล บัตรโรบินสัน เป็นต้น

สรุปข่าวสารธุรกิจของธนาคารกสิกรไทย (2534) ได้รายงานว่าเงินพลาสติกกับสังคมไทยยุคไฮเทค ปัจจุบันสังคมได้ใช้บัตรเครดิตแทนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งเสริมการขยายตัวของบัตรเครดิต คือ เศรษฐกิจขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้ประชากรมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มมากขึ้น หมายถึงประชาชนมีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้น ด้วยมูลค่าการจับจ่ายใช้สอยผ่านบัตรเครดิตสูงขึ้นมาก แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการใช้บัตรเครดิตแทนเงินสด

ทางด้านการเงินนั้น ทุกธนาคารได้มีการพัฒนาระบบการใช้บัตรเครดิต โดยการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้มากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ของบัตรเครดิต

1. ให้ความสะดวกสบาย
2. ให้ความคุ้มครองด้านการประกันชีวิตแก่ผู้ถือบัตร
3. เป็นแหล่งรายได้ให้ผู้ถือบัตร คือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ
4. ช่วยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. เพิ่มปริมาณการหมุนเวียนของเงินโดยไม่ต้องพิมพ์ธนบัตร

โทษของบัตรเครดิต

1. สร้างนิสัยไม่ประหยัด
2. เบิกเงินสดได้ง่าย อาจทำให้เกิดการใช้เงินนอกระบบ ผิดวัตถุประสงค์
3. ภาระดอกเบี้ยจากการเบิกเงินสดล่วงหน้าสูงกว่าปกติ

วชิรินทร์ ภูวพิทยานนท์ (กันยายน 2526) ได้สรุปในการวิจัยเพื่อการศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ว่าผู้บริโภคจะใช้บัตรเครดิตในกรณีที่ต้องการซื้อสินค้าราคาสูง และเมื่อได้รับส่วนลดหรือบริการพิเศษจากการใช้บัตร และเมื่อเงินสดหมด สถานที่ใช้บัตรนิยมใช้กับห้างสรรพสินค้า โรงแรม (ชำระค่าห้องพัก ค่าอาหาร) และร้านค้าทั่วไป จำนวนเงินในการใช้บัตรเครดิตต่อเดือน จะอยู่ในช่วง 1,000 – 10,000 บาท

ด้านเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกใช้บัตรเครดิต พบว่าแตกต่างกันในแต่ละอาชีพ คือข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีเหตุผลการใช้บัตรเครดิตเพราะสามารถใช้แทนเงินสดได้ สำหรับเอกชนใช้บัตรเครดิตเพื่อความสะดวก

ปัญหาการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภค พบว่าทุกอาชีพมีปัญหาด้านบริการของทางธนาคารมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการแจ้งยอดในการใช้บัตรเครดิตล่าช้า รองลงมาคือธนาคารหักบัญชีเร็วและติดต่อยาก

ข้อดีของบัตรเครดิตคือ สามารถใช้แทนการพกเงินสดจำนวนมาก ส่วนข้อเสีย คือ สร้างนิสัยไม่ประหยัด และฟุ่มเฟือย ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคคือ ให้ขยายร้านค้ารับบัตรเครดิตให้มากกว่านี้ และมีระยะเวลาผ่อนชำระนาน

ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ คือกลุ่มบุคคลอายุระหว่าง 20-60 ปี รายได้ 60,000 – 300,000 บาท ต่อปีขึ้นไป โดยเฉพาะกลุ่มอายุระหว่าง 35-40 ปี รายได้ 240,000-300,000 บาท ต่อปี เป็นผู้สมรสแล้ว ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเอกชน

สิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้บัตรเครดิตคือ

1. ความต้องการทางด้านความปลอดภัย เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าที่มีราคาสูงมากกว่ากรณีอื่น ในห้างสรรพสินค้า ฉะนั้นจึงไม่ค่อยต้องการที่จะใช้เงินสดมาก ๆ ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย

2. ความต้องการทางสังคม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้บัตรเครดิต มีรายได้ 20,001-25,000 บาทต่อเดือน ต้องการสภาพพจน์ที่ดีให้แก่ตนเองและเป็นที่ยอมรับของสังคม
3. ความต้องการมีฐานะเด่นในประเภทบัตรเครดิตจะแยกเป็นบัตรสำหรับบุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันออกไป เช่น ธนาคารจะออกบัตรเครดิต บัตรเงิน บัตรทอง บัตรใช้สำหรับภายในประเทศ ภายนอกประเทศ ในวงเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งบัตรแต่ละประเภทจะบอกถึงฐานะของผู้บริโภคได้ว่ามีฐานะการเงินเป็นอย่างไร จึงทำให้สร้างลักษณะเด่นว่าผู้ใช้บัตรทอง และเป็นบัตรที่ใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศด้วยแล้ว เป็นผู้ที่มีฐานะดีกว่าบุคคลอื่นในสังคม

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน (กันยายน 2540) รายงานว่าจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของคนทำงานออฟฟิศในกรุงเทพฯ โดยพิจารณาถึงบัตรเครดิตที่คนทำงานออฟฟิศใช้พบว่า บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพนั้นเป็นบัตรเครดิตที่คนทำงานออฟฟิศในกรุงเทพฯ เลือกใช้บริการโดยมีความนิยมเป็นระดับ 3 รองลงมาจากซีทีแบงก์และกสิกรไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.9 และพิจารณาจากจำนวนบัตรที่ผู้ใช้ถือครอง พบว่าส่วนใหญ่ของผู้ใช้บัตรจะถือครองบัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพเพียงใบเดียวคิดเป็นร้อยละ 84.4 วงเงินเครดิตที่ได้รับอนุมัติจากธนาคารกรุงเทพ ส่วนใหญ่จะต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48.70 รองลงมาเป็นวงเงินเครดิตที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ 50,000 – 99,999 บาท ร้อยละ 24.10 วงเงิน 100,000 – 199,999 บาท ร้อยละ 17.70 และ วงเงิน 200,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 9.50

เรา อนัตตา (2540:52) จากการเคลื่อนไหวปรับอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ของธนาคารผู้ออกบัตรทั้งไทยและต่างประเทศทุกรายเช่นนี้ ทำให้ผู้ใช้บัตรเครดิตยอมหลีกเลี่ยงไม่ผันการแบกรับภาระที่เพิ่มขึ้น เพราะดอกเบี้ยที่ปรับใหม่ถูกขยับขึ้นไปถึง 24-28 % ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่สูงมาก

เรื่องนี้ นายกฤษ ไรจนเสถียร ผู้จัดการสายบัตรเครดิต ธนาคารกรุงเทพ กล่าวว่าขณะนี้อัตราดอกเบี้ยของธนาคารถือว่ามีความสูงสุดในประวัติศาสตร์ของธุรกิจบัตรเครดิตในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งโดยเฉลี่ยของธนาคารแต่ละแห่งจะคิดอัตราดอกเบี้ยอยู่ที่เอ็มอาร์อาร์บวก 10% แต่ต้องยอมรับการปรับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารแต่ละแห่งเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนทางการเงินที่ปรับสูงขึ้นค่อนข้างมาก เพราะธนาคารต้องมีการจ่ายเงินแทนลูกค้าไปก่อน ขณะเดียวกันเม็ดเงินที่ธนาคารปล่อยกู้ทุก ๆ บาท ธนาคารนำมาจากการรับฝากเงินของประชาชน สะท้อนจากอัตราดอกเบี้ยเงินเดอริแวงค์อยู่ในระดับสูงกว่า 10% มาโดยตลอด

ผู้สันทัดกรณีในวงการบัตรเครดิตอีกรายหนึ่งยอมรับว่า อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารออกบัตร
ทั้งไทยและต่างประเทศปรับใหม่ในเวลานี้ถือได้ว่าสูงมากเกินไป แต่ต้องยอมรับว่าเป็นไปตามกล
ไกตลาด เพราะขณะนี้อัตราดอกเบี้ยพื้นฐานของระบบการเงินถือว่าอยู่ในอัตราที่สูงมาก

ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่ผู้ถือบัตรต้องยอมรับคือ การจ่ายแพงขึ้นกว่าเดิม แต่หากผู้ถือบัตรมีการ
ชำระเงินคืนตามกำหนดของธนาคาร นั่นหมายถึงว่าไม่ถูกขาร์จดอกเบี้ยในอัตราที่แพงดังกล่าว

จากการที่ดอกเบี้ยของสถาบันการเงินมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากระยะนี้ ทำให้อัตราดอกเบี้ย
บัตรเครดิตที่คิดกับลูกค้าสูงขึ้นไปด้วย ทำให้ผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการจะต้องรับภาระในการชำระ
คืน ถ้าชำระตามจำนวนที่ได้ใช้ไปก็จะได้ไม่เสียดอกเบี้ย แต่ถ้าชำระเพียง 10% ส่วนที่เหลือก็ต้อง
คิดดอกเบี้ย

นอกจากเศรษฐกิจโดยรวมที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ศักยภาพการชำระหนี้ของผู้ใช้
จ่ายผ่านบัตรเครดิตลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องไปถึงหนี้ค้างชำระที่มียอดเพิ่ม
ขึ้นเป็นลำดับ ธนาคารแห่งประเทศไทยได้สรุปผลการใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ในไตรมาส
2 ของปี 2540 โดยปรากฏว่าในสิ้นงวดนี้มีสินเชื่อค้างจำนวน 43,935 พันล้านบาท จากในงวด
ไตรมาสแรกของปีนี้มีทั้งสิ้น 41,381 พันล้านบาท คิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นประมาณ 6.15 % โดยมีสัดส่วน
ที่ค้างเป็นปริมาณสินเชื่อต่อปริมาณการใช้สูงถึง 8.49 % คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงจาก
ไตรมาสแรกของปีนี้ประมาณ 6.91%

แหล่งข่าวจากธนาคารผู้ออกบัตรเครดิตรายหนึ่งประเมินว่า เหตุที่สัดส่วนที่ค้างเป็น
ปริมาณสินเชื่อต่อปริมาณการใช้สูงกว่า 8% ดังกล่าวนั้น เป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำลง
อย่างต่อเนื่องทำให้ศักยภาพการชำระหนี้ที่เกิดจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีน้อยลงจึงทำให้หนี้
ค้างชำระเพิ่มขึ้น ซึ่งตัวเลขสัดส่วนสินเชื่อค้างต่อปริมาณการใช้บัตรเครดิต ในงวดไตรมาสแรก
ของปีนี้มีสัดส่วนเพียง 1.53 % เท่านั้นสะท้อนให้เห็นได้ว่าความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ใช้
จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีน้อยลง

ข่าวธุรกิจของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (ตุลาคม 2541) รายงานว่า ตามที่
ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดเกณฑ์ใหม่ว่า ลูกค้ายบัตรเครดิตต้องมีรายได้ขั้นต่ำเดือนละ
20,000 บาท หรือ ปีละ 240,000 บาท เงินที่ต้องชำระคืนขั้นต่ำต่อเดือนร้อยละ 10 ขณะที่กฎ
เกณฑ์เดิมกำหนดรายได้ขั้นต่ำไว้เดือนละ 10,000 บาท และเงินชำระคืนต่อเดือนขั้นต่ำร้อยละ 5
ชมรมบัตรเครดิตเกรงว่า ลูกค้ายบัตรเครดิตรายเก่ายังไม่สามารถปรับเงื่อนไขตามเกณฑ์ใหม่ที่
ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดได้ เนื่องจากเป็นช่วงเศรษฐกิจไม่ดีจึงขอให้ธนาคารแห่งประเทศไทย
ผ่อนผันการใช้กฎเกณฑ์ใหม่สำหรับลูกค้ายบัตรเครดิตเก่าออกไปอีก 2 ปี แต่สำหรับผู้ที่จะทำบัตร
เครดิตใหม่ จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ใหม่