



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยงานตอนต้น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของประชากร คือ คนวัยทำงานตอนต้น โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 24-35 ปี เพื่อศึกษาตัวแปร คือ ปัจจัยลักษณะทางประชากร เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต และการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวด้วย

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีช่วงอายุระหว่าง 27-29 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 33-35 ปี และมากกว่าครึ่งหนึ่งของคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีช่วงของรายได้อยู่ที่ประมาณ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ระดับการศึกษาของคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบอีกว่า คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิต

2.1 เหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร

ในการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นในด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตร คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้เหตุผลในด้านความมั่นคงของสถาบันการเงินมากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้เหตุผลในด้านชื่อเสียงของสถาบันการเงินและบริการที่รวดเร็วตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การที่สถาบันการเงินมีสาขาจำนวนมากนั้นมีผลต่อการเลือกใช้น้อยที่สุด แต่โดยรวมแล้วการเลือกใช้บริการเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้เหตุผลในการเลือกใช้บริการด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรนั้น จัดอยู่ในระดับสูงมาก

2.2 เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านรูปลักษณ์ของบัตร

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เหตุผลในด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตัวบัตรมากที่สุด ส่วนในเรื่องของรูปแบบของตัวบัตรและเรื่องของการติดรูปบนบัตรนั้น คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้เป็นเหตุผลในการเลือกใช้รองลงมาตามลำดับ

โดยรวมแล้วเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านรูปลักษณ์ของบัตรนี้ จัดอยู่ในระดับสูง

2.3 เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านคุณสมบัติของบัตร

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีเหตุผลการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านของคุณสมบัติโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยที่การใช้เหตุผลที่สูงที่สุดในด้านนี้ คือ ระยะเวลาการชำระเงินปลอดดอกเบี้ย รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยและความสะดวกในการซื้อสินค้าโดยไม่ต้องพกเงินสด ตามลำดับ

ส่วนหัวข้อที่คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลในระดับปานกลางเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกได้แก่ สามารถถอนเงินสดจากเครื่อง เอทีเอ็มได้ สิทธิคุ้มครองกรณีเครื่องบินหรือกระเป๋าเดินทางล่าช้า และสิทธิในการขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ ส่วนในเรื่องของการทำบัตรเรื่อง คนวัยทำงานตอนต้นใช้เป็นเหตุผลในด้านนี้น้อยที่สุด

2.4 เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านการส่งเสริมการขาย

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านการส่งเสริมการขาย จัดอยู่ในระดับสูง โดยที่เหตุผลทางด้านการลดอัตราค่าธรรมเนียม ถูกใช้มากที่สุดรองลงมาคือเรื่อง ค่าธรรมเนียมรายปี และเรื่องการแจกของกำนัลหรือของที่ระลึก ตามลำดับ ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้ข้ออื่นๆ คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผล อยู่ในระดับสูงเช่นกัน ข้อที่ใช้เหตุผลน้อยที่สุดคือ โปรแกรมการผ่อนชำระสินค้า

3. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต

3.1 การเปิดรับสื่อบุคคล

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อบุคคล น้อยมาก สื่อบุคคลที่คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ เจ้าที่ฝ่ายขายบัตรเครดิต รองลงมาคือ เพื่อน และสมาชิกในครอบครัว ซึ่งได้แก่ พ่อ แม่ พี่ น้อง สามีภรรยา ตามลำดับ

3.2 การเปิดรับสื่อมวลชน

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจาก หนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารทุกวัน รองลงมาคือ สื่อวิทยุ และ สื่อวารสารและนิตยสารตามลำดับ สื่อมวลชนที่คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตน้อยที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ โดยมีปริมาณการเปิดรับสื่ออยู่ที่ 2-5 วัน/ ครั้ง

3.3 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ

คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจาก สื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตทุกวัน รองลงมาคือ สื่อจดหมายตรง และแผ่นพับ ตามลำดับ ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตน้อยที่สุดคือ สื่อโปสเตอร์

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลงานการวิจัยสรุปได้ว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

1. เพศชายใช้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในเรื่องของคุณสมบัติของบัตรและการส่งเสริมการขายมากกว่าเพศหญิง เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

2. ในการใช้บัตรเครดิตในเรื่องของสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและรูปลักษณะของบัตร เพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

1. การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์ กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและด้านรูปลักษณะของบัตร จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่ออื่นๆ กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านอื่นๆ (ที่ไม่ได้กล่าวไว้ในข้อ 1) ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใดเลยจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิตสามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด

- ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรได้ดีที่สุด คือ รายได้ โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรได้ประมาณร้อยละ 2.6 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรรายได้ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรของคนวัยทำงานตอนต้นมากที่สุด

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

- ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านรูป-ลักษณะของบัตรเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ด้านรูปลักษณะของบัตรได้ดีที่สุด คือ การศึกษา โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลของการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ด้านรูปลักษณะของบัตรได้ประมาณร้อยละ 4.7 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรการศึกษา เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิต ด้านรูปลักษณะของบัตรของคนวัยทำงานตอนต้นมากที่สุด

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

- ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านคุณสมบัติของบัตรเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ด้านคุณสมบัติของบัตร เพียง 2 ตัวแปร เท่านั้นคือ อายุและการ โดยตัวแปรดังกล่าวร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยงานตอนต้นด้านคุณสมบัติของบัตรได้ประมาณร้อยละ 8.1 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวแปรอายุ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นมากที่สุดโดยสามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ถึงร้อยละ 5.0 ในขณะที่ตัวแปรการศึกษาอธิบายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เท่านั้น

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นได้ดีที่สุด จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านการส่งเสริมการขายเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พบว่า รายได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย ได้ประมาณร้อยละ 8.3 จึงถือได้ว่าตัวแปรรายได้ เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย มากที่สุด

ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต จึงไม่ใช่ตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลของการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านการส่งเสริมการขาย ได้ดีที่สุดในเชิงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

หลังจากที่ได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจในการอธิบาย ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ดังนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

- เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นนี้ พบว่า คนวัยทำงานตอนต้นส่วนใหญ่เลือกใช้บัตรเครดิตด้วยเหตุผลด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านรูปลักษณ์ของบัตร ด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและ ด้านคุณสมบัติของบัตร ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตดังนี้

เนื่องจากภาวะการแข่งขันทางด้านบัตรเครดิตในสถานการณ์ปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ที่รุนแรงและดุเดือดอย่างมาก ในการทำธุรกิจบัตรเครดิต สิ่งที่สถาบันการเงินต้องการเป็นอันดับแรกคือ การมีฐานลูกค้าบัตรจำนวนมาก สังเกตได้จากตารางในหน้าที่ 5 ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ แต่ละสถาบันการเงินต่างมีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าทั้งสิ้น ดังนั้น ในการที่จะขยายฐานลูกค้าให้ได้ตามเป้า

หมาย แต่ละสถาบันการเงินจึงต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจสมัครด้วยความรวดเร็วมากที่สุด และสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกด้วยความรวดเร็วก็คือ การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายจึงเป็นหัวใจสำคัญของการเพิ่มฐานลูกค้า

เมื่อสถาบันการเงินผู้ออกบัตรทุกสถาบัน ต่างก็ต้องการบรรลุเป้าหมาย จึงพยายามจัดรายการส่งเสริมการขายให้น่าสนใจและจูงใจมากที่สุด คนวัยทำงานตอนต้น ในฐานะกลุ่มเป้าหมายหลัก ก็รองกันว่าสถาบันใดจะมีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจจึงค่อยตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก เพราะคนวัยทำงานตอนต้นทราบแล้วว่า แต่ละสถาบันการเงินมีการเปลี่ยน รายการส่งเสริมการขายอยู่เรื่อยๆ ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงเป็นเหตุผลที่คนวัยทำงานตอนต้นใช้ตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตมากที่สุด

นอกจากนี้การส่งเสริมการขายเกี่ยวกับบัตรเครดิต ยังหมายถึง การจัดรายพิเศษสำหรับผู้ถือบัตร เช่น การลดราคาหรือมอบของที่ระลึก การแจกคู่มือส่วนลดให้ผู้ถือบัตร การมอบสิทธิพิเศษในช่วงเวลาพิเศษเช่น วันเกิด ฯลฯ ซึ่งรายการส่งเสริมการขายรูปแบบนี้ แต่ละสถาบันการเงินจะเป็นผู้ติดต่อจัดรายการกับร้านค้าต่างเอง และให้สิทธิเฉพาะบัตรที่ตนเองเป็นผู้ออกเท่านั้น หากลูกค้าอยากได้รับรายการส่งเสริมการขาย ก็ต้องสมัครเป็นสมาชิกเท่านั้น

สถาบันการเงินผู้ออกบัตรเครดิตที่ประสบความสำเร็จในด้านการเพิ่มฐานลูกค้าจากการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น

- ✓ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด จัดรายการส่งเสริมการขาย โดยการให้ลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกใหม่ระหว่าง เดือนธันวาคม 2543 – วันที่ 15 มีนาคม 2545 ได้รับสิทธิพิเศษ ยกเว้นค่าธรรมเนียม ฟรี ตลอดชีพ จากรายการส่งเสริมการขายนี้ ทำให้ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ขยายฐานลูกค้าผู้ถือบัตร จาก 70, 000 ราย เป็น 170, 000 ราย ภายในระยะเวลาเพียง 3 เดือน (ที่มา ฝ่ายการตลาด บริษัท บัตรกรุงศรี จำกัด)
- ✓ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด นครธน จัดรายการส่งเสริมการขายประจำไตรมาสที่ 1 ของปี 2545 ด้วยการแจกกระเป๋า 3 ใบ พร้อมอนุมัติวงเงิน 5 เท่าของรายได้ และเสียค่าธรรมเนียมรายปี 500 บาท ธนาคาร สามารถเพิ่มยอดผู้ถือบัตรเพิ่มขึ้นอีก 20,000 ราย ด้วยระยะเวลาเพียง 3 เดือน

เหล่านี้ล้วนเป็นตัวอย่างของการส่งเสริมการขายที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจทั้งสิ้น

เหตุผลรองลงมาคือ รูปลักษณ์ของบัตร ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การที่คนวัยทำงานตอนต้น ให้เหตุผลในด้านนี้รองลงมาจากด้านการส่งเสริมการขายนั้น เนื่องมาจาก การที่คนวัยทำงานตอนต้น เพิ่งจะเริ่มทำงาน เพิ่งมีรายได้ถึงเกณฑ์ที่จะสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิตได้ เมื่อได้บัตร ก็ต้องการได้

บัตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้สังคมรับรู้ได้ทันทีเมื่อเห็นว่า ตนเองสามารถถือบัตรเครดิตได้แล้ว ไม่ใช่เด็กอีกต่อไป เป็นความภูมิใจของตนเอง

การที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเช่นนี้ เนื่องจากทฤษฎีของมาสโลว์ ซึ่งว่า ความต้องการจะจัดลำดับความสำคัญ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ระดับ จากต่ำไปสูงดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537 : 41-42)

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด หลังจากที่มีมนุษย์ได้รับการตอบสนองในขั้นแรกแล้ว จะเพิ่มความต้องการระดับที่สูงขึ้น คือความต้องการความปลอดภัย ซึ่งประกอบด้วย ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายที่จะมีต่อร่างกาย เช่น อุบัติเหตุ อาชญากรรม เป็นต้น

3. ความต้องการการยอมรับและความรัก (Belongingness and needs) เป็นความต้องการการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่ม และบุคคลที่สำคัญสำหรับกลุ่ม เช่น เครื่องแต่งกาย สุรา เบียร์ รวมทั้งความรักจากสมาชิกในกลุ่มด้วย เช่น ของขวัญ ถูยบายอนามัย

4. ความต้องการความนับถือ (ความยกย่อง) และสถานะจากสังคม Esteem and Status needs) เป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น รวมทั้งความต้องการมีอำนาจ ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ ความร่ำรวย ความมีชื่อเสียง และความมีเกียรติ

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล

จากทฤษฎีของมาสโลว์ สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า การที่คนวัยทำงานตอนต้น ใช้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านรูปลักษณ์ของบัตรเครดิต รองลงมาจากการส่งเสริมการขาย เพราะ คนวัยทำงานตอนต้น ต้องการการยอมรับในสังคม ต้องการให้คนอื่นเห็นว่าตนเองสามารถมีบัตรเครดิตได้แล้ว การที่คนวัยทำงานตอนต้น ต้องการบัตรเครดิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพราะบัตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แสดงถึงความเป็นกลุ่มเฉพาะ ซึ่งหากบัตรเครดิตใบนั้นมีภาพลักษณ์ของบัตรที่ดี ผู้ถือบัตรก็ถูกมองเป็นคนกลุ่มนั้นไปด้วย

ปัจจุบัน ธนาคารซีทีบีแบงก์ ได้นำแนวคิดนี้มาใช้ โดยการออกบัตรซีทีบีแบงก์ เคทีอีร์ ออกมา โดยเน้น ความเป็นเอกลักษณ์ของตัวบัตร เนื่องจากบัตรซีทีบีแบงก์ เคทีอีร์ นี้ เป็นบัตรเครดิตใบแรกของประเทศไทย และวัตถุประสงค์ของการเปิดตัวบัตรใบนี้ เพื่อเจาะกลุ่ม คนวัยทำงานอายุระหว่าง 24-35 ปีโดยเฉพาะ เพราะนอกจากรูปแบบของบัตรจะมีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์

เฉพาะตัวแล้ว รายการส่งเสริมการขาย ก็ตรงกับการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้วยคือ มีการสังสรรค์ รับประทานอาหารนอกบ้าน ซ้อปิ้ง และท่องเที่ยว เนื่องจากบัตรเครดิตแบงค์ เคลียร์ นี้สามารถใช้เป็นส่วนลดได้ตามร้านค้าต่างๆมากมาย ทั้งเสื้อผ้า ร้านอาหาร และภัตตาคาร นอกจากนี้ในการสมัครเป็นสมาชิกบัตร ผู้ที่ได้รับการอนุมัติจะได้รับ วิทยุ AM-FM นำเข้าจากต่างประเทศ ฟรี 1 เครื่องอีกด้วย

ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและด้านคุณสมบัติของบัตรนั้น การที่คนวัยทำงานตอนต้นให้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในระดับต่ำกว่าเหตุผลข้ออื่นนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทยให้บริการมาแล้วกว่า 10 ปี และสถาบันการเงินที่สามารถฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจในปี 2541 มาได้ จึงน่าจะเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคงพอสมควร และจากการแข่งขันที่รุนแรงของตลาดบัตรเครดิตในปัจจุบันทำให้ทุกๆ สถาบันการเงินเร่งปรับปรุงคุณสมบัติพื้นฐานของบัตรเครดิตของตนเองให้ทัดเทียมกับสถาบันการเงินอื่นๆ เหล่านี้ทำให้คนวัยทำงานตอนต้นไม่ได้ให้ความสนใจเท่าไรนัก

□ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนทำงานตอนต้นนี้พบว่า คนวัยทำงานตอนต้นเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ต, สื่อวิทยุ และสื่อวารสารและนิตยสาร ตามลำดับ ส่วนสื่อที่คนวัยทำงานตอนต้นมีการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตมากที่สุดคือ สื่อมวลชน รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ และการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตที่น้อยที่สุดของคนวัยทำงานตอนต้นคือ สื่อบุคคล ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตดังนี้

การที่คนวัยทำงานตอนต้นเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด น่าจะมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสังคม เนื่องปัจจุบันคนวัยทำงานตอนต้นได้เปลี่ยนสถานภาพจากนักเรียนมาเป็นพนักงานขององค์กร สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอันดับแรกคือการทำงาน ดังนั้นจากที่เดิมที่เคยเป็นนักเรียน มีเวลาว่างมาก สามารถที่จะอยู่ที่บ้านรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ได้ ก็ต้องเปลี่ยนมาเป็นการอ่านหนังสือพิมพ์ที่ทำงานแทน ประกอบกับกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นนี้ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูง (จากผลวิจัยตารางที่ 4) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านลักษณะทางประชากร (ยุบล เบญจรงค์กิจ) ซึ่งอธิบายว่า ผู้มีการศึกษาสูงมักเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่นๆ

นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้ เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะบทบาททางสังคมของตนเองเปลี่ยนไป เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังกล่าวไว้ดังนี้

แมคไกวร์ (McGuire, 1968) ได้อธิบายขั้นตอนของขบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ
2. ความเข้าใจ
3. การยอมรับ
4. การเก็บเอาไว้
5. การกระทำ

แมคไกวร์ (McGuire, 1968) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้ากระบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสารทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว จะเกิดกระบวนการ คือการใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บเอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับ การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวบุคคลหรือไม่นั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ หลายประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา และอื่น ๆ

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (จุมพล รอดคำดี, 2532)

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า คนวัยทำงานตอนต้นส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ซึ่งตรงกับที่แมคไกวร์ (McGuire, 1968) กล่าวเอาไว้ว่า การศึกษาเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การที่คนวัยทำงานตอนต้นเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นอันดับรองลงมา นั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เนื่องจากในปัจจุบันในสถานที่ทำงานทุกแห่งทั่วกรุงเทพฯ นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารกัน เพราะนอกจากส่งข้อมูลต่างได้อย่างรวดเร็วแล้ว ยังประหยัดเวลา

โดยการเดินทางอีกด้วย สามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ ดังนั้นการใช้อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเรื่องปกติสำหรับคนวัยทำงานตอนต้นไปโดยปริยาย เมื่ออินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานในชีวิตประจำวันไปแล้ว จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่คนวัยทำงานตอนต้นจะมีการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่ออินเทอร์เน็ตในปริมาณมากเช่นกัน

□ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรกับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศชายใช้เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตในด้านคุณสมบัติของบัตรและการส่งเสริมการขายมากกว่าเพศหญิง แต่เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและรูปลักษณ์ของบัตร เพศที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า การที่เพศชายให้ความสำคัญในเรื่องของคุณสมบัติของบัตรและเรื่องของการส่งเสริมการขายมากกว่าเพศหญิงนั้น เพราะ เพศชายเป็นเพศที่มีความเป็นผู้นำโดยธรรมชาติ มีความมั่นใจในตัวเองสูง การลงมือทำสิ่งใดแล้วต้องได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากลับมา เพศชายจึงให้เหตุผลในข้อดังกล่าวมากกว่าเพศหญิง เพราะเหตุผลในข้อดังกล่าว เป็นเรื่องของสิทธิประโยชน์และสิทธิพิเศษที่ผู้ถือบัตรได้รับตั้งแต่เริ่มสมัครเป็นสมาชิก จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

□ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและด้านรูปลักษณ์ของบัตรเท่านั้น ส่วนเหตุผลอื่นๆ กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์

จากผลการวิจัยจึงสามารถบอกได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบัตรเครดิต สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 นั่นคือ การเลือกใช้บัตรเครดิตคนวัยทำงานตอนต้นมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์

ข้อสังเกต ในเรื่องนี้ผู้วิจัย วิเคราะห์ได้ว่าเป็นเหตุผลเดียวกับที่ได้อภิปรายเรื่องการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตดังกล่าวมาแล้วข้างต้น แต่เนื่องจากพบว่า ในตารางผลการวิจัยเป็นความสัมพันธ์เชิงลบ ซึ่งแสดงว่าการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตจากสื่อหนังสือพิมพ์มากจะมีเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตต่ำ จากเหตุการณ์การวิจัยนี้สามารถอธิบายได้ว่า เนื้อหาที่เผยแพร่ในหนังสือ

พิมพ์สร้าง ความไม่มั่นใจเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ของสถาบันการเงินรวมทั้งไม่เกิดความรู้สึกที่ดีต่อรูปลักษณ์บัตรเครดิต

- ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านรายได้ สามารถนำมาอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรได้ดีที่สุด

จากผลการวิจัย พบว่า รายได้ สามารถอธิบายเหตุผลของการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้นด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรได้ดีที่สุด โดยตัวแปรดังกล่าวอธิบายความแปรปรวนของเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น ได้ประมาณร้อยละ 2.6 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตัวแปรรายได้เป็นตัวแปรที่สัมพันธ์กับเหตุผลของการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตด้านสถาบันการเงินผู้ออกบัตรมากที่สุด

จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เป็นสิ่งที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพราะการสมัครเป็นสมาชิกของบัตรเครดิตจำกัดเฉพาะผู้ที่มีรายได้ประจำเท่านั้น และเกณฑ์ของรายได้ประจำขั้นต่ำคือ 15, 000 บาทต่อเดือน หรือ 180,000 บาทต่อปี (ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย) หากผู้ที่สนใจ มีคุณสมบัติด้านรายได้ไม่ตรงกับเกณฑ์แล้ว ก็ไม่สามารถสมัครเป็นสมาชิกบัตรได้ รายได้จึงเป็นตัวกำหนดที่ชัดเจนที่สุดในการเลือกใช้บัตรเครดิต

- ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านการศึกษา สามารถนำมาอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้านรูปลักษณ์ของบัตรได้ดีที่สุด

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกต ดังนี้

จากกลุ่มตัวอย่าง คนวัยทำงานตอนต้นส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ดังนั้นการที่กลุ่มคนเหล่านี้ต้องการมีบัตรเครดิตสักหนึ่งใบ บัตรเครดิตนั้นต้องแสดงถึงศักยภาพของผู้ถือด้วย เพื่อบ่งบอกฐานะทางสังคมของตนเอง จากตารางที่ 7 ในหน้า 54 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เหตุผลในด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบัตรมากที่สุดในการเลือกใช้บัตร นั้นหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการบัตรที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นพวกเดียวกัน ได้รับการยอมรับในสังคมเท่าๆกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของมาส โลว์ ดังที่กล่าวมาแล้วในการอภิปรายข้างต้น

- ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านอายุและการศึกษา สามารถนำมาอธิบายเหตุผลในการเลือก
ใช้บัตรเครดิตด้านคุณสมบัติของบัตรได้ดีที่สุด

ในด้านของอายุ ผู้วิจัยเห็นว่า การที่อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต
ในด้านคุณสมบัติของบัตรนั้นสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

เนื่องมาจากบัตรเครดิตเกิดขึ้นในประเทศไทยมากกว่า 10 ปี พัฒนาการของบัตรเครดิตก็
เจริญเติบโตตามลำดับเช่นกัน ประสบการณ์และการได้รู้ได้เห็นของผู้ที่มีอายุมาก ย่อมสอนให้ใช้
เหตุผลในการเลือกมากขึ้นด้วย ดังนั้นการที่อายุเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้
บัตรด้านคุณสมบัติของบัตร ได้ดีที่สุคนั้นจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างตรงกับความเป็นจริง

อีกประการหนึ่ง คนวัยทำงานตอนต้นบางคน มีโอกาสไปศึกษาในต่างประเทศ รูปแบบการ
ใช้ชีวิตก็เปลี่ยนไป มีความเป็นสากลมากขึ้น บัตรเครดิตได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งที่นำความสะดวก
สบายในการจับจ่ายใช้สอยมาให้ เพราะบัตรเครดิตถูกใช้กันอย่างแพร่หลายมานานแล้วในต่าง
ประเทศ เมื่อเป็นเช่นนี้ การศึกษาจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตด้าน
คุณสมบัติของบัตร ได้ดีเช่นกัน และการได้ใช้บัตรเครดิตของต่างประเทศซึ่งมีการแข่งขันในด้านคุณ
สมบัติและสิทธิประโยชน์ของบัตรอย่างรุนแรง ทำให้กลุ่มคนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนี้
เกิดความเคยชินในการเลือกใช้โดยมองหาคุณสมบัติของบัตรที่ดีกว่าเป็นลำดับแรก

ประการที่ 2 เมื่อคนเรามีการศึกษามากขึ้น การเลือกใช้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง
เหตุและผลในการเลือกใช้จะถูกนำมาประกอบการตัดสินใจ หากไม่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป กลุ่มคน
เหล่านี้ก็ไม่เลือกใช้ แต่หากพิจารณาแล้วว่าคุ้มกับเงินที่เสียไป พวกเขาพร้อมที่จะจ่ายให้กับสินค้า
และบริการนั้น ซึ่งหากพิจารณาในเรื่องของบัตรเครดิต สิ่งที่ตอบแทนการเป็นสมาชิกก็คือคุณ
สมบัติของบัตรนั่นเอง

- ปัจจัยลักษณะทางประชากรด้านรายได้ สามารถนำมาอธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บัตร
เครดิตด้านการส่งเสริมการขายได้ดีที่สุด

จากผลการวิจัยในเรื่องนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกต ดังนี้ การส่งเสริมการขายเป็นสิ่งจูงใจสำคัญในการ
ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เพราะการซื้อโดยใช้เหตุผลด้านการส่งเสริมการขายเป็นการตัดสินใจ
โดยใช้อารมณ์ หากผู้บริโภคสนใจในรายการส่งเสริมการขาย ณ วินาทีนั้น แต่ผู้บริโภคไม่มีอำนาจ
ในการซื้อหรือรายได้ที่เพียงพอ การซื้อก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้นรายได้จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่

อธิบายเหตุผลในการเลือกใช้บริการเครดิตในด้านการส่งเสริมการขายได้ดีที่สุด และในการสมัครเป็นสมาชิกบัตรเครดิต รายได้ประจำเป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของผู้สมัครด้วย ดังที่อธิบายไว้ข้างต้น ผู้วิจัยขออนุญาตไม่นำมากล่าวซ้ำอีก

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการขายเป็นเหตุผลที่คนวัยทำงานตอนต้นนำมาเลือกใช้บริการเครดิตมากที่สุด ดังนั้น สถาบันการเงินผู้ออกบัตรควรจัดรายการพิเศษต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายหันมาให้ความสนใจและตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิกบัตรให้มากที่สุด เช่น ลดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรหลัก หรือแจกของแถมหรือของที่ระลึก เพราะเป็นเหตุผลที่คนวัยทำงานตอนต้นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูง จากผลการวิจัยในตอนที 2

2. นอกจากนี้ยังพบอีกว่า คนวัยทำงานตอนต้นส่วนใหญ่ เลือกใช้บริการเครดิตด้วยตัวของตัวเองมากที่สุด เพราะมีการเปิดรับสื่อจากสื่อบุคคลน้อยมาก โดยมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด ดังนั้น หากสถาบันการเงินต้องการส่งสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สื่อหนังสือพิมพ์คือช่องทางที่ดีที่สุด แต่เนื่องจากความสัมพันธ์เป็นเชิงลบ สถาบันการเงินผู้ออกบัตรควรระมัดระวังเนื้อหาของสื่อด้วย หรืออาจต้องเลือกช่วงที่ข่าวทางเศรษฐกิจเป็นไปในทิศทางที่ดี เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกที่เป็นเชิงบวก เพราะเมื่อรับข่าวสารบัตรเครดิตพร้อมกับข่าวสารด้านเศรษฐกิจที่ดี การเลือกใช้บริการเครดิตอีกใบอาจง่ายขึ้น หรืออาจหันไปใช้สื่ออินเทอร์เน็ตก็ได้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่คนวัยทำงานตอนต้นมีระดับการเปิดรับข่าวสารสูงเป็นอันดับรองลงมา

ข้อเสนอแนะทางการวิจัย

1. ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยลักษณะทางประชากร เหตุผลในการเลือกใช้ และการเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิตเท่านั้น โดยพิจารณาในส่วนของผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังมีได้ศึกษาในส่วนของผู้ออกบัตรเพิ่มเติม ดังนั้นความจะมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อจะได้เห็นภาพได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นเฉพาะผู้ที่มีบัตรเครดิตเท่านั้น น่าจะมีการศึกษากลุ่มผู้ที่ไม่มีบัตรเครดิตบ้าง โดยคัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับเกณฑ์ขั้นต่ำขึ้นไป แต่ไม่มีบัตรเครดิตชนิดใดเลย เพื่อทราบสาเหตุของการไม่มี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ มาปรับปรุงบัตรเครดิตให้มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น
3. เสนอให้มีการวิเคราะห์ เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ เพื่อดูว่ามีเนื้อหาข่าวสารอย่างไร (เกี่ยวกับบัตรเครดิต) เพราะผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตเรื่องสถาบันการเงินผู้ออกบัตรและรูปลักษณ์ของบัตรเชิงลบ