



การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน
ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน
ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 427 สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2552

ที่ประชุมสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พิจารณาแล้ว
อนุมัติให้การวิจัย เรื่อง “การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขต
ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ” เสนอโดยนางสาวภัทรพร ชูสรานนท์
มีคุณค่าเพียงพอที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชาสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ ตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ



.....
(อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ประพล เปรมทองสุข

คณะกรรมการสอบสัมมนาปัญหาทางธุรกิจ

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นกนที หอมสุต)

..... / /
ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ประพล เปรมทองสุข)

..... / /

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์)

..... / /

12490069: สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: การเลือกกู้เงินนอกระบบ

ภัทราพร ฐุสรานนท์ : ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขต
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ประพล เปรมทองสุข. 80 หน้า.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกกู้เงินนอกระบบ และ ศึกษาปัจจัย
ที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง ฯ จังหวัด
สุพรรณบุรี สุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็น
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่าเพศหญิงเคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบมากกว่าเพศชาย ซึ่งส่วนใหญ่มี
อายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาประถมศึกษา
หรือต่ำกว่า มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และจำนวนสมาชิกครอบครัว 3-4 คน กลุ่ม
ตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบได้รับคำแนะนำการกู้เงินจากเพื่อน มีความถี่ในการกู้ยืมเงิน
นอกระบบระบบปีละ 1 ครั้ง โดย ให้เหตุผลที่สำคัญคือได้เงินกู้เร็ว และนำเงินที่กู้ยืมเงินมาใช้ เป็น
ทุนหมุนเวียนในอาชีพ โดยการกู้เงินนั้นส่วนใหญ่ไม่ต้องใช้สิ่งของมาค้ำประกัน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัย สามารถจำแนกปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 8 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความ
ยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย
ปัจจัยด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบ ปัจจัยด้านการบริการในการกู้เงินนอกระบบ ปัจจัย
ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ และปัจจัยด้านการชำระ
หนี้ไม่ตรงเวลา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ โดยใช้ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัย
อื่นๆ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น
ในการกู้เงินนอกระบบ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้
นอกระบบ ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552
ลายมือชื่อนักศึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ประพล เปรมทองสุข ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยให้คำปรึกษาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาที่ทำงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ทุกๆ ท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้ได้สำเร็จ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่และญาติพี่น้องที่เป็นกำลังใจ ตลอดจนถึงเพื่อนสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี อาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอน ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ตั้งแต่เริ่มคิดงานวิจัยจนเริ่มลงมือทำตั้งแต่บทแรกถึงบทสุดท้าย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณศูนย์คอมพิวเตอร์ในมหาวิทยาลัยศิลปากรและห้องสมุดที่ช่วยทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงด้วยดีและมอบความรู้ให้กับผู้วิจัยในครั้งนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	จ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	5
ขั้นตอนของการศึกษา.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามคำศัพท์.....	6
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	10
ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	11
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ.....	22
แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
การจำแนกกลุ่มตัวประกอบด้วยเทคนิค Factor Analysis.....	24
การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	35
วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	36
การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ.....	41
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ.....	46
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ.....	46
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ.....	55
5	62
สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	62
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	62
ระเบียบวิธีการวิจัย.....	62
สรุปผลการวิจัย.....	63
อภิปรายผล.....	65
ข้อเสนอแนะ.....	67
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	67
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	68
บรรณานุกรม.....	69
ภาคผนวก.....	71
ประวัติผู้วิจัย.....	80

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ.....	41
2 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามเพศ.....	41
3 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามอายุ.....	42
4 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามอาชีพ.....	43
5 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามสถานภาพ.....	43
6 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามการศึกษา.....	44
7 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	45
8 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามสมาชิกครอบครัว.....	45
9 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมในระบบ จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน.....	46
10 การวิเคราะห์หาความเหมาะสมของข้อมูล โดยใช้เทคนิค KMO and Bartlett's Test.....	48
11 แสดงเมทริกซ์องค์ประกอบที่หมุนแกนแบบ Varimax (Rotate Component Matrix).....	49
12 Model Summary.....	52
13 Hosmer and Lemeshow Test.....	53
14 Omnibus Test of Model Coefficients.....	53
15 Classification Table.....	53
16 Variables in the Equation.....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบที่ได้รับ และไม่ได้คำแนะนำในการกู้เงินนอกระบบ.....	55
18 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ การได้รับคำแนะนำในการกู้เงินนอกระบบ.....	55
19 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ จำนวนเงินที่ขอกู้ยืมต่อครั้ง.....	56
20 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ ความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ.....	56
21 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการกู้เงิน.....	57
22 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ ประโยชน์ของเงินกู้นอกระบบที่ได้กู้ยืมมา.....	58
23 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ ลักษณะการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบ.....	58
24 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ การได้รับเงินกู้นอกระบบ.....	59
25 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ สิ่งที่น่าสนใจในการค้าประกันเงินกู้นอกระบบ.....	59
26 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ ความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้นอกระบบ.....	60
27 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับ ผลที่ได้รับจากการผิดเวลาชำระหนี้.....	61

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2 แสดงทฤษฎีประสมทางการตลาด.....	11
3 แสดงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model).....	12
4 แสดงขั้นตอนในการรับรู้ (Perception process).....	18
5 แสดงความสัมพันธ์โลจิสติกส์เมื่อตัวแปรตามมี 2 ค่า.....	28
6 แสดงแบบจำลอง Binary Regression Logistic.....	29
7 แสดงแบบจำลอง Multinomial Logistic Regression.....	30



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ เงินถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากเงินเป็นสื่อกลางที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ และเงินที่กล่าวนี้ก็มีทั้งเงินในระบบและเงินนอกระบบ ซึ่งหากเป็นเงินในระบบแล้ว เงินจะสามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ เช่น การนำไปฝากธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ธนาคารก็จะนำเงินฝากบางส่วนไปเป็นเงินให้กู้ และเมื่อเงินถูกกู้ไปไม่ว่าจะเป็นไปเพื่อการบริโภคอุปโภค หรือการลงทุน ก็ถือว่าทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งสิ้น แต่หากเงินนั้นเป็นเงินนอกระบบจะไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งอาจทำให้การพัฒนาและการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไม่ดีเท่าที่ควร และบางครั้งเงินนอกระบบยังเป็นอุปสรรคในด้านการดำเนินนโยบายทางการเงินของรัฐบาล เช่น นโยบายจำกัดสินเชื่อจะไม่ได้ผลเมื่อมีตลาดเงินนอกระบบอยู่ เพราะเมื่อผู้เงินในระบบไม่ได้ประชาชนก็จะหันไปกู้เงินนอกระบบแทน ทำให้นโยบายของรัฐบาลไม่ได้ผล

จากการสำรวจพบว่า คนไทยเป็นหนี้นอกระบบประมาณ 1 ล้านราย ส่วนใหญ่จะเป็นการก่อหนี้ที่เกิดจากภาวะความจำเป็นเพื่อการดำรงชีพ เช่น ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่ารักษาพยาบาล คนในครอบครัว ค่าการศึกษาบุตรหลาน หรือการประกอบอาชีพ เช่น เครื่องใช้อุปกรณ์ในการประกอบกิจการ ค่าเช่าพื้นที่ค้าขาย รวมทั้งค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่มีบางส่วนที่กู้ยืมเพื่อนำเงินไปซื้อสิ่งของตามกระแสนิยม เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องเสียง เครื่องเล่น ดีวีดี ฯลฯ และที่ เป็นปัญหาไปกว่านั้น ได้แก่ การกู้ยืมเพื่อนำเงินไปเล่นการพนันหรือซำระหนี้การพนัน เทียบเตร เป็นต้น เมื่อผู้มีรายได้น้อยต้องกู้ยืมเงินนอกระบบเพื่อไปใช้จ่ายและถูกขูดรีดดอกเบี้ยในอัตราที่สูง นอกจากจะได้รับความเดือดร้อนอย่างมาก และยากที่จะหลุดจากสภาพหนี้สินและความยากจน อีกทั้งยังเป็นการสร้างหนี้ใหม่เพื่อนำมาใช้หนี้เก่าต่อไปเรื่อยๆ แม้ว่าแนวคิดเรื่องการแก้ไขปัญหานี้นอกระบบของรัฐบาลนับเป็นเรื่องที่ดีในระดับหนึ่ง แต่วิธีการแก้ไขควรจะต้องหาหนทางที่ยั่งยืน เพราะอาจจะเกิดปัญหานี้ขึ้นมาอีกซึ่งคนส่วนใหญ่ยังอยู่ในภาวะความยากจนและไม่มีหนทางที่จะหาเงินกู้จากแหล่งเงินกู้ในระบบ (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก 2552)

เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี มีพื้นที่ทั้งสิ้น 9,013 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลท่าพี่เลี้ยง ตำบลรั้วใหญ่ และตำบลท่าระหัด (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2551) โดยตำบลท่าพี่เลี้ยงมีประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย รับจ้าง และทำธุรกิจส่วนตัวเป็นหลัก ด้วยอาชีพต่างๆ ที่ต้องมีเงินการลงทุน ประชากรจึงมีการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ เพื่อนำเงินมาเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นในการชำระคืน และการกู้ยืมเงินไม่ยุ่งยากกว่าการกู้เงินในระบบจากสถาบันการเงิน กล่าวคือ สามารถนำเงินที่กู้ยืมมาหมุนใช้เป็นทุนแบบวันต่อวันและชำระคืนแบบหมุนเวียนได้

การกู้ยืมเงินคือ การนำเงินในอนาคตมาใช้ในปัจจุบัน และการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุน ทั้งในและนอกระบบได้แพร่หลายโดยทั่วไป ในปัจจุบัน สถาบันการเงินต่างๆ ในระบบจำนวนไม่น้อย ได้เปิดให้บริการด้านสินเชื่อแก่ธุรกิจอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะกลุ่มธนาคารพาณิชย์ ปัจจุบันนี้ไม่ได้กู้ยืมยาก และพร้อมจะเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้กู้เป็นอย่างดี การกู้เงินจากสถาบันการเงินในระบบจึงเป็นทางเลือกที่ผู้ประกอบการควรจะต้องใช้บริการ แม้จะต้องยุ่งยากปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ค่อนข้างเข้มงวด แต่ก็ยังเป็นสถาบันการเงินที่มีกฎหมายรับรองชัดเจน ความเสี่ยงต่อการถูกเรียกเก็บดอกเบี้ยในอัตราที่สูงเกินจริงจึงเป็นศูนย์ ส่วนการกู้ยืมเงินนอกระบบนั้นสามารถทำได้ง่ายกว่าการกู้ยืมเงินในระบบ ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ให้กู้และผู้กู้ ไม่ต้องอาศัยหลักทรัพย์ค้ำประกันใดๆ ซึ่งการกู้เงินนอกระบบสะท้อนให้เห็นถึงข้อบกพร่องและข้อจำกัดของการกู้ยืมเงินในระบบ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการเงินของหน่วยธุรกิจได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งจึงมีความจำเป็นต้องพึ่งพาตลาดเงินนอกระบบเพราะสะดวกกว่า

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน จะทำให้รัฐบาลได้ทราบถึงสาเหตุของการที่ประชาชนไปกู้เงินนอกระบบ เพื่อที่รัฐบาลจะสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ประชาชนหันมาใช้บริการกู้ยืมเงินในระบบอย่างถูกกฎหมาย พร้อมทั้งส่งเสริมนโยบายและหาช่องทางพัฒนาการกู้เงินในระบบ ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

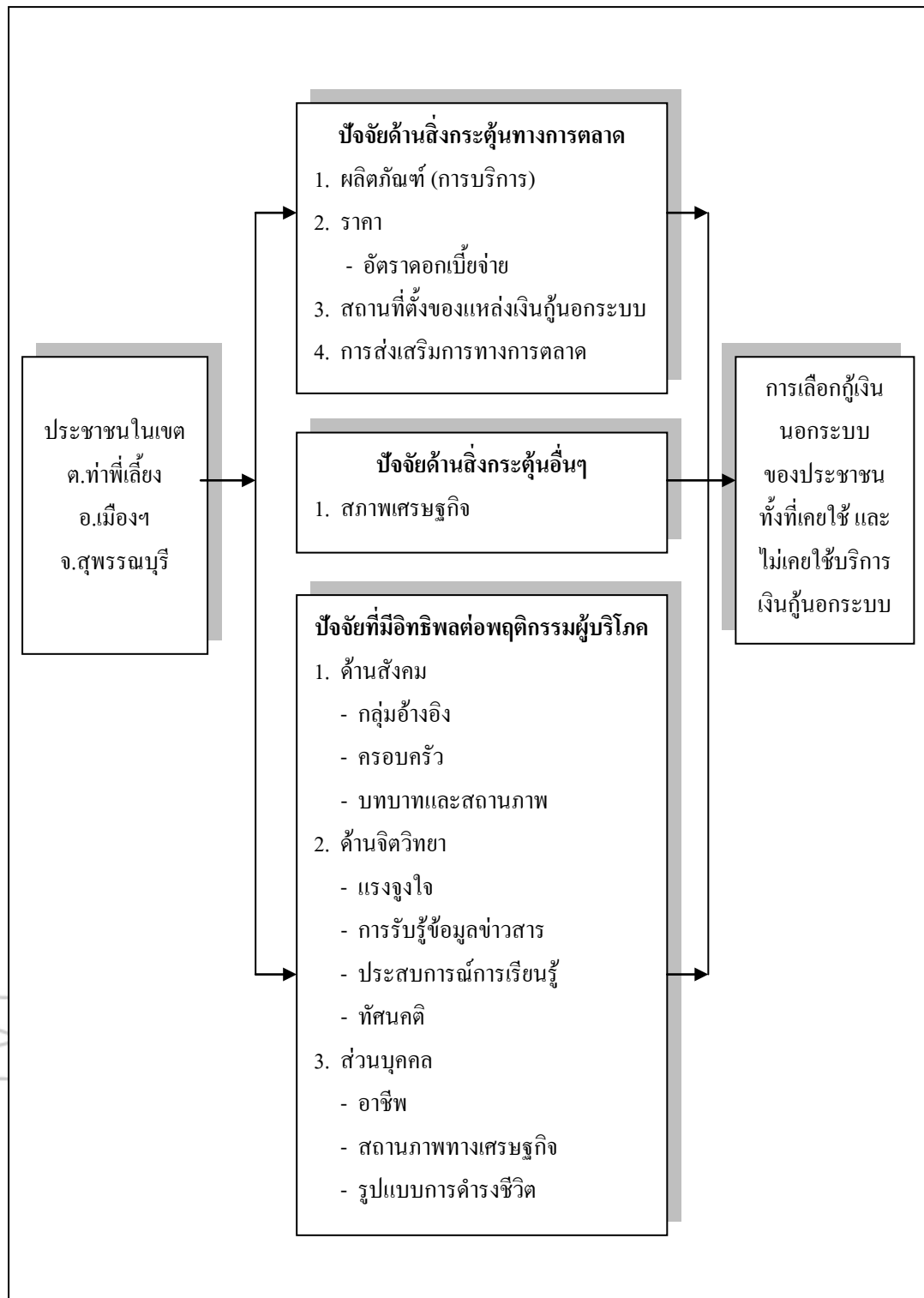
จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่บริการ เงินกู้นอกระบบ และการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของกลุ่มตัวอย่าง
2. ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ คือ สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีผลต่อ การเลือกกู้เงินนอกระบบของกลุ่มตัวอย่าง
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานภาพ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การจงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือหรือทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยมและ รูปแบบการดำรงชีวิต มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของกลุ่มตัวอย่าง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากสมมติฐานของ การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้งของแหล่งเงินกู้นอกระบบ และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยส่วนบุคคล

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก กู้เงินนอกระบบของประชาชน โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ค่าใช้จ่าย เป็นต้น รวมถึงการนำเงินที่กู้นอกระบบมาใช้ประโยชน์อะไรบ้าง วงเงินการกู้ยืมโดยเฉลี่ย ระยะเวลาการผ่อนชำระคืน ความถี่ของการใช้บริการ โดยการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้จำกัดว่าเป็น ผู้กู้รายเล็กหรือรายใหญ่

2. ประชาชนที่ทำการศึกษาวิจัย คือประชาชน ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ระยะเวลาในการทำวิจัยตั้งแต่ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

ขั้นตอนของการศึกษา

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีทางการตลาด และข้อมูลวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา และทำแบบสอบถาม
2. เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ
3. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง
4. วิเคราะห์ผลข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวประกอบ (Factor Analysis) และวิธีการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis)
5. สรุปผลการวิจัยซึ่งจะบอกถึงปัจจัยที่ใช้พิจารณาเลือกกู้เงินนอกระบบของกลุ่มตัวอย่าง และข้อเสนอแนะที่มีต่อผลการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกกู้เงินนอกระบบ ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี และเพื่อก่อให้เกิดความรู้เชิงวิชาการแก่ภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการกู้เงินนอกระบบ

2. รัฐบาลหรือสถาบันการเงินในระบบสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุง ในการอนุมัติเงินกู้ให้แก่ประชาชน เพื่อก่อให้เกิดการกู้เงินในระบบมากขึ้น อันจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

3. รัฐบาลหรือสถาบันการเงินในระบบสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้นโยบายการกู้เงินในระบบอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้กู้จ่ายอัตราดอกเบี้ยลดลง และเกิดการหมุนเวียนเงินในสถาบันการเงินนั้นๆ พร้อมทั้งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของสถาบันการเงินที่เป็นแหล่งให้กู้ยืม

นิยามคำศัพท์

การกู้ยืมเงิน หมายถึง การกู้ยืมเงินเป็นสัญญาอย่างหนึ่ง ซึ่งเกิดจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ผู้กู้” มีความต้องการจะใช้เงินแต่ตนเองมีเงินไม่พอ หรือไม่มีเงิน ไปขอกู้ยืมจากบุคคลอีกคนหนึ่งเรียกว่า “ผู้ให้กู้” และผู้กู้ตกลงจะใช้คืนภายในกำหนดเวลาใดเวลาหนึ่ง การกู้ยืมจะมีผลสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อ มีการส่งมอบเงินที่ขยืมให้แก่ผู้ที่ยืมในการกู้ยืมนี้ผู้ให้กู้จะคิดดอกเบี้ยหรือไม่ก็ได้

เงินกู้นอกระบบ

เงินกู้นอกระบบ หมายถึง การกู้ยืมหรือการให้กู้ยืมที่มีได้ผ่านสถาบันการเงิน ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมาย อาจจะเป็นการกู้ยืมโดยตรงจากนายทุนเงินกู้ ลักษณะของตลาดเงินนอกระบบได้แก่ การกู้ยืมกันโดยตรง การเล่นแชร์ การซื้อขายเช็คที่ไม่ผ่านสถาบันการเงินที่ถูกต้องเป็นทางการ เป็นต้น การขายลดเช็ค การเล่นแชร์ หรือการกู้ยืมระหว่างบุคคล

วิธีการดำเนินธุรกิจเงินกู้นอกระบบ หมายถึง ขั้นตอนการให้กู้เงินโดยที่เจ้าของเงินกู้และผู้กู้ตกลงทำสัญญากู้ยืมกันเองโดยไม่ผ่านสถาบันการเงิน

ผู้กู้หรือผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้มีความเดือดร้อนขาดแคลนเงิน ต้องการใช้นเงินโดยทำการกู้ยืมเงินผู้อื่น โดยยินยอมให้ดอกเบี้ยเป็นสิ่งแลกเปลี่ยน

การใช้นเงินกู้ หมายถึง การนำเงินกู้ไปใช้ในภาระจำเป็นตามความต้องการในการดำเนินชีวิตของครัวเรือนตามสภาพชีวิต

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี” โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
 - ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
 - กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
3. แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ข้อมูล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน

เงินนอกระบบ คือ เงินที่นำมาใช้ในการดำเนินงานจากแหล่งภายนอกกิจการที่นอกเหนือจากแหล่งสถาบันการเงินต่างๆ แหล่งเงินทุนนอกระบบเป็นแหล่งสินเชื่อที่สำคัญของอุตสาหกรรมขนาดเล็กในต่างจังหวัดมีมากมายหลายประเภทและกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป การให้สินเชื่อแก่อุตสาหกรรมในต่างจังหวัดของสถาบันการเงิน ส่วนมากให้แก่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แหล่งเงินทุนนอกระบบจึงทำหน้าที่เป็นเสมือนแหล่งเงินที่คอยสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันการเงินให้เงินกู้แก่อุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินไม่เพียงพอหรือไม่ได้ แหล่งเงินนอกระบบจึงให้บริการสินเชื่อแก่อุตสาหกรรมขนาดเล็กได้ดีกว่า หรือมีประสิทธิภาพกว่า แหล่งเงินในระบบ เพราะเป็นการให้สินเชื่อที่มีต้นทุนในการให้บริการและหนี้สูญต่ำ

จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ และสังคม สุวรรณรัตน์ กล่าวว่า เงินนอกระบบหมายถึง การกู้ยืมหรือการให้กู้ยืมที่มีได้ผ่านสถาบันการเงิน ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยถูกต้องตามกฎหมาย อาจจะเป็นการกู้ยืมโดยตรงจากนายทุนเงินกู้ การขายลดเช็ค การเล่นเกมแชร์ หรือการกู้ยืมเงินระหว่างบุคคล อาหาร เจียมเด่นงาม กล่าวว่า ธุรกิจเงินกู้นอกระบบหมายถึง การกู้ยืมเงินนอกเหนือการควบคุมของกฎหมายแต่เป็นที่นิยมให้กู้ระหว่างเจ้าของเงินและผู้ต้องการใช้เงิน โดยผู้กู้ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าที่กฎหมายกำหนด ส่วนรูปแบบเงินกู้นอกระบบนั้น หมายถึง ลักษณะของการกู้ยืมเงินโดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกันการกู้ (หลักทรัพย์อาจเป็นสิ่งของหรือสัญญา) หรือไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันการกู้ก็ได้ เพียงแต่ผู้กู้ต้องลงลายมือชื่อไว้เป็นประกันการชำระหนี้เงินกู้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา

ธนา เบญจาทิกุล กล่าวว่า การกู้ยืมเงิน เป็นสัญญาชนิดหนึ่งที่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้จัดเป็นเอกเทศสัญญา ในทางธุรกิจจัดเป็นธุรกิจทางการค้าชนิดหนึ่ง โดยกำหนดว่า “การกู้ยืมเงินกว่าสองพันบาทขึ้นไป จะต้องมียุทธศาสตร์แห่งการกู้ยืมลงลายมือชื่อผู้กู้เป็นสำคัญมิฉะนั้นจะฟ้องร้องบังคับกันไม่ได้” ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 653 (แก้ไขเพิ่มเติมโดย มาตรา 4 พ.ร.บ. แก้ไขเพิ่มเติม พ.พ. (ฉบับที่ 14) 2548

สาระสำคัญของการกู้ยืมเงินจะต้องมีดังนี้

- 1) การกู้ยืมเงินกว่าสองพันบาทต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือ
- 2) หลักฐานต้องมีข้อบ่งถึงการกู้ยืม
- 3) หลักฐานต้องมีการลงลายมือชื่อผู้กู้ยืมเป็นสำคัญ ไม่คำนึงว่ามีลายมือชื่อของผู้ให้กู้ยืมหรือมีพยานหรือไม่

4) จะต้องมีการส่งมอบเงินที่กู้ยืม

5) ต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาเงินที่กู้ไปดำเนินการที่ชอบด้วยกฎหมาย

ดอกเบี้ยการกู้ยืมเงิน เป็นประเภทของธุรกิจชนิดหนึ่ง ผู้กู้ก็หวังจะได้ค่าตอบแทนเป็นดอกเบี้ย ผู้ให้กู้ก็หวังจะได้รับเงินต้นไปเป็นต้นทุนในกิจการค้า ในการเดียวกันก็ยอมชำระค่าตอบแทนเป็นดอกเบี้ยให้แก่ผู้ให้กู้ โดยการชำระดอกเบี้ยอาจชำระเป็นรายวัน รายเดือน รายปี แล้วแต่จะตกลงกัน การกู้ยืมเงินระหว่างประชาชน ทั่วไปด้วยกันหากไม่ได้ตกลงกันไว้ในสัญญา หากคิดนึดตามกฎหมายก็ให้อำนาจเรียกดอกเบี้ยได้โดยกำหนดในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปี (ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 224) หากตกลงกันไว้ในกฎหมายก็ให้อำนาจได้ในอัตราไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี การเรียกดอกเบี้ยไม่สามารถทบต้นได้ ผู้ให้กูรายใดเรียกดอกเบี้ยเกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปี จะมีความผิดทางอาญาจำคุกไม่เกิน 1 ปี (พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา พ.ศ. 2475) ในทางแพ่งดอกเบี้ยที่เกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปี กฎหมายถือว่าเป็นโมฆะ ไม่สามารถฟ้องร้องได้

การใช้เงินกู้ ในการกู้ยืมเงินจะต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือ มิฉะนั้นจะฟ้องบังคับไม่ได้ ในทางกลับกันการใช้เงินกู้ก็ต้องมีหลักฐาน มิฉะนั้นไม่สามารถอ้างอิงการชำระหนี้ได้

เงินกู้นอกระบบ เป็นการกู้ยืมเงินไม่ได้ทำแบบวิธีให้ถูกต้องตามกฎหมาย หรืออาจทำแบบวิธีแต่ผิดไปจากที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้อาจเกิดจากการสมยอมของผู้ให้กู้และผู้กู้หรืออาจเกิดจากความจำเป็นของผู้กู้ เพราะขณะร้อนเงินไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ หากไม่ยอมก็จะไม่ได้รับเงินกู้ นายทุนเงินกู้ซึ่งมีมีโอกาสดทางเศรษฐกิจมากกว่าก็จะเรียกดอกเบี้ยสูงๆ

การกู้เงินนอกระบบมีวิธีหลายๆ อย่างดังนี้

- 1) การกู้เงินที่ไม่มีหลักฐานเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้กู้เป็นสำคัญ
 - ผลของกฎหมาย ผู้ให้กู้ไม่สามารถฟ้องร้องบังคับคดีต่อศาลได้
- 2) การกู้ยืมเงินมีหลักฐานเป็นหนังสือ แต่กำหนดดอกเบี้ยไว้ในสัญญาเกินกว่าร้อยละ 15 ต่อปี
 - ผลของกฎหมาย ผู้ให้กู้ฟ้องร้องได้เฉพาะต้นเงิน ผู้กู้แจ้งต่อตำรวจให้ดำเนินคดีอาญากับผู้กู้ได้ในความผิดตาม พระราชบัญญัติห้ามเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา
- 3) การกู้ยืมเงินมีหลักฐานเป็นหนังสือ กำหนดดอกเบี้ยในสัญญาไม่เกินอัตราร้อยละ 15 ต่อปี แต่ในความเป็นจริงมีการชำระดอกเบี้ยเกินกว่านั้น
 - ผลของกฎหมาย หากผู้ให้กู้ฟ้องคดีผู้กู้ หากต่อสู้คดีนำสืบการเรียกดอกเบี้ยเกินได้
- 4) การกู้ยืมเงินมีหลักฐานเป็นหนังสือ อัตราดอกเบี้ยชอบด้วยกฎหมายเรียกแบบเอาดอกเบี้ยทบต้นในแต่ละเดือน
 - ผลของกฎหมาย การเรียกดอกเบี้ยไม่ชอบด้วยกฎหมาย

.....บัญชา วัฒนากุล กล่าวว่า การปล่อยเงินกู้นอกระบบหรือ “เงินกู้เถื่อน” ถือว่าผิดกฎหมาย หากคิดอัตราดอกเบี้ยเกินอัตราที่กฎหมายกำหนดคือร้อยละ 15 ต่อปี และหากมีการ “ทวงหนี้โหด” ก็จะมีคามผิดจากข้อหาต่าง ๆ เช่น กรร โชกทรัพย์ ทำร้ายร่างกาย บุกรุกเคหสถาน ถ้าส่งคนข่มขู่ทวงหนี้ทำนองว่าถ้าไม่จ่ายหนี้ตัวผู้กู้และครอบครัวต้องโดนทำร้าย ซึ่งผิดกฎหมายอาญา มาตรา 309 มีโทษจำคุกไม่เกิน 3 ปี ปรับไม่เกิน 6,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าใช้อาวุธด้วยหรือร่วมกันกระทำความผิดตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีโทษจำคุก 5 ปี หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ถ้าใช้วิธีทวงหนี้แบบประจานลูกหนี้ เช่น โทษศัพท์-ส่งแฟกซ์ไปที่ทำงานให้อับอาย มีความผิดหมิ่นประมาท มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่เอาชนะลูกค้าหรือผู้บริโภคได้ ซึ่งธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ธงชัย สันติวงษ์ 2546 : 272)

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 4 ประการ ดังนี้

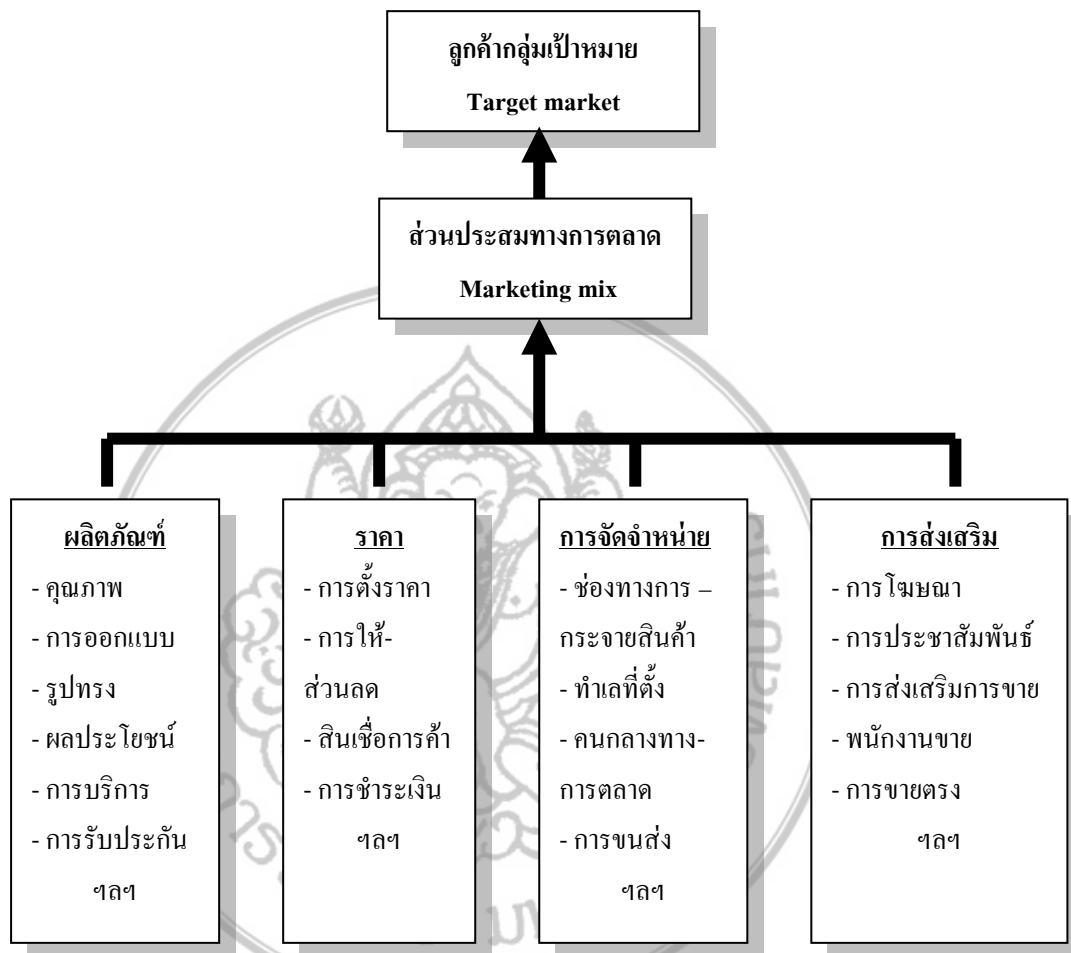
1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้า (goods) และบริการ (service) ที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการนั้น มีทั้งที่จับต้องได้ เช่น พัดลม โต๊ะ ฯลฯ และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น การตัดผม การนวดแผนโบราณ เป็นต้น นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Quality) บางธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้เพียงอย่างเดียวไม่มีการบริการเสริม เช่น สินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ สบู่ แชมพูสระผม เป็นต้น บางผลิตภัณฑ์รวมไปถึงบริการเสริม หรือบางธุรกิจมีแต่การบริการเท่านั้นที่จำหน่ายให้กับลูกค้า เช่น ร้านตัดผม เป็นต้น

2. **ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขาย เพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่สามารถซื้อได้ การกำหนดราคานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับที่ธุรกิจยังคงมีกำไร และลูกค้าสามารถซื้อได้

3. **การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการ ไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาดในการออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4. **การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)** หมายถึง การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่นๆ ของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ด้วยการประสมประสานส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการใช้พนักงานขาย นักการตลาดใช้การส่งเสริมการตลาดในการแจ้งข่าวกระตุ้นใจและการย้ำเตือน

ลูกค้า โดยมุ่งหวังให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือในบางครั้งต้องการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นในระยะสั้นด้วย (ศิวกุฑูร์ พงศกรรังศิลป์ 2547 : 14-15)



รูปที่ 2 แสดงทฤษฎีประสมทางการตลาด

(ศิวกุฑูร์ พงศกรรังศิลป์ 2547 : 13)

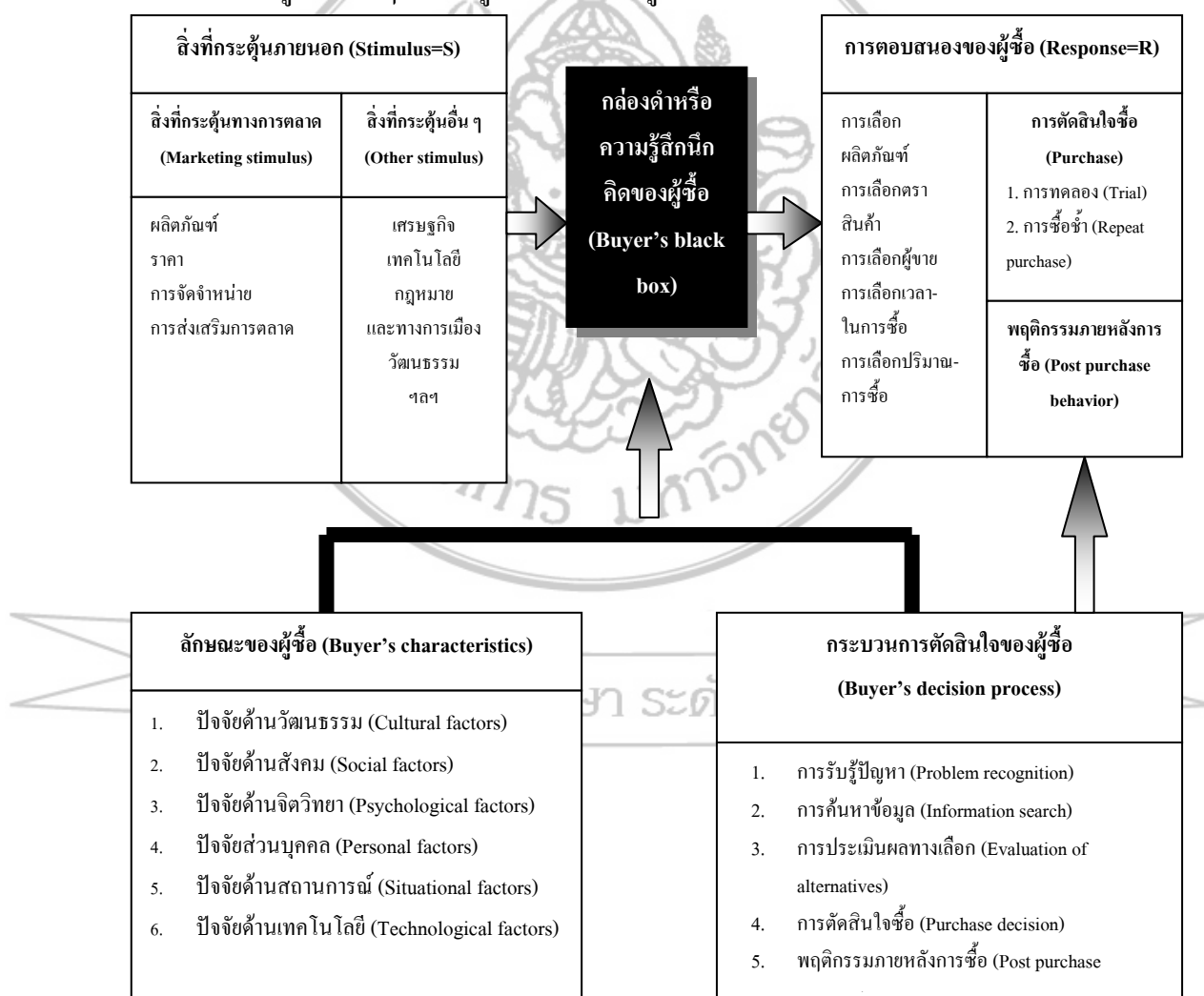
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ เชื่อว่าผู้บริโภคมีความต้องการในการบริโภคสินค้าและบริการอย่างหลากหลาย แต่เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละรายมีข้อจำกัดในเรื่องของทรัพยากร ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีการลำดับการบริโภคก่อนหลังแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์สูงสุดที่ตนจะได้รับสำหรับการบริโภคสินค้าคงทน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการใช้งานที่ยาวนานและมีราคาค่อนข้างแพง ผู้บริโภคจำเป็นต้องคำนึงถึงถึงประโยชน์หรือความพอใจที่ตนได้รับเป็นอย่างมากก่อนการตัดสินใจซื้อ เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นที่ต้องซื้อใช้เป็นประจำ

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

การศึกษาโมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า S – R Theory เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น(S – Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้าไปในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buying's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ จนทำให้เกิดความต้องการก่อนแล้วจึงมีผลทำให้เกิดการตอบสนอง (R – Response) ซึ่งมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถแสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อได้ ดังแผนภูมิต่อไปนี้



รูปที่ 3 แสดงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 129)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ และสิ่งกระตุ้นเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. **สิ่งกระตุ้น (Stimulus)** อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย และส่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นทางด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมายเป็นหลัก

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น การจัดจำหน่ายให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภค

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีของเครื่องเอทีเอ็ม

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น การเพิ่มภาษี ลดภาษีสินค้า

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ประเพณีไทยในเทศกาล

ต่างๆ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขาย ไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ ความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) มีอิทธิพลจากหลายปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

3.การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการตัดสินใจซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม (Values) ความคิดและทัศนคติ ที่เกิดจากการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกของกลุ่ม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านวัฒนธรรมจะช่วยนักการตลาดในการจัดตั้งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

(1) วัฒนธรรมพื้นฐาน

(2) วัฒนธรรมย่อย

(3) ชั้นสังคม

ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2004: G-3)

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นกลุ่มย่อยภายในวัฒนธรรมพื้นฐาน (Kerin, Hartley and Rudelius. 2004 : 115) ซึ่งแสดงรูปแบบของพฤติกรรมที่ชัดเจนเพียงพอที่จะจำแนกออกจากกลุ่มอื่นภายในวัฒนธรรมเดียวกัน (Etzel, Walker and Stanton. 2004 : G-12) วัฒนธรรม

ย่อย ประกอบด้วย (1) กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) (2) กลุ่มศาสนา (Religious groups) (3) กลุ่มสีผิว (Racial groups) (4) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) (5) กลุ่มอาชีพ (Occupational) (6) กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) (7) กลุ่มย่อยด้านเพศ (Sex)

1.3 ชั้นสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกที่อยู่ในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน (Schiffman and Kanuk, 2004 : G-10) การแบ่งชั้นสังคมโดยทั่วไปจะถือเกณฑ์การศึกษา รายได้ อาชีพ ตลอดจนลักษณะที่อยู่อาศัย ชั้นสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง เช่น ด้านการแต่งกาย รูปแบบการพูด การพักผ่อนหย่อนใจ ความชอบ และลักษณะอื่นๆ โดยทั่วไปชั้นสังคมสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ และกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับ ดังนี้

1.3.1 ชั้นสูง (Upper class) แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มชนชั้นสูงส่วนบน (Upper-upper class) เป็นกลุ่ม “ผู้ดีเก่า” (Old family) ที่มีฐานะมั่นคงอันเนื่องมาจากมรดกตกทอด เป็นกลุ่มที่มีความรู้ดีรับผิดชอบต่อสังคม ชอบซื้อและชอบใช้สินค้าที่มีราคาแพง เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อเพียงพอ สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เพชร รถยนต์ และบ้านราคาแพง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีการวางแผนการซื้อผลิตภัณฑ์และมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ดี มีลักษณะแบบอนุรักษ์นิยม คือ มักจะซื้อสินค้าชนิดเดิม ไม่นิยมซื้อสินค้าชนิดใหม่ และมีรสนิยมสูงแบบคลาสสิก กิจกรรมส่งเสริมการขายประเภท ลด แลก แจก แถม จะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคกลุ่มนี้น้อยมาก การโฆษณาที่ใช้จะต้องมีความประณีต มีคุณภาพ และมีรสนิยม ซึ่งสื่อที่จะเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้คือ นิตยสารเฉพาะ

(2) กลุ่มชนชั้นสูงส่วนล่าง (Lower-upper class) เป็นกลุ่มที่เรียกว่า “เศรษฐีใหม่” (New rich) แม้จะร่ำรวยแต่ก็ไม่ได้รับการยอมรับให้อยู่ในกลุ่มที่หนึ่ง ได้แก่ เศรษฐี พวกเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ ผู้บริหารระดับสูง อาชีพที่ร่ำรวย เช่น แพทย์ ทนายความ เป็นต้น พฤติกรรมการซื้อและการเลือกผลิตภัณฑ์และร้านค้าตลอดจนสินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้จะคล้ายกับกลุ่มแรก แต่แตกต่างกันที่ลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคม กลุ่มนี้ต้องการการยอมรับและการยกย่อง จึงนิยมใช้สินค้าที่บ่งบอกถึงสถานะความร่ำรวยมากกว่ากลุ่มแรก เพราะกลุ่มชนชั้นสูงส่วนบนเป็นกลุ่มที่มีฐานะดีและคนทราบคืออยู่แล้ว ส่วนกลุ่มชนชั้นสูงส่วนล่างจะเป็นเศรษฐีใหม่จึงมีความต้องการให้คนรู้จักมากกว่า

1.3.2 กลุ่มชนชั้นกลาง (Middle class) แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-middle class) เป็นกลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ หรือได้รับความสำเร็จทางด้านอาชีพพอสมควร เป็นเจ้าของกิจการขนาดกลาง มีการศึกษาดี มีความเป็นอยู่ดี และมีแรงผลักดันที่จะทำให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ กลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมคล้ายกับกลุ่มชนชั้นสูงส่วนล่าง กล่าวคือ เลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ร้านค้าที่มีบรรยากาศดี ต้องการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและมีความต้องการที่จะได้รับการยอมรับและการยกย่องอย่างมาก กลุ่มนี้จึงมีลักษณะการซื้อสินค้าที่แสดงออกซึ่งสถานะและความสำเร็จมากกว่ากลุ่มชนชั้นสูงทั้งสองที่กล่าวมา สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนี้คือ โทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โดยใช้การโฆษณาที่มีการมุ่งใจด้านเหตุผลและด้านจิตวิทยา สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ ได้แก่ บ้าน เสื้อผ้า รถยนต์ที่ประหยัดน้ำมัน สินค้าตามความนิยมหรือแฟชั่น

(2) กลุ่มชนชั้นกลางส่วนล่าง (Lower-middle class) เป็นกลุ่มที่แสวงหาการยอมรับนับถือ มีบ้านอยู่อาศัย มีการเก็บออมเพื่อการศึกษาของบุตร ได้แก่ กลุ่มทำงานในสำนักงาน (White-collar) พนักงานขาย ครู ช่างเทคนิค และเจ้าของกิจการขนาดเล็ก พนักงานระดับปฏิบัติงาน และข้าราชการระดับปฏิบัติงาน กลุ่มนี้ต้องการความสำเร็จและการยอมรับจากสังคม แต่อำนาจในการซื้อค่อนข้างน้อย พฤติกรรมการซื้อจึงคำนึงถึงราคาประหยัดและความคงทน การโฆษณาจึงต้องเน้นความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับราคาและการมุ่งใจด้านเหตุผล การจัดกิจกรรมการขายจะต้องสมเหตุสมผลและมีมูลค่าในสายตาของเขา จึงจะมีผลในการกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งการจัดกิจกรรมประเภทส่งเสริมการขายประเภท ลด แลก แจก แถม จะใช้ได้ดีกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้คือ สินค้าที่มีราคาปานกลาง สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

1.3.3 กลุ่มชนชั้นกลาง (Lower class) แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้ 2 กลุ่มคือ

(1) กลุ่มชนชั้นล่างส่วนบน (Upper-lower class) เป็นพวกที่แสดงความมั่นคงในงานที่ทำ และต้องการจะพัฒนาสถานะทางสังคมให้ดีขึ้น ได้แก่ ผู้ใช้แรงงาน (Blue-collar) ที่ทำงานตามโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ พวกแรงงานกึ่งฝีมือ (Semiskilled) กลุ่มผู้ใช้แรงงานที่ทักษะพอสมควร สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้ ได้แก่ สินค้าที่จำเป็นแก่การครองชีพและราคาประหยัด กลุ่มนี้จะซื้อสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของร่างกายและจำเป็นแก่การครองชีพ เนื่องจากมีรายได้จำกัด การซื้อสินค้าจึงต้องคำนึงถึงความจำเป็นและความประหยัดเป็นสำคัญ

(2) กลุ่มชนชั้นล่างส่วนล่าง (Lower-lower class) ได้แก่ ผู้ใช้แรงงานที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มคนว่างงาน กลุ่มคนในชุมชนแออัด และกลุ่มคนที่ต้องให้รัฐช่วยเหลือ ซึ่ง

กลุ่มคนประเภทนี้เป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษาค่ำ รายได้น้อย ยากจน ถูกมองว่าเป็นพวกเกียจคร้าน ใช้ชีวิตอยู่ไปวันๆ และมักมีลักษณะการซื้อที่ขาดการพิจารณาที่ดี สินค้าที่มีเป้าหมายที่กลุ่มนี้จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มชนชั้นล่างส่วนบน พฤติกรรมการซื้อของคนกลุ่มนี้จะได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้นเป็นส่วนใหญ่ เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค สินค้าขนาดเล็กหรือขนาดประหยัด เป็นที่ต้องการของกลุ่มนี้ คนกลุ่มนี้จะไม่มีการวางแผนการซื้อไว้ล่วงหน้า แต่จะมีการใช้เงินแบบหมดไปวันๆ

จากการวิจัยพบว่า ชั้นสังคมมีความสำคัญต่อการตลาด ดังนี้

- (1) ระบบชั้นสังคมยังคงปรากฏให้เห็นในสังคมและพฤติกรรมการซื้อของบุคคลจะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดในแต่ละชั้นสังคม
- (2) คนในแต่ละชั้นสังคมจะมีความคิดที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีการตอบสนองต่างกัน สำหรับโปรแกรมการตลาดอย่างเดียวกัน โดยเฉพาะในเรื่องของการโฆษณา
- (3) สำหรับสินค้าหลายชนิด พฤติกรรมการซื้อของบุคคลจะขึ้นอยู่กับชั้นสังคมที่เขาสังกัดอยู่มากกว่ารายได้ที่เขาได้รับ

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน ฯลฯ ซึ่งจะมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ผู้บริโภคจะมีกลุ่มอ้างอิงหลายกลุ่ม นักการตลาดควรทราบว่ากลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร ระดับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงจะมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์และยี่ห้อด้วย กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเลือกยี่ห้อสินค้า เช่น รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า เป็นต้น

2.2 ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด การแต่งงาน หรือการรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ร่วมกัน ประกอบด้วย บิดามารดา และพี่น้อง ครอบครัวถือเป็นกลุ่มปฏิสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ซึ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว โดยผู้ผลิตสินค้าจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัว คนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน

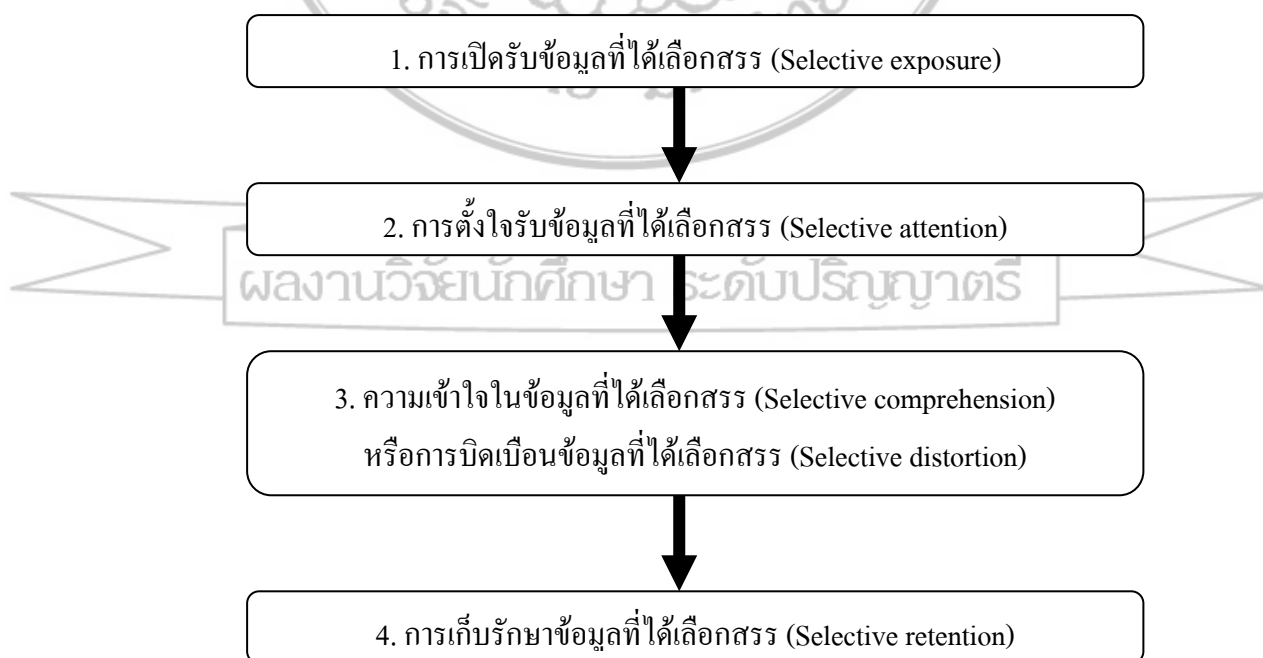
2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

เช่น ปรชธานบริษัทมักจะจับเบนซ์ ใใส่สูทราคาแพง และดื่มไวน์ ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องตระหนักถึงศักยภาพของสินค้าและตราสินค้าที่จะใช้เป็นสัญลักษณ์แทนบทบาทด้วย

3. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย (1) แรงจูงใจ (2) การรับรู้ (3) การเรียนรู้ (4) ความเชื่อ (5) ทศนคติ (6) บุคลิกภาพ (7) แนวความคิดที่มีต่อตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหรือสภาพภายในที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล แรงจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชันสังคม หรือจากเครื่องมือทางการตลาดที่นักการตลาดใช้กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

3.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร (Selects) จัดระเบียบ (Organizes) และตีความ (Interprets) เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา ซึ่งขั้นตอนในการรับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังรูป



รูปที่ 4 แสดงขั้นตอนในการรับรู้ (Perception process)

3.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ หรือหมายถึง ขั้นตอนที่บุคคลนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้อสินค้าในอนาคต

3.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3.5 ทศนคติ (Attitudes) เป็นแนวโน้มของการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพอใจหรือไม่พอใจ ทศนคติจะกำหนดจากค่านิยมและความเชื่อถือ

3.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกัน หรือหมายถึง พฤติกรรมเฉพาะของแต่ละบุคคลที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

4. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ การศึกษา ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุ ประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี, และ 65 ปีขึ้นไป ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

4.2 วงจรชีวิตครอบครัว [Family life cycle (FLC)] เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล

4.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกรหรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่เป็นต่อกรครองชีพและสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่างๆส่วนใหญ่ จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นต้น

4.4 รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจ ของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ สถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ คนที่มี

รายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูง จะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูง โดยเน้นที่ภาพพจน์ตราสินค้าเป็นหลัก

4.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จึงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

4.6 ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต [Value and lifestyle (VALs)] ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วิธีการดำรงชีวิตซึ่งบุคคลใช้เวลาและทรัพยากรเพื่อทำกิจกรรม (Activities) โดยพิจารณาสิ่งที่เขาสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ต่อสิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวเขา รูปแบบการดำรงชีวิตมีประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาดและการกำหนดเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์

5. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เวลา และอารมณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical surroundings) เป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งถ้าผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการเลือกชมสินค้า ก็จะมีส่วนช่วยให้เกิดการบริโภคง่ายและเร็วขึ้น ดังนั้นผู้ค้าจึงต้องพยายามให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าอย่างมีความสุขและสะดวกสบาย เช่น การให้แสง สี เสียง บรรยากาศภายในร้าน คนตรี และกลิ่น ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้สึกสบาย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นด้วย

5.2 เวลา (Time) เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในช่วงของการตัดสินใจซื้อ การค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกขึ้นอยู่กับเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจ ถ้าผู้บริโภครีบร้อนเกินไปก็อาจเกิดความกดดันเรื่องเวลาและอาจจะเลื่อนการซื้อออกไป

5.3 อารมณ์ (Mood) อารมณ์ต่างๆนั้นจะเกิดจากการกระตุ้นที่นักการตลาดจัดให้ และเกิดจากอารมณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคเอง ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะอยู่ในอารมณ์ที่ดีเมื่อพนักงานขายให้ความสนใจจึงยินดีที่จะซื้อสินค้าเมื่อเข้าไปในร้าน อารมณ์นั้นอาจจะเป็นอารมณ์พอใจหรือไม่พอใจก็ได้ จากการวิจัยระบุว่า ผู้บริโภคจะเกิดอารมณ์ที่ดีจากการโฆษณา จึงทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า เนื่องจากการโฆษณาที่เคยเห็นมาก่อน

6. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological factors) ในปัจจุบันเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม จิตวิทยา ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสถานการณ์ นักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีด้วย โดยพัฒนาแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับบริษัท โดยปัจจัยด้านเทคโนโลยีประกอบด้วย

6.1 การเข้าใช้เว็บ (Web access) ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการของตนเอง (Problem recognition) จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใช้เว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าหรือเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการทำให้อินเทอร์เน็ตง่ายต่อการเข้าไปใช้ก็จะเป็นโอกาสที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้ผู้บริโภคเข้าไปหาข้อมูลสินค้าและบริการได้ทั่วโลก และจากการที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลก็จะนำไปสู่การรับรู้ความต้องการของตนเอง

6.2 ชีตความสามารถในการค้นหา (Search capabilities) ในเว็บไซต์ต่างๆจะต้องพยายามเพิ่มขีดความสามารถให้ลูกค้าได้รับรู้ ปัจจัยสำคัญก็คือ โปรแกรมการค้นหาข้อมูล (Browsers) ซึ่งในการวิจัยได้ระบุว่า ผู้หญิงชอบที่จะเป็นผู้แสวงหา และซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เบราว์เซอร์ที่นิยมใช้ในการค้นหาข้อมูลของต่างๆ ได้แก่ google.com และ yahoo.com บางเว็บไซต์ได้ให้ข้อมูลที่น่าสนใจกับผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลตัดสินใจซื้อ ตัวอย่างเช่น amazon.com ซึ่งได้เสนอแนะและให้ข้อมูลเพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อหนังสือที่น่าสนใจสำหรับลูกค้า

6.3 ชีตความสามารถในการประเมินผล (Evaluation capabilities) เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการประเมินเพื่อเลี้ยงไม่ให้ผู้บริโภคเลื่อนการซื้อออกไป จำนวนเว็บไซต์ต่างๆที่เรียกว่า Shop bots ได้เกิดขึ้น เว็บไซต์นี้จะช่วยให้ผู้บริโภคประเมินทางเลือกได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น dealtime.com, shopper.com, และ mysimon.com จะช่วยผู้บริโภคเปรียบเทียบลักษณะของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องอุปโภคบริโภค อัญมณี เสื้อผ้า และหนังสือ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตจะช่วยจัดหาข้อมูลให้กับผู้บริโภค ตลอดจนช่วยจัดระเบียบข้อมูลในลักษณะของการเปรียบเทียบราคา คุณภาพ และลักษณะต่างๆของสินค้าและบริการด้วย

6.4 ทางเลือกในการซื้อ (Purchase options) บริษัทดอทคอมทั้งหลายจะมุ่งที่การเปลี่ยนผู้บริโภคที่ค้นหาข้อมูลให้เป็นลูกค้าให้ได้ ผู้บริโภคจำนวนมากมีการตัดสินใจซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเรื่อยๆ การซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นทางเลือกที่จูงใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ยิ่งกว่านั้นอินเทอร์เน็ตยังช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อทำให้การซื้อง่ายขึ้น เนื่องจากผู้

ซื้อสามารถค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก และตัดสินใจซื้อในช่วงเวลาอันสั้น ซึ่งการซื้อสินค้าในลักษณะนี้ผู้บริโภคจะทราบค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าธรรมเนียมต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถเปรียบเทียบราคากับการซื้อที่ร้านได้ สิ่งสำคัญคือ นักการตลาดจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการซื้อสินค้า

6.5 การป้อนกลับภายหลังการซื้อ (Post purchase feedback) เว็บไซต์กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างมากในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการป้อนกลับภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคสามารถใช้อีเมล (e-mail) ส่งปัญหาและข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นต่างๆเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัทได้ทันทีผ่านทางเว็บไซต์ นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจในการประเมินผลป้อนกลับจากการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้า

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. การยอมรับปัญหา (problem recognition) หมายถึง สภาวะที่ผู้บริโภครู้และประจักษ์ชัดว่า ความปรารถนาของเขากับความเป็นจริงที่ดำรงอยู่ ยังมีข้อแตกต่างกันทั้งระดับความเป็นจริงที่ดำรงอยู่นั้นยังต่ำกว่าระดับความปรารถนาเสียอีกด้วย เช่น ผู้บริโภคที่เป็นเจ้าของรถยนต์คันหนึ่งย่อมมีความปรารถนาจะให้รถยนต์ทำงานทุกครั้งที่ทำกรติดเครื่องในเวลาเช้า เพื่อขับขี้ออกไปทำงาน แต่ถ้าปรากฏว่าในหนึ่งสัปดาห์ต้องทำการเงินเพื่อให้รถยนต์ทำงานถึงห้าวัน ผู้บริโภคคนนั้นย่อมรู้ประจักษ์ชัดว่า มีความแตกต่างเกิดขึ้นระหว่างระดับของความปรารถนากับระดับของความเป็นจริง นั่นคือการยอมรับปัญหานั้นเองเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจหาทางแก้ไขปัญหา ย่อมหมายความว่าเขาจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป คือ การเสาะแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับวิธีแก้ปัญหา

2. การเสาะแสวงหาสารสนเทศ (Information search) สารสนเทศเกี่ยวกับวิธีแก้ปัญหาที่ผู้บริโภคเสาะแสวงหาก็คือส่วนประสมการตลาดที่นักการตลาดจำนวนมากมาจากหลายบริษัทพัฒนาออกมาเสนอนั่นเอง ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ผู้บริโภคจะไปแสวงหามาจากสี่แหล่งด้วยกันคือ

- แหล่งบุคคล (Personal source)
- แหล่งการค้า (Commercial source)
- แหล่งสาธารณะ (Public source)
- แหล่งประสบการณ์ (Experience source)

ผลจากการเสาะแสวงหาสารสนเทศ จะทำให้ผู้บริโภคได้รับส่วนประสมการตลาดมาจำนวนหนึ่ง ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้จะถูกละทิ้งและพัฒนาขึ้นเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคอื่น ๆ แล้วจึงประเมินทางเลือกต่อไป

3. การประเมินทางเลือก (Alternatives evaluation) เมื่อถึงขั้นตอนนี้ ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อวัดและเปรียบเทียบคุณค่าของส่วนประสมการตลาดที่จัดเก็บรวบรวมมานั้น เกณฑ์เหล่านี้ได้แก่รายละเอียดของส่วนประสมการตลาดที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์นั่นเอง

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ในขั้นตอนการประเมินผลทางเลือกที่แล้วมา ผู้บริโภคได้เรียงลำดับคะแนนของทางเลือกต่าง ๆ ไว้แล้ว ความตั้งใจซื้อก็เกิดขึ้นแล้ว พอมาถึงการตัดสินใจซื้อ จะเป็นการเลือกเอาทางใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราที่ผ่านเกณฑ์มาด้วยคะแนนดีที่สุด

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากการที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้ว และได้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะเรียนรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพอใจให้มากน้อยเพียงใดเมื่อลูกค้าได้รับความพอใจหรือพอใจมากจากการได้บริโภคผลิตภัณฑ์ลูกค้ามักจะ

- ซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทมากขึ้น มีความภักดียาวนาน
- ซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำอีกเมื่อบริษัทออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่
- กล่าวถึงผลิตภัณฑ์และบริษัทไปในทางบวก
- สนใจข้อเสนอของคู่แข่งน้อยลง มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงราคา
- เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้บริษัททราบ
- เป็นลูกค้าประจำของบริษัท

ในกรณีผู้บริโภคได้รับความไม่พอใจจากการได้บริโภคผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคอาจเก็บความรู้สึกไม่พอใจนั้นเอาไว้เงียบๆก็ได้ หรืออาจมีปฏิกิริยาตอบโต้ก็ได้ เป้าหมายของการตอบโต้อาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์หรือผู้ขายก็ได้ (ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2551)

6. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ

- 6.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 6.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 6.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 6.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

6.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase Amount) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2534: 45)

3. แนวคิดและทฤษฎีในการวิเคราะห์ข้อมูล

การจำแนกกลุ่มตัวประกอบด้วยเทคนิค Factor Analysis

Factor Analysis หรือ การวิเคราะห์ปัจจัย หรือบางครั้งเรียกว่าการวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคที่จับกลุ่มหรือรวมกลุ่มหรือรวมตัวแปร ที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มหรือปัจจัยเดียวกันตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นไปในทิศทางบวก (ไปในทิศทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้าม) ก็ได้ ส่วนตัวแปรที่คนละปัจจัยจะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความสัมพันธ์กันน้อย หรือในอีกความหมายของการวิเคราะห์องค์ประกอบ หรือเรียกว่า การวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลการวัด โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคหลายชุดหรือหลายด้าน อาจใช้แบบทดสอบ แบบวัด แบบสำรวจ ฯลฯ อาจใช้ชุดเดียวแต่มีการวัดแยกเป็นหลายด้านหรือหลายชุดก็ได้ ผลการวิเคราะห์จะช่วยให้ทราบว่าเครื่องมือหรือเทคนิคเหล่านั้นวัดแต่ละองค์ประกอบมากน้อยเพียงใด

1. วัตถุประสงค์ของเทคนิค Factor Analysis

1.1 เพื่อศึกษาว่าตัวประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยที่จำนวนตัวประกอบร่วมที่หาได้มีจำนวนน้อยกว่า จำนวนตัวแปรนั้นมีตัวประกอบร่วมอะไรบ้าง

1.2 เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับ โครงสร้างของตัวประกอบว่าตัวประกอบแต่ละตัวประกอบด้วยอะไรบ้างและตัวแปรแต่ละตัวควรมีน้ำหนักหรืออัตราความสัมพันธ์กับตัวประกอบมาน้อยเพียงใด ตรงกับที่คาดคะเนไว้หรือไม่

2. ประโยชน์ของเทคนิค Factor Analysis

2.1 ลดจำนวนตัวแปร โดยการรวมตัวแปรหลายๆ ตัวให้อยู่ปัจจัยเดียวกัน ปัจจัยที่ได้ถือเป็นตัวแปรใหม่ที่สามารถหาค่าข้อมูลของปัจจัยที่สร้างขึ้นได้ เรียกว่า Factor score แล้ว จึงสามารถนำปัจจัยที่ได้ถือเป็นตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

2.2 ใช้ในการแก้ปัญหาอันเนื่องมาจากการที่ตัวแปรอิสระของเทคนิคการวิเคราะห์สมการความถดถอยมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ซึ่งวิธีการอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหานี้คือ การรวมตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ไว้ด้วยกัน โดยการสร้างเป็นตัวแปรใหม่หรือเรียกว่า ปัจจัย โดยใช้เทคนิค Factor Analysis แล้วนำปัจจัยดังกล่าวไปเป็นตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ความถดถอยต่อไป

2.3 ทำให้เห็นโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา เนื่องจากเทคนิค Factor Analysis จะหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ของตัวแปรทีละคู่แล้วรวมตัวแปรที่สัมพันธ์กันมากไว้ในปัจจัยเดียวกันจึงสามารถวิเคราะห์โครงสร้างที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่อยู่ปัจจัยเดียวกันได้ ทำให้สามารถอธิบายความหมายของแต่ละปัจจัยได้

3. ขั้นตอนการวิเคราะห์ของเทคนิค Factor analysis

3.1 การสร้างเมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ของตัวแปรทุกตัว (Correlation matrix) เป็นขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะดำเนินการหาความสัมพันธ์ในรูปแบบเส้นตรง โดยวิธีของ Pearson correlation ระหว่างตัวแปรทุกคู่ที่ต้องการนำมาจัดกลุ่มซึ่งจะอยู่ในรูปของ Correlation matrix การหาความสัมพันธ์จะมีประโยชน์ในการนำตัวแปรไปใช้จัดกลุ่มด้วยวิธีการวิเคราะห์ตัวประกอบ โดยมีการพิจารณาดังนี้

3.1.1 ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ + 1 หรือ -1 แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นมีความสัมพันธ์กันมาก ควรอยู่ใน Factor เดียวกัน

3.1.2 ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ใดมีค่าใกล้ศูนย์แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อยมาก ควรอยู่คนละ Factor

3.1.3 ถ้ามีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น หรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือน้อยมาก ควรอยู่คนละ Factor

3.1.4 ถ้ามีตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นหรือมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ที่เหลือน้อยมาก ควรตัดตัวแปรนั้นออกจากการวิเคราะห์

3.2 การสกัดปัจจัย (Factor extraction) วัตถุประสงค์ คือ การหาจำนวน Factor ที่สามารถใช้ตัวแปรทั้งหมดทุกตัวได้ วิธีการสกัดปัจจัยแบ่งออกเป็น 2 วิธีใหญ่ๆ คือ

3.2.1 วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis : PCA) วิธีนี้อาศัยหลักความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรที่ใช้เป็นข้อมูลเป็นองค์ประกอบหลัก ตัวแปรคือการผสมเชิงเส้นตรง (Linear combination) ของตัวแปรที่อธิบายการผันแปรของข้อมูลได้มากที่สุด จากนั้นหาการผสมที่สองที่สามารถอธิบายการผันแปรได้มากที่สุดเป็นอันดับที่สอง โดยที่ไม่สัมพันธ์กับการผสมแรก ทำเช่นนี้เรื่อยไปจนได้องค์ประกอบหลัก (ปัจจัย) ที่สามารถอธิบายการผันแปรของทุกตัวแปรได้ครบถ้วน ซึ่งองค์ประกอบหลักจะอธิบายการผันแปรได้น้อยลงตามลำดับและทุกองค์ประกอบ

3.2.2 วิธีองค์ประกอบร่วม (Common Factor Analysis: CFA) วิธีนี้สามารถแบ่งได้เป็น 5 วิธี ดังนี้

- **วิธีกำลังสองน้อยที่สุดไม่ปรับน้ำหนัก (Unweighted least square)**

เป็นวิธีการสกัดปัจจัย โดยจะกำหนดจำนวนไว้ตายตัวและพยายามหาเมตริกซ์แบบแผนของปัจจัย (Factor pattern matrix) ที่ทำให้ผลรวมของความแตกต่างกำลังสองระหว่างเมตริกซ์ที่คำนวณได้หรือเมตริกซ์ความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นใหม่และเมตริกซ์ความสัมพันธ์เดิมระหว่างตัวแปรที่มีค่าน้อยที่สุด

- **วิธีกำลังสองน้อยที่สุดทั่วไป (Generalized Least Square : USL)**

เป็นวิธีการที่ใช้หลักเกณฑ์อย่างเดียวกันกับวิธีอื่นๆ ที่นอกเหนือจากวิธีองค์ประกอบหลัก เพียงแต่มีการถ่วงน้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงปฏิภาคกลับกับความเด่นเฉพาะ (Uniqueness) ของตัวแปรนั้น โดยให้ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความเด่นเฉพาะมาก มีน้ำหนักน้อยกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความเด่นเฉพาะต่ำ ซึ่งความเด่นเฉพาะของตัวแปร คือ อัตราความไม่สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว สามารถวัดได้จากค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์เชิงส่วน (Partial correlation coefficient)

- **วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Method : ML)**

เป็นวิธีการที่ใช้ค่าโดยประมาณที่สามารถจะใช้หาค่าโดยการประมาณที่สามารถจะใช้เมตริกซ์ความสัมพันธ์ที่คำนวณได้ใกล้กับเมตริกซ์ที่ได้จากการสังเกต โดยสมมติว่าข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลตัวอย่างที่มีการกระจายปกติหลายตัวแปร และโดยการปรับน้ำหนักค่าความสัมพันธ์ในเชิงปฏิภาคกลับกับความเด่นเฉพาะของตัวแปรซึ่งจะทำการคำนวณซ้ำหลายๆ ครั้ง จนกว่าจะได้เมตริกซ์ที่ใกล้กับเมตริกซ์ที่ได้จากการสังเกต

- **วิธีอัลฟา (Alpha Method)** เป็นการใชหลักเกณฑ์เดียวกับวิธีการแยก

ปัจจัยแบบอื่นๆ คือ มีการตั้งข้อสมมติฐานไว้ว่าตัวแปรแต่ละตัวมีส่วนประกอบ 2 ส่วน คือปัจจัยร่วมและปัจจัยเฉพาะ วัตถุประสงค์ของวิธีการแยกปัจจัยโดยอาศัยค่าอัลฟาคือหาปัจจัยที่เป็นตัวแทนของคุณสมบัติของประชากร หรือมีอัตราการใช้ได้ทั่วไปสูงสุด (Maximum generalizability)

- **วิธีเงา (Image Method)** เป็นวิธีการแยกปัจจัยอีกวิธีหนึ่งซึ่งสมมติว่า

ตัวแปรแต่ละตัวแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เกิดจากปัจจัยร่วมและส่วนที่เกิดจากปัจจัยเฉพาะสัดส่วนที่แน่นอนของทั้งสองส่วนนี้ได้จากการประมาณ โดยอาศัยเมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

3.3 การหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) เป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรให้เห็นเด่นชัดว่าตัวแปรหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มหรือในปัจจัยใด เนื่องจากในการสกัดปัจจัยจะได้ปัจจัยหรือปัจจัยหลายปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยจะเกิดการรวมของตัวแปรแบบเชิงเส้นตรงแต่ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ตัวแปรหนึ่งๆ อาจจะเป็นสมาชิกในหลายปัจจัยซึ่งยากต่อการให้ความหมายของปัจจัย

และการกำหนดชื่อปัจจัยหรืออาจได้ความหมายของแต่ละปัจจัยไม่ชัดเจน การหมุนแกนจะเป็นวิธีการที่จะทำให้สมาชิกของแต่ละตัวแปรในปัจจัยหนึ่งๆ ชัดเจนขึ้น

3.4 การให้ความหมายแก่ปัจจัย (Factor meaning) เป็นขั้นตอนที่ต้องกำหนดชื่อหรือให้ความหมายแก่ปัจจัยหรือตัวแปรที่ได้โดยพิจารณาว่าในปัจจัยนั้นๆ ประกอบด้วยตัวแปรอะไรบ้างที่เป็นสมาชิกอยู่ แต่เนื่องจากในปัจจัยหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยตัวแปรทุกตัวที่เป็นสมาชิกโดยมีน้ำหนักของการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน ดังนั้นก่อนจะให้ความหมายแก่ปัจจัยใดๆ ควรจะต้องพิจารณาเลือกตัวแปรที่น่าจะเป็นสมาชิกของปัจจัยนั้นๆ มากที่สุด หลังจากนั้นจึงให้ความหมายแก่ปัจจัยแต่ละปัจจัย ซึ่งมีขั้นตอนในการพิจารณา 3 ขั้นตอน คือ

3.4.1 จัดตัวแปรเข้าเป็นสมาชิกปัจจัยเดียว เป็นขั้นตอนที่จะดำเนินการแยกตัวแปรให้เห็นชัดว่าตัวแปรหนึ่งๆ ควรจะจัดอยู่ในกลุ่มหรือในปัจจัยใด โดยนำค่าน้ำหนักปัจจัยหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัย (Factor loading) ที่ได้ล่าสุดจากการหมุนแกนแล้วและเลือกเฉพาะ Factor ที่มีค่า Eigen values หรือค่า Percent of variance สูงตามขั้นตอนตอนการคัดเลือกปัจจัยแล้ว จึงพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัยหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยของปัจจัยทั้งหมดที่เลือกมาว่า น้ำหนักปัจจัยหรือสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยของปัจจัยทั้งหมดที่เลือกมาว่าน้ำหนักปัจจัยหรือค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรนั้นมากที่สุด แสดงว่าตัวแปรนั้นๆ ควรเป็นสมาชิกของปัจจัยนั้นมากกว่าที่จะเป็นสมาชิกของปัจจัยอื่น

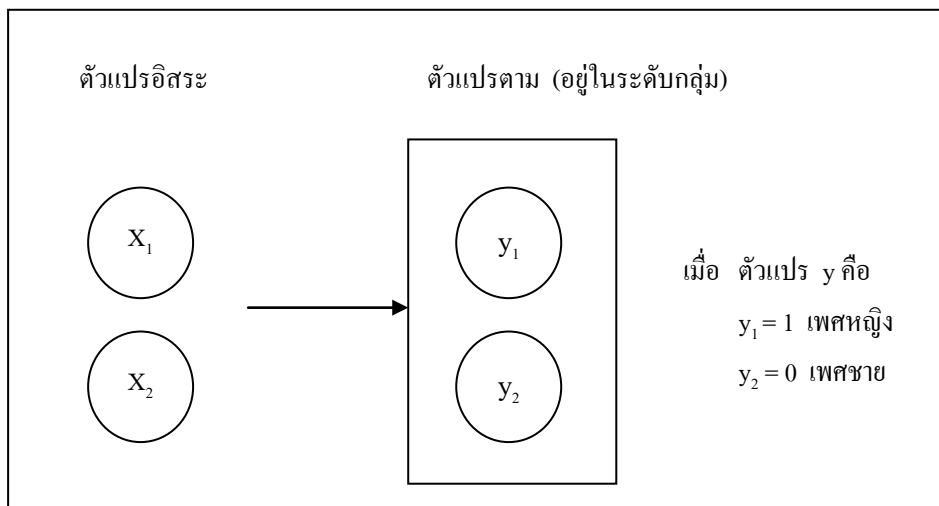
3.4.2 เลือกตัวแปรที่มีผลสูงต่อปัจจัย จากขั้นตอนที่ผ่านมาถึงแม้จะได้ตัวแปรที่เป็นสมาชิกในปัจจัยเดียว แต่ตัวแปรบางตัวที่เข้ามาเป็นสมาชิกในปัจจัยอาจจะมีน้ำหนักการเข้าร่วมตัว หรือมีผลต่อการอธิบายปัจจัยนั้นๆ ได้ต่ำ ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า ถึงแม้จะไม่มีตัวแปรดังกล่าวก็สามารถให้ความหมายของปัจจัยได้เพียงพอแล้ว การพิจารณาจะพิจารณาจากค่าน้ำหนักหรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรจากตัวแบบการรวมตัวแบบเส้นตรง โดยจะเลือกตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สูงซึ่งอาจจะใช้วิธีทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ

3.4.3 การให้ความหมายแก่ปัจจัย เป็นขั้นตอนที่จะต้องให้ความหมายหรือกำหนดชื่อแก่แต่ละปัจจัยซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการกำหนด หรือใช้ชื่อที่สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัยจะทำให้ได้โดยพิจารณาลักษณะของตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยนั้นๆ

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis)

ในการวิเคราะห์พหุคูณ จะใช้กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวขึ้นไป และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยที่ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามจะอยู่ในสเกลของตัววัดแบบช่วง (Interval Scale) และแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) แต่ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ตัวแปรจะ

อยู่ในสเกลการวัดแบบ (Nominal) และสเกลการวัดแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale) และตัวแปรตามจะมี 2 ค่า เป็นอย่างน้อยเช่น กลุ่มชาย และกลุ่มหญิง และตัวแปรอิสระก็จะมีมากกว่า 1 ตัว ดังภาพต่อไปนี้



รูปที่ 5 แสดงความสัมพันธ์โลจิสติกส์เมื่อตัวแปรตามมี 2 ค่า

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2551), 189

1. วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

1.1 เพื่อพยากรณ์ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ (ตัวแปรตาม) จากชุดตัวแปรอิสระ

1.2 เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

2. เงื่อนไขที่ใช้วิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

2.1 ตัวแปรอิสระ (x) จะเป็นข้อมูลในระดับการวัดแบบกลุ่ม (Nominal Scale) ที่เป็นตัวแปรแบบทวิมี 2 ค่า (Dichotomous) คือ 0 กับ 1 หรือเป็นตัวแปรที่อยู่ในสเกลแบบช่วง (Interval Scale) หรืออยู่ในสเกลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) ก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

2.2 ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน หรือไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

2.3 ตัวแปรตามจะเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มอย่างน้อย 2 กลุ่ม

2.4 ต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าหรือเท่ากับ $30p$ เมื่อ p คือ ตัวแปรอิสระ

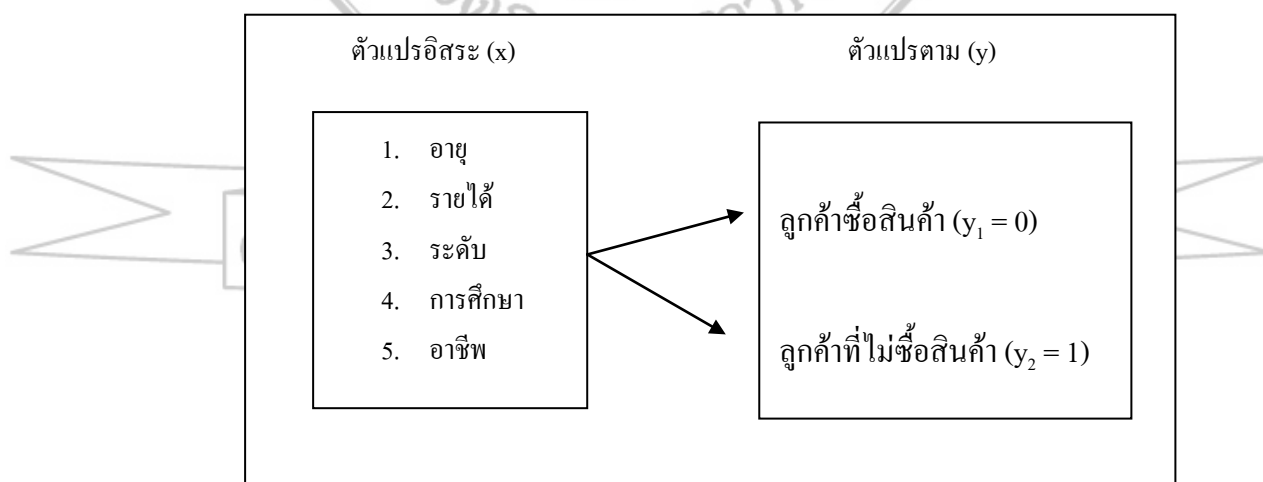
3. แนวคิดของการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

โดยทั่วไปแล้วเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) มีข้อตกลงเบื้องต้นก็คือ การแจกแจงความคลาดเคลื่อนต้องเป็นโค้งปกติ แต่ในการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์โดยเฉพาะแบบ Binary Logistic ที่ค่าตัวแปรตาม (y) มีเพียง 2 ค่า คือ 0 กับ 1 จึงเป็นไปได้ที่ค่าความคลาดเคลื่อนจะมีการแจกแจงแบบปกติ ดังนั้นการเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์แทน อีกประการก็คือ ค่าพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ไม่สามารถแปลความหมายเป็นความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ได้ ซึ่งค่าพยากรณ์ โดยเฉพาะแบบ Binary Logistic จะมีเพียง 2 ค่า คือ 0 กับ 1 หรือ เกิดกับไม่เกิด หรือชอบหรือไม่ชอบ แต่การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์สามารถทำได้ การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) ใช้พยากรณ์การเป็นสมาชิกของกลุ่มได้โดยตรง และมีข้อตกลงเบื้องต้นก็คือ เมตริกซ์ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม (Variance Covariance Matrix) ต้องเท่ากันทุกกลุ่มทุกตัวอย่าง แต่ในการวิเคราะห์โลจิสติกส์ไม่จำเป็นต้องมีข้อตกลงเหล่านี้

4. ประเภทของการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

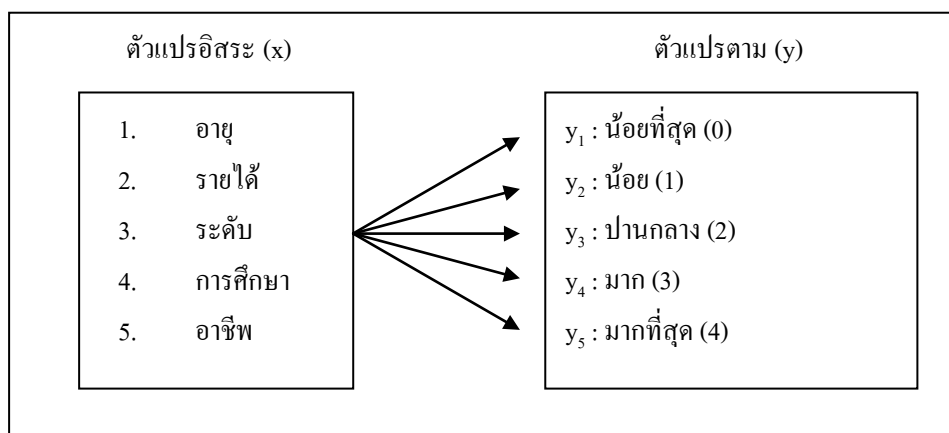
4.1 Binary Logistic Regression ตัวแปรตามจะแบ่งออกเป็นค่าที่มี 2 ค่า คือ 0 กับ 1 (Dichotomous Variable) เช่น



รูปที่ 6 แสดงแบบจำลอง Binary Regression Logistic

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2551), 190

4.2 Multinomial Logistic Regression ตัวแปรตาม (y) จะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม เช่น



รูปที่ 7 แสดงแบบจำลอง Multinomial Logistic Regression

ที่มา : ยุทธ ไกยวรรณ, วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2551), 191

5. สมการการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์

ในกรณีที่มีตัวแปรอิสระ (x) 1 ตัว แต่ตัวแปรตาม (y) มีได้เพียง 2 ค่า จะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง x กับ y จะไม่อยู่ในรูปเชิงเส้น แต่จะอยู่ในรูปสมการต่อไปนี้

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x}}$$

หรือ

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^z}{1 + e^z}$$

หรือ

$$\text{Prob (event)} = \frac{1}{1 + e^{-z}}$$

ในกรณีตัวแปรอิสระหลายตัว สมการจะเป็นดังนี้

$$\text{Prob (event)} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n x_n}}$$

เมื่อ β_0 และ β_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ

x คือ ตัวแปรอิสระ

e คือ เป็นค่าลือกที่มีค่าประมาณคงที่ 2.718 (ยูทท ไกยวรรณ์ 2551 : 189-198)

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จรินทร์ เทศวานิช (2535) ได้ทำการศึกษาพบว่า ตลาดเงินนอกระบบเกิดจากความ ต้องการของสังคมที่ต้องการกู้ยืมเงินมากเกินกว่าที่สถาบันการเงินจะอำนวยให้กู้ยืมได้และผู้กู้ยืม ขาดคุณสมบัติ ประกอบกับสถาบันการเงินมีจำนวนจำกัดและไม่กระจายไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ อย่าง กว้างขวาง ประชาชนในชนบทจึงต้องกู้ยืมเงินจากตลาดการเงินนอกระบบ นอกจากนั้นประชาชน บางกลุ่มก็ขาดหลักทรัพย์ที่จะ ไปค้ำประกันการกู้ยืม จึงต้องตัดสินใจเข้าร่วมในธุรกิจเงินแชร์ที่อาศัย ความไว้นื้อเชื่อใจกันทำให้เกิดความสามัคคี และเป็นการพึ่งพาอาศัยกันทางอ้อม ประกอบ กับการที่รัฐบาลมีนโยบายจำกัดในการจัดตั้งสถาบันการเงินใหม่ และสถาบันการเงินในระบบที่มี อยู่ก็มีระเบียบข้อปฏิบัติในการกู้ยืมที่ยุ่งยาก ทำให้ต้องหันไปพึ่งพาตลาดการเงินนอกระบบกันมาก เพราะตลาดการเงินนอกระบบไม่มีระเบียบ และกฎเกณฑ์ที่ยุ่งยาก การกู้ยืมทำได้รวดเร็วทันเวลา แต่ก็ ทำให้เกิดความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจการเงินสูงมาก ดังนั้นตลาดการเงินจึงต้องคิดอัตราดอกเบี้ย สูงเพื่อชดเชยความเสี่ยง โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่ใดที่ตลาดการเงินนอกระบบเป็นตลาดผูกขาดก็จะ เรียกอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่สูงยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามตลาดเงินนอกระบบก็ยังมีแพร่หลายทั้งในเมือง และชนบทลักษณะตลาดการเงินนอกระบบก็มีลักษณะที่สังเกตได้ง่ายคือ ผู้กู้ยืมและผู้ให้กู้ยืมส่วน ใหญ่เป็นบุคคลธรรมดา ขาดหลักเกณฑ์หรือระเบียบในการปฏิบัติการกู้ยืมไม่มีหลักฐานที่แน่นอน ไม่มีการบันทึกรายการสินเชื่อที่แน่นอน มีความเสี่ยงและผลตอบแทนสูง

การดำเนินธุรกิจในตลาดการเงินนอกระบบของไทยมีหลายรูปแบบ เช่น การกู้ยืมเงิน กันโดยตรง ได้แก่ การที่ผู้มีเงินออมให้เงินกู้ยืมแก่ผู้ต้องการกู้ยืม การกู้ยืมกัน โดยตรงมีสองลักษณะ คือ การกู้ยืมเงินกันระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง การกู้ยืมดังกล่าวมักจะไม่มี การคิดดอกเบี้ย หรือ ผลประโยชน์ตอบแทน เพียงแต่มุ่งหวังการให้ความช่วยเหลือกัน กับการกู้ยืมที่มีลักษณะเป็นธุรกิจ เงินกู้ ระหว่างนายทุนกับผู้ต้องการกู้ยืม การกู้ยืมลักษณะนี้มักจะคิดดอกเบี้ยและผลประโยชน์ตอบแทนในอัตราสูง และมีหลักทรัพย์ต่างๆ เช่น ทองคำ โฉนดที่ดิน มาค้ำประกันไว้ การเล่นเกมแชร์ ซึ่ง

นิยมกันในหมู่พ่อค้า เพื่อหาเงินทุน ไปประกอบและขยายธุรกิจของตนเอง หรือบางครั้งก็มีการเล่นแชร์กับบริษัทเงินแชร์ นอกจากนั้นยังนิยมเล่นแชร์กันในเพื่อนร่วมงาน ญาติมิตร โดยมุ่งหวังที่จะได้เงินไปใช้เพื่อการบริโภคเป็นส่วนใหญ่ ธุรกิจที่ฮิตและให้กู้ยืมกับประชาชนซึ่งธุรกิจดังกล่าวไม่ได้รับอนุญาตจากทางราชการ ธุรกิจประเภทนี้มักง้อใจโดยให้ดอกเบี้ยแก่ผู้ฝากเงินในอัตราสูงแต่ก็คิดดอกเบี้ยจากผู้กู้ในอัตราสูงเช่นกัน ธุรกิจดังกล่าวถ้าดำเนินการผิดพลาดก็จะทำให้ล้มง่าย สิ้นเชื่อการค้าเป็นการซื้อขายสินค้าโดยผู้ขายให้เครดิตแก่ผู้ซื้อด้วยการผ่อนชำระในระยะเวลาต่างๆ การให้สินเชื่อการค้าเป็นที่นิยมมากในการซื้อขายสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งผู้บริโภคไม่มีเงินซื้อได้โดยเงินสด ธุรกิจในรูปแบบอื่นๆ เช่น การซื้อขายลดเช็ค ธุรกิจการจัดคิวเงิน เป็นต้น

การที่ตลาดเงินนอกระบบในประเทศไทยยังมีขนาดใหญ่ และแพร่หลายทั้งในเมืองและชนบท สืบเนื่องมาจากข้อจำกัดของสถาบันการเงินในระบบซึ่งยังมีน้อยและไม่แพร่หลายการกู้ยืมในตลาดเงินนอกระบบทำได้ง่าย ไม่มีระเบียบ และพิธีการยุ่งยาก การเล่นแชร์และการให้กู้ยืมได้รับผลตอบแทนสูง และยังก่อให้เกิดความสนิทสนมกันในการดำเนินนโยบายทางการเงินได้ เช่น นโยบายจำกัดสินเชื่อจะได้ผลไม่เต็มที่เมื่อมีตลาดเงินนอกระบบอยู่ เพราะตลาดเงินทั้งในระบบและนอกระบบมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เมื่อสินเชื่อถูกจำกัดในตลาดเงินในระบบคนก็จะต้องหันไปหาสินเชื่อจากสถาบันการเงินนอกระบบแทน เพราะยังมีความต้องการสินเชื่ออยู่ การดำเนินนโยบายจำกัดเครดิตของรัฐบาลจึงอาจไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

ตติยา เอี่ยมลออ (2539) ได้ศึกษารูปแบบวิธีดำเนินธุรกิจเงินกู้นอกระบบ และการใช้เงินกู้นอกระบบของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสังเกตจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจเงินกู้นอกระบบ และกลุ่มผู้กู้ ระหว่างปี พ.ศ.2538-2539 วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่และร้อยละ ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจเงินกู้นอกระบบเป็นแหล่งการเงินที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และความต้องการของสภาพแวดล้อม ระเบียบกฎเกณฑ์ ตลอดจนข้อตกลงต่างๆ ขึ้นอยู่กับความพอใจระหว่างผู้ขอกู้กับผู้ให้กู้ ธุรกิจเงินกู้นอกระบบเป็นตลาดการกู้ยืมเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว แต่ส่วนใหญ่เป็นระยะสั้น การกู้ยืมเงินนอกระบบในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดมีบทบาทค่อนข้างสูงต่อระบบเศรษฐกิจของจังหวัดร้อยเอ็ดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยรวมมีการดำเนินธุรกิจเงินกู้ควบคู่ไปกับอาชีพอื่นๆ อาทิ เช่น ร้านค้าขาย ร้านทอง ร้านขายของเบ็ดเตล็ด โรงสีข้าว พบว่า รูปแบบและวิธีการดำเนินธุรกิจเงินกู้นอกระบบในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดที่ประชาชนนิยมมากที่สุดมีอยู่ 2 รูปแบบคือ เงินกู้อย่างวันและเงินกู้อย่างเดือน ส่วนสภาพการใช้ธุรกิจเงินกู้นอกระบบพบว่า ในการกู้ยืมเงินจากธุรกิจเงินกู้นอกระบบจะเป็นการกู้เพื่อนำเงินไปใช้ในการบริโภคประจำวัน ซื้อเครื่องอำนวยความสะดวก ชำระหนี้

การให้การศึกษานูตริ-ธิดาและหมุนเวียนในอาชีวะ แต่ถ้เป็นการกู้มาเพื่อที่อยู่อาศัย รักษาพยาบาลจะ
 กู้จากสถาบันการเงินและได้พบสาเหตุที่ทำให้ผู้กู้ต้องพึ่งเงินกู้นอกระบบมากที่สุด คือ ความสะดวก
 รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ใช้ประโยชน์ ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ในการค้ำประกันการกู้ และวิธีการกู้ไม่
 ยุ่งยาก

พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ (2544) ได้กล่าวไว้ว่า ตลาดเงินนอกระบบในประเทศไทยที่เป็นที่
 รู้จักของคนทั่วไปในช่วงปี พ.ศ.2520-2527 คือ แชน้ำมันของนางช้อย ทิพย์โส ซึ่งในช่วงเวลานั้น
 นางช้อยเป็นพนักงานการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยได้ระดมเงินทุนจากประชาชนในรูปวงแชร์
 และอ้างว่านำเงินที่ระดมได้ไปทำธุรกิจการน้ำมัน โดยจ่ายผลตอบแทนให้แก่ประชาชนสูงถึงร้อยละ
 6.5 ต่อเดือน ทำให้ประชาชนจำนวนมากหันมาลงทุนในแชร์ดังกล่าวบางคนถึงกับไปกู้ยืมมาลงทุน
 หรือขายที่ดิน ทรัพย์สินต่างๆ มาลงทุน ต่อมาทางราชการเห็นว่าธุรกิจแชร์นางช้อยเข้าข่าย
 หลอกลวงประชาชน เพราะเอาเงินจากประชาชนกลุ่มหนึ่งไปจ่ายเป็นผลตอบแทนให้กับประชาชน
 อีกกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นทางการจึงมีการออกพระราชกำหนดการกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน
 พ.ศ.2527 และได้ทำการจับกุมนายช้อยในเวลาต่อมา

ตลาดเงินนอกระบบอีกประเภทหนึ่ง คือ ธุรกิจค้าเงินตราต่างประเทศ (Foreign
 Exchange : FOREX) ธุรกิจเงินตราต่างประเทศเดือนเกิดขึ้นในไทยปี พ.ศ.2520 ธุรกิจค้าเงินเดือนนี้
 มักตั้งอยู่ในย่านธุรกิจที่สำคัญในกรุงเทพฯ เช่น ถนนสีลม สาทร สุรวงศ์ อนุสาวรีย์ และถนน
 วิหิตู นอกจากนั้นยังขยายไปยังจังหวัดใหญ่ ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา และนครศรีธรรมราช
 โดยบริษัทค้าเงินเดือนเหล่านี้มักจะชักชวนให้นักศึกษาเพิ่งจบการศึกษาในระดับประกาศนียบัตร
 วิชาชีพ จนถึงปริญญาตรีเข้ามาทำงานกับบริษัท แล้วให้นักศึกษาเหล่านี้เป็นผู้หลอกล่อค้าที่เป็นญาติที่
 นื่องกับตนเองให้กับบริษัท โดยลูกค้าต้องเปิดบัญชีผ่านบริษัทจำนวนหนึ่ง นอกจากนั้นยังมีการใช้
 โทรศัพท์ หรือจดหมายชักชวนให้ประชาชนมาสมัครเป็นสมาชิก บริษัทค้าเงินเดือนเหล่านี้จะได้
 ค่าธรรมเนียมจากลูกค้าเป็รายได้และบริษัทมักจะเป็นผู้กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนเอง นอกจากนั้น
 มักจะชักชวนให้ลูกค้าเห็นว่าการลงทุนรูปแบบนี้ใช้เงินทุนน้อยแต่ให้ผลตอบแทนสูง

อาทร เขียมเด่นงาม (2544) ได้ศึกษาสภาพการใช้บริการธุรกิจเงินกู้นอกระบบของ
 ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ประการแรก พฤติกรรมการใช้เงินกู้นอกระบบไม่
 สามารถกำหนดหลักเกณฑ์ได้แน่นอน และการกู้ยืมเงินนั้นจะนำมาเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพของ
 ตนเอง เพื่อเสริมสภาพคล่องการดำเนินงานนอกเหนือจากที่จัดสรรไว้เพื่อใช้จ่ายประจำประการที่
 สอง สภาพการใช้เงินกู้นอกระบบจะมีทั้งระยะสั้นและระยะปานกลาง ซึ่งมีบทบาทค่อนข้างสูงต่อ
 ระบบเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สาม รูปแบบการใช้เงินกู้นอกระบบที่นิยมใช้กันมี
 อยู่ 2 รูปแบบ คือ เงินให้กู้รายวัน และเงินให้กู้รายเดือน ทั้งนี้เพราะสะดวกรวดเร็ว ไม่มีคามยุ่งยาก

ในการขอกู้ ประการที่สี่ สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจเงินกู้นอกระบบขยายตัว คือ การกู้ยืมไม่ต้องผ่านกระบวนการที่ยุ่งยาก ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน สามารถนำไปใช้กับธุรกิจเฉพาะอย่าง มีความสะดวกเร็วทันต่อการใช้ประโยชน์ นอกจากนี้การกู้ยืมเงินยังไม่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย การชำระหนี้มีความยืดหยุ่นมากกว่า และสามารถรักษาความลับเกี่ยวกับฐานะการเงินระหว่างกันได้เป็นอย่างดี

ส่วนข้อดีของธุรกิจเงินกู้นอกระบบ ก็คือ ประการแรก ด้านการให้กู้ยืม สามารถทำหน้าที่ระดมเงินออกจากผู้ที่ไม่พอใจจะฝากเงินกับสถาบันการเงินในระบบ นำมาปล่อยให้กู้ให้กับธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กที่มีโอกาสกู้เงินจากสถาบันการเงินค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องจากขาดคุณสมบัติบางประการที่สถาบันการเงินในระบบกำหนดขึ้น ประการที่สอง ในกรณีที่เกิดภาวะการเงินในระบบไม่สามารถตอบสนองความเพียงพอของประชาชนได้ ธุรกิจเงินกู้นอกระบบสามารถเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายการเงินอย่างเร่งด่วน แม้ว่าการกู้ยืมเงินนั้น ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ใดๆ ค้ำประกัน และการผ่อนชำระก็ทำเป็นรายงวดไม่ลำบากสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ด้านผลเสียของธุรกิจเงินกู้นอกระบบก็คือ ประการแรก นโยบายทางการเงินของรัฐบาลไม่สามารถใช้เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ต่อภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้อย่างเต็มที่ หากตลาดเงินนอกระบบมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพราะเงินออมในตลาดเงินนอกระบบเป็นเงินออมระยะสั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อให้ขาดแคลนเงินทุนในระยะยาว ซึ่งจะมีผลต่อแผนงานระดมเงินออมของภาคเศรษฐกิจโดยรวมได้ ตลอดจนอาจส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพเศรษฐกิจของประเทศได้ ประการที่สอง อาจก่อให้เกิดธุรกิจการเงินในลักษณะล่อโกงประชาชนขึ้นได้ หากทางการไม่ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เนื่องจากธุรกิจเงินกู้นอกระบบได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างต่อเนื่องเพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมาย ดังนั้น ทางการเองจะต้องปรับปรุงกฎหมายให้ครอบคลุมพฤติกรรมให้ทันกับเล่ห์เหลี่ยมหลากหลายของอาชญากรทางเศรษฐกิจ มิฉะนั้นแล้ววิกฤตการณ์การเงินนอกระบบที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วก็อาจหวนกลับมาเกิดขึ้นอีก ย่อมส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินของประเทศขึ้นได้

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนใน เขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งประชาชนในตำบลท่าพี่เลี้ยง มีจำนวนทั้งสิ้น 18,449 คน (ฐานข้อมูลกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย 2551)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนใน เขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 372 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane, อ้างถึงใน สีน พันธุ์พินิจ 2549 : 133) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งมีรายละเอียดของสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N แทน ขนาดของกลุ่ม ประชากร
e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{18,449}{1 + 18,449(0.05)^2} \\ &= 391.511 \\ &\approx 392 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดตัวอย่าง ได้ตัวอย่าง 392 คน

จากการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เป็นจำนวนเต็มคือ 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ บังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษา ทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับชั้น อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว และพฤติกรรมการกู้เงินนอกระบบ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้ มีข้อคำถามจำนวน 8 ข้อ เป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ โดยแบ่งระดับลักษณะการตอบแบบสอบถามเป็นมาตรวัดและให้คะแนนดังนี้

ตอบใช่ 1 คะแนน

ตอบไม่ใช่ 0 คะแนน

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี
เกณฑ์ในการประเมิน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ประเมินแบ่งอัตรากาชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตรากาชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\ &= \frac{10 - 0}{3} \\ &= 3.33 \end{aligned}$$

ในการแปลความหมายคะแนนระดับความคิดเห็น โดยมีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับตามเกณฑ์ความหมายค่าคะแนนมีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับความรู้

คะแนนระหว่าง 6.68 – 10.00 หมายถึง มีระดับความรู้มาก

คะแนนระหว่าง 3.34 – 6.67 หมายถึง มีระดับความรู้ปานกลาง

คะแนนระหว่าง 0.00 – 3.33 หมายถึง มีระดับความรู้น้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบของประชาชนในตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับคือ

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด
4	หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความนี้มาก
3	หมายถึง ไม่แน่ใจกับข้อความนี้
2	หมายถึง ไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้น้อย
1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้น้อยที่สุด

เกณฑ์ในการประเมิน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ประเมินแบ่งอัตราภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ในการแปลความหมายคะแนนระดับความคิดเห็น โดยมีการกำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับตามเกณฑ์ความหมายค่าคะแนนมีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย ระดับความคิดเห็น

คะแนนระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้มากที่สุด

คะแนนระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง อยู่ในระดับเห็นด้วยกับข้อความนี้มาก

คะแนนระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง อยู่ในระดับไม่แน่ใจกับข้อความนี้

คะแนนระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ ได้แก่ การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ จำนวนเงินที่ขอกู้ยืมต่อครั้ง ความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการกู้เงิน ประโยชน์ของเงินกู้นอกระบบที่ได้กู้ยืมมา ลักษณะการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบ การได้รับเงินกู้นอกระบบ สิ่งที่น่ามาใช้ในการค้ำประกันเงินกู้นอกระบบ ความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้นอกระบบ และผลที่ได้รับจากการผิดเวลาชำระหนี้ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้ มีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ เป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำผลการศึกษามาสร้างเป็นแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามให้ตรงกับเรื่องที่ต้องการจะวัด จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ ก่อนนำไปทดสอบตามความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้พิจารณาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่ต้องการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปทดสอบกับพ่อค้าและแม่ค้าในตลาดสดเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 30 คน เพื่อดูความเหมาะสมของการใช้ภาษาและความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ใช้สอบถาม เป็นการหาความเชื่อมั่นและความบกพร่องของแบบสอบถาม โดยการหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นส่วนที่สอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient, อ้างถึงใน สีน พันธุ์พินิจ 2549: 191-193) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 11.5 for Windows

โดยแบ่งความเชื่อมั่นตามลักษณะของแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) การหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน ทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตร KR-20 ของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder - Richardson method, อ้างถึงใน สติน พันธุ์พินิจ 2549 :188-191) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.3088 แสดงว่าแบบทดสอบชุดนี้มีความเชื่อถือได้ปานกลาง

2) การหาความเชื่อมั่นแบบสอบถามส่วนที่เป็น Rating Scale โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient, อ้างถึงใน สติน พันธุ์พินิจ 2549 :191-193) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8832

จากการหาค่าความเชื่อมั่นข้างต้นของการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูงและแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์เนื้อหาและโครงสร้างให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพ และได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยทำการแจกแบบสอบถามโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน เพื่อขอความร่วมมือกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยแจ้งถึงเหตุผลและความจำเป็นที่ต้องทำการศึกษาในครั้งนี้ให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจ เต็มใจที่จะให้ความร่วมมือ ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามบันทึกผลของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมด แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) คำนวณหาค่าสถิติที่ใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของค่าเฉลี่ยและได้จัดลำดับความสำคัญ โดยได้จัดแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยเป็น 5 ระดับ โดยใช้หลักในการวัดดังนี้มีเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale (บุญชม ศรีสะอาด 2535: 100)

3. นำข้อมูลที่เป็นปัจจัยในแบบสอบถามส่วนที่ 3 มาวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎี การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจับกลุ่มหรือรวมกลุ่มหรือรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในกลุ่มหรือปัจจัยเดียวกัน

4. นำข้อมูลในที่เป็นปัจจัยในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 3 ที่ผ่านการรวมกลุ่มสร้างตัวแปรใหม่ แล้วมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ความน่าจะเป็นของสมการปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ การศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ซึ่งอาศัยโปรแกรม SPSS ในการเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ

การใช้บริการเงินกู้นอกระบบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคย	248	62.0
ไม่เคย	152	38.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่าตัวอย่างประชาชนทั้งหมด 400 ราย มีประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบคิดเป็นร้อยละ 62.0 ของประชาชนทั้งหมด และมีประชาชนที่ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบคิดเป็นร้อยละ 38.0 จะเห็นได้ว่าการสำรวจส่วนใหญ่จะถามจากผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตามเพศ

เพศ	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ชาย	64	25.8	54	35.5
หญิง	184	74.2	98	64.5
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 2 พบว่าจากจำนวนประชาชนทั้งหมด 400 ราย ประชาชนผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 ราย เป็นเพศหญิง 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.2 และเป็นเพศชาย 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเช่นเดียวกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 ราย เป็นเพศชาย 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 และเป็นเพศหญิง 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตามอายุ

อายุ	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.4	8	5.3
20-30 ปี	8	3.2	51	33.5
31-40 ปี	116	46.8	65	42.8
41-50 ปี	99	39.9	24	15.8
มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป	24	9.7	4	2.6
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จนถึงช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.9 และช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่ใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.5 และช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	183	73.8	16	10.6
ว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	9	3.6	4	2.6
รัฐวิสาหกิจ	1	0.4	-	-
นักเรียน/นักศึกษา	1	0.4	37	24.3
รับจ้าง	51	20.6	30	19.8
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	3	1.2	47	30.9
รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	-	-	18	11.8
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนผู้ที่ เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 และว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ไม่ เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 และอาชีพรับจ้าง จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตาม

สถานภาพ

สถานภาพ	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
โสด	27	10.9	69	45.4
สมรส	186	75.0	72	47.4
หย่าร้าง	26	10.5	11	7.2
หม้าย	9	3.6	-	-
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 5 พบว่าประชาชนผู้ที่ เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 ราย เป็นผู้ที่ มีสถานภาพสมรสแล้ว 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนผู้ที่ ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรสแล้วเช่นเดียวกัน กล่าวคือจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 ราย เป็นผู้ที่ มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	188	75.8	31	20.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	42	17.0	24	15.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	10	4.0	55	36.2
อนุปริญญา/ปวส.	7	2.8	29	19.1
ปริญญาตรี	1	0.4	13	8.5
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-	-
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 6 พบว่าประชาชนผู้ที่ เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 188 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.0 และผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 และผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	171	69.0	61	40.1
5,001-10,000 บาท	73	29.4	68	44.8
10,001-20,000 บาท	3	1.2	23	15.1
20,001-30,000 บาท	1	0.4	-	-
30,001-40,000 บาท	-	-	-	-
40,000 บาท ขึ้นไป	-	-	-	-
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 7 พบว่าประชาชนผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท/เดือน จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาเป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท/เดือน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.4 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท/เดือน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็นผู้ที่มีช่วงระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท/เดือน จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.1

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตาม สมาชิกครอบครัว

สมาชิกครอบครัว	เคยกู้		ไม่เคยกู้	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1-2 คน	15	6.0	28	18.4
3-4 คน	148	59.7	71	46.7
5-6 คน	73	29.4	39	25.7
อื่นๆ	12	4.9	14	9.2
รวม	248	100	152	100

จากตารางที่ 8 พบว่าประชาชนผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกระหว่าง 3-4 คน จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 5-6 คน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.4 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 3-4 คน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 5-6 คน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ ตารางที่ 9 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้ และไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน

ระดับความรู้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ระดับรู้น้อย (0.00 – 3.33 คะแนน)	-	-
ระดับรู้นปานกลาง (3.34 – 6.67 คะแนน)	204	51
ระดับรู้นมาก (6.68 – 10.00 คะแนน)	196	49
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมามีความรู้ที่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49 จะเห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่มีระดับรู้นปานกลาง

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ซึ่งสามารถกำหนดตัวแปรไว้ 25 ตัวแปร ได้แก่

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร (ปัจจัย)
X1	คือ ข้อ 1 การกู้เงินนอกระบบต้องพิจารณาความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของแหล่งเงินกู้
X2	คือ ข้อ 2 การกู้เงินนอกระบบได้รับเงินที่ต้องการสูง
X3	คือ ข้อ 3 การกู้เงินนอกระบบมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้สั้นและยืดหยุ่นได้
X4	คือ ข้อ 4 การกู้เงินนอกระบบทำให้ได้รับเงินกู้อย่างรวดเร็ว
X5	คือ ข้อ 5 การกู้เงินนอกระบบใช้หลักฐานในการกู้ไม่ยุ่งยาก
X6	คือ ข้อ 6 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน
X7	คือ ข้อ 7 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้
X8	คือ ข้อ 8 การกู้เงินนอกระบบมีอัตราดอกเบี้ยจ่ายสูงกว่าปกติ
X9	คือ ข้อ 9 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ
X10	คือ ข้อ 10 การกู้เงินนอกระบบทำให้มีค่าปรับในกรณีผิดเวลาชำระหนี้
X11	คือ ข้อ 11 ความใกล้ชิด-ไกลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงิน
X12	คือ ข้อ 12 การกู้เงินนอกระบบสามารถสอบถามข้อมูลได้ง่าย
X13	คือ ข้อ 13 นายทุนเงินกู้นอกระบบมีอยู่ทั่วไปสะดวกในการหาแหล่งเงินกู้
X14	คือ ข้อ 14 การกู้เงินนอกระบบมีการ โฆษณาที่ดึงดูดใจ
X15	คือ ข้อ 15 การกู้เงินนอกระบบมีความสะดวกต่อการจ่ายดอกเบี้ยและชำระหนี้
X16	คือ ข้อ 16 การกู้เงินนอกระบบมีความรวดเร็วในการอนุมัติ
x17	คือ ข้อ 17 การกู้เงินนอกระบบสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา
X18	คือ ข้อ 18 การกู้เงินนอกระบบส่วนใหญ่จะกู้เฉพาะคนในสังคมชั้นล่าง
X19	คือ ข้อ 19 คำแนะนำของเพื่อนมีส่วนทำให้เลือกกู้เงินนอกระบบ
X20	คือ ข้อ 20 ข้อมูลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ
X21	คือ ข้อ 21 ประสบการณ์ในการกู้เงินมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบในครั้งต่อไป
X22	คือ ข้อ 22 การกู้เงินนอกระบบเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ
X23	คือ ข้อ 23 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ
X24	คือ ข้อ 24 การกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย
X25	คือ ข้อ 25 การกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากสินค้ามีราคาสูงขึ้น

จากแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 ที่แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อลดตัวแปรที่มีอยู่ให้มีจำนวนปัจจัยที่น้อยที่สุด โดยที่แต่ละปัจจัยนั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถทดสอบความเหมาะสมได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์หาความเหมาะสมของข้อมูล โดยใช้เทคนิค KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.708
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1291.036
	df	300
	Sig.	.000

จากตารางที่ 10 Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ในการใช้เทคนิค Factor Analysis ในที่นี้ได้ค่าเท่ากับ .708 ซึ่งมากกว่า .5 และเข้าสู่ 1 จึงพอสรุปได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

Bartlett's Test of Sphericity ใช้ทดสอบสมมติฐาน

H_0 : ตัวแปรต่างๆ (X_1, X_2, \dots, X_{25}) ไม่มีความสัมพันธ์กัน (ไม่เหมาะสมที่จะใช้)

H_1 : ตัวแปรต่างๆ (X_1, X_2, \dots, X_{25}) มีความสัมพันธ์กัน (เหมาะสมที่จะใช้)

สถิติทดสอบ จะมีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 1291.036 ได้ค่า Significance เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือตัวแปร X_1, X_2, \dots, X_{25} มีความสัมพันธ์กัน จึงต้องใช้ Factor analysis ในการวิเคราะห์ปัจจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา 2549 : 23)

จากการใช้โปรแกรม SPSS 11.5 for Windows ในการวิเคราะห์ปัจจัยโดยการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax ซึ่งเป็นเทคนิคที่ทำให้มีจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด มีค่า Factor loading มากในแต่ละปัจจัย เทคนิคนี้จะพิจารณาจากค่า Factor loading ถ้าค่า Factor loading ของตัวแปรใน Factor ใดมีค่ามากกว่า (เข้าสู่ +1 หรือ -1) และของ Factor อื่นๆ มีค่า Factor loading ต่ำ (เข้าใกล้ศูนย์) จะจัดตัวแปรให้อยู่ใน Factor ที่มีค่า Factor loading สูง (กัลยา วานิชย์บัญชา 2549 : 28) ซึ่งจะได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงเมทริกซ์องค์ประกอบที่หมุนแกนแบบ Varimax (Rotate Component Matrix)

ปัจจัย	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
X23	.656	.108	-.131	-.009	.045	.251	-.062	.176
X 22	.653	-.105	.002	.176	-.093	-.001	-.024	.213
X 18	.581	.024	.134	-.032	.026	.031	.017	-.199
X 3	.581	-.048	.041	-.192	.132	.016	.188	-.023
X 9	.561	.025	.235	.141	-.019	-.056	-.024	-.455
X 14	-.071	.716	.067	.030	-.066	.002	.096	-.031
X 15	.005	.586	.226	.128	.052	-.024	.164	.176
X 20	.005	.573	-.037	-.067	.225	.055	-.064	.126
X 11	.254	.439	.164	-.351	.241	.187	.012	-.099
X 7	-.049	-.062	.700	-.048	.260	.113	-.115	-.018
X 12	.098	.222	.535	-.045	-.131	.130	.140	.009
X 13	.073	.381	.513	.160	-.049	.182	.054	.183
X 21	.256	.138	.433	-.138	.078	-.135	-.021	.397
X 6	.346	-.377	.389	.127	.343	-.116	.061	-.045
X 8	-.075	-.128	-.035	.643	.242	-.102	.081	.204
X 24	.097	.054	-.108	.641	.026	.346	-.190	-.097
X 16	-.009	.396	.226	.516	.050	-.029	.169	-.251
X 4	.112	.051	-.091	.175	.725	.149	.066	.061
X 5	-.045	.229	.320	.014	.657	-.163	-.004	-.087
X 19	.123	.059	.126	-.012	.082	.685	.045	.155
X 25	.104	.122	.194	.243	-.130	.432	.191	-.029
X 2	.067	.147	-.054	.017	-.035	-.011	.728	.031
X 1	-.068	-.078	.094	-.080	.140	.398	.628	-.083
X 17	.194	.245	.119	.324	.078	-.395	.445	.090
X 10	-.019	.146	.111	.081	-.022	.118	.007	.729

จากการนำมาวิเคราะห์ปัจจัยนั้น จากตัวแปรเดิมที่มีอยู่ 25 ตัวแปร โปรแกรมสามารถจัดปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 8 ปัจจัย โดยพิจารณาจากค่า Factor Loading ซึ่งแต่ละตัวแปรจะอยู่ใน แต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ด้านความยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบ (F_1): ข้อ 3 การกู้เงินนอกระบบมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้ยาวนานและยืดหยุ่นได้ ข้อ 9 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ข้อ 18 การกู้เงินนอกระบบส่วนใหญ่จะกู้เฉพาะคนในสังคมชั้นล่าง ข้อ 22 การกู้เงินนอกระบบเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ และ ข้อ 23 จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ

ปัจจัยที่ 2 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (F_2): ข้อ 11 ความใกล้-ไกลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงิน ข้อ 14 การกู้เงินนอกระบบมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจ ข้อ 15 การกู้เงินนอกระบบมีความสะดวกต่อการจ่ายดอกเบี้ยและชำระหนี้ และข้อ 20 ข้อมูลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ

ปัจจัยที่ 3 ด้านความสะดวกสบาย (F_3): ข้อ 6 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน ข้อ 7 การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ข้อ 12 การกู้เงินนอกระบบสามารถสอบถามข้อมูลได้ง่าย ข้อ 13 นายทุนเงินกู้นอกระบบมีอยู่ทั่วไปสะดวกในการหาแหล่งเงินกู้ และ ข้อ 21 ประสบการณ์ในการกู้เงินมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบในครั้งต่อไป

ปัจจัยที่ 4 ด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบ (F_4): ข้อ 8 การกู้เงินนอกระบบมีอัตราดอกเบี้ยจ่ายสูงกว่าปกติ ข้อ 16 การกู้เงินนอกระบบมีความรวดเร็วในการอนุมัติ และข้อ 24 การกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย

ปัจจัยที่ 5 ด้านการบริการในการกู้เงินนอกระบบ (F_5): ข้อ 4 การกู้เงินนอกระบบทำให้ได้รับเงินกู้อย่างรวดเร็วและข้อ 5 การกู้เงินนอกระบบใช้หลักฐานในการกู้ไม่ยุ่งยาก

ปัจจัยที่ 6 ด้านสังคมและเศรษฐกิจ (F_6): ข้อ 19 คำแนะนำของเพื่อนมีส่วนทำให้เลือกกู้เงินนอกระบบ และข้อ 25 การกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากสินค้ามีราคาสูงขึ้น

ปัจจัยที่ 7 ด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ (F_7): ข้อ 1 การกู้เงินนอกระบบต้องพิจารณาความมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของแหล่งเงินกู้ ข้อ 2 การกู้เงินนอกระบบได้รับเงินที่ต้องการสูง และข้อ 17 การกู้เงินนอกระบบสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา

ปัจจัยที่ 8 ด้านการชำระหนี้ไม่ตรงเวลา (F_8): ข้อ 10 การกู้เงินนอกระบบทำให้มีค่าปรับในกรณีผิดเวลาชำระหนี้

หลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีโลจิสติกส์แล้ว นำปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัยไปใช้ร่วมในการหาปัจจัยที่มีผลในการเลือกกู้เงินนอกระบบ โดยใช้วิธี โลจิสติกส์ ซึ่งข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมผ่านเงื่อนไขที่ใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ ดังนี้

หลังจากสร้างตัวแปรใหม่ของกลุ่มปัจจัยออกมาเป็น 8 กลุ่มแล้ว นำทั้ง 8 ปัจจัยไปร่วมใช้ในการหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ โดยใช้วิธีโลจิสติกส์ ซึ่งข้อมูลที่เก็บได้ผ่านเงื่อนไขที่ใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (ยูทธ ไกยวรรณ 2551 : 193) ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (x) จะเป็นข้อมูลในระดับการวัดแบบกลุ่ม (Nominal Scale) ที่เป็นตัวแปรแบบทวิ มีค่า 2 ค่า (Dichotomous) คือ 0 กับ 1 หรือเป็นตัวแปรอยู่ในสเกลแบบช่วง (Interval Scale) หรืออยู่ในสเกลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale) ก็สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

จากเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้นงานวิจัยนี้มีลักษณะของตัวแปรอิสระ (x) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยมีสเกลเป็นแบบช่วง (Interval Scale) ซึ่งตรงตามเงื่อนไขดังกล่าว

2. ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์ต่อกันหรือไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

จากเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้นงานวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบ Spearman เพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยพิจารณาจากค่า sig. หากค่า sig > 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นไม่มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ และตรงตามเงื่อนไขดังกล่าว

3. ตัวแปรตามจะเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีอย่างน้อย 2 กลุ่ม

จากเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้นงานวิจัยนี้มีลักษณะตัวแปรตาม (y) ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ($y_1 = 0$) และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ ($y_2 = 1$) ซึ่งตรงตามเงื่อนไขดังกล่าว

4. ต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าหรือเท่ากับ $30p$ เมื่อ p คือตัวแปรอิสระ

จากเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้นงานวิจัยนี้มีลักษณะของตัวแปรอิสระ (p) ที่วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีโลจิสติกส์มีทั้งหมด 5 ตัว ได้แก่ F_1, F_2, F_4, F_6 และ F_7 จะได้ $30p = 30 \times 5 = 150$ ซึ่งขนาดตัวอย่าง n มากกว่า $30p$ ซึ่งตรงตามเงื่อนไขดังกล่าว

เมื่อนำตัวแปรอิสระดังกล่าวมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ จะได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 12 Model Summary

Step	Nagelkerke R Square
1	.180
2	.270
3	.337
4	.358
5	.378

จากตารางที่ 12 Model Summary เป็นการทดสอบความเหมาะสมของโมเดล ซึ่งเลือกใช้ Step 5 เนื่องจากมีค่า R-Square ที่ได้สูงที่สุดคือเท่ากับ 0.378 หรือ 37.8% ของความผันแปร

ตารางที่ 13 Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi - square	df	Sig.
1	24.506	8	.002
2	19.382	8	.013
3	4.639	8	.795
4	3.337	8	.911
5	12.124	8	.146

จากตารางที่ 13 Hosmer and Lemeshow Test ใช้ตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติกส์ โดยกำหนดสมมติฐานของการทดสอบ คือ

H_0 : สมการเหมาะสม

H_1 : สมการไม่เหมาะสม

และเป็นตารางทดสอบ Chi-Square ซึ่งเลือกใช้ Step 5 เนื่องจากผลที่ได้จากตารางที่ 12 Model Summary มีค่า Chi - Square เท่ากับ 12.124 และมีค่า Sig. เท่ากับ .146 ซึ่งมีค่า > 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ สมการมีความเหมาะสมสำหรับใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์

ตารางที่ 14 Omnibus Test of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 5	Step	7.954	1	.005
	Block	130.192	5	.000
	Model	130.192	5	.000

จากตารางที่ 14 Omnibus Test of Model Coefficients ใน Step 5 แสดงสถิติทดสอบ Chi – Square Model โดยกำหนดสมมติฐานในการทดสอบ คือ

H_0 : โอกาสที่การเลือกกู้เงินนอกระบบ ไม่ขึ้นอยู่กับตัวแปรที่กำหนดเป็น 0

H_1 : โอกาสที่การเลือกกู้เงินนอกระบบ ขึ้นอยู่กับตัวแปรที่กำหนดไม่เป็น 0

จากตาราง สถิติการทดสอบ Model Chi – Square เท่ากับ 130.192 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0 แสดงว่า โอกาสที่การเลือกกู้เงินนอกระบบ ขึ้นอยู่กับตัวแปรที่กำหนดอย่างน้อย 1 ตัว

ตารางที่ 15 Classification Table

Observed			Predicted		
			การกู้		Percentage Correct
			เคยกู้	ไม่เคยกู้	
Step 5	การกู้	เคยกู้	205	43	82.7
		ไม่เคยกู้	55	97	63.8
Overall Percentage					75.5

จากตารางที่ 15 Classification Table เป็นการพิจารณาความเชื่อถือได้ของการพยากรณ์ จะพบว่าข้อมูลจริงที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเคยกู้เงินนอกระบบ จำนวน 248 คน แต่เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการแล้วจะสามารถพยากรณ์ได้ว่าเคยกู้เงินนอกระบบ จำนวน 205 คน นั่นคือพยากรณ์ถูก 82.7% และข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไม่เคยกู้เงินนอกระบบจำนวน 97 คน แต่เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยกู้เงินนอกระบบ จำนวน 152 คน ซึ่งพยากรณ์ถูก 63.8 % ซึ่งรวมเฉลี่ยทั้งหมดแล้วมีเปอร์เซ็นต์ของการพยากรณ์ถูกต้องเท่ากับ 75.5%

ตารางที่ 16 Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 5(e)	F ₁	.991	.150	43.346	1	.000	2.693
	F ₂	-.592	.127	21.648	1	.000	.553
	F ₄	.361	.130	7.688	1	.006	1.435
	F ₆	.390	.128	9.276	1	.002	1.477
	F ₇	.758	.136	31.260	1	.000	2.134
	Constant	-.696	.129	29.074	1	.000	.499

จากค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยโลจิสติกส์พยากรณ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ได้ดังนี้

$$P(Y) = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

$$\text{โดยที่ } Z = -0.696 + 0.991(F_1) - 0.592(F_2) + 0.361(F_4) + 0.390(F_6) + 0.758(F_7)$$

กำหนดให้ค่า 1. P(Y) เป็น ตัวแปรตาม หรือ การเลือกกู้เงินนอกระบบทั้งที่เคยกู้เงินนอกระบบ และไม่เคยกู้เงินนอกระบบ

2. F₁, F₂, F₄, F₆ และ F₇ เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ

3. -0.696 เป็น ค่าคงที่

4. e เป็นค่า log ที่เป็นค่าคงที่ มีค่าประมาณ 2.718

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

..... จากตารางที่ 16 Variable in the Equation เป็นตารางผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ประมาณได้และค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ เพื่อพยากรณ์ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ซึ่งจากการคำนวณด้วยโปรแกรม SPSS แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ประกอบด้วย ปัจจัยที่ 1 ด้านความยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบ (F₁), ปัจจัยที่ 2 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (F₂), ปัจจัยที่ 4 ด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบ (F₄), ปัจจัยที่ 6 ด้านสังคมและเศรษฐกิจ (F₆) และปัจจัยที่ 7 ด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ (F₇)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
 ตารางที่ 17 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบที่ได้รับและไม่ได้คำแนะนำในการกู้เงินนอกระบบ

คำแนะนำ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ได้รับ	179	72.2
ไม่ได้รับ	69	27.8
รวม	248	100

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการการกู้เงินนอกระบบจำนวน 248 ราย มีประชาชนที่ได้รับคำแนะนำในการเงินกู้นอกระบบจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.2 และมีประชาชนที่ไม่ได้รับคำแนะนำในการเงินกู้นอกระบบจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 จะเห็นได้ว่าจากการสำรวจส่วนใหญ่ผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบได้รับคำแนะนำในการกู้เงินนอกระบบ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับการได้รับคำแนะนำในการกู้เงินนอกระบบ

คำแนะนำ	ได้รับคำแนะนำ	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
นายทุนรายย่อยหรือบุคคลผู้ให้กู้เงิน	51	12.8
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	42	10.5
เพื่อน	139	34.8
การโฆษณา เช่น ทางโทรทัศน์, วิทยุ, ป้าย	39	9.8
โฆษณา, อินเทอร์เน็ต		
อื่นๆ	2	0.5

จากตารางที่ 18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำการกู้เงินจากเพื่อนมากที่สุด จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาได้รับคำแนะนำจากนายทุนรายย่อยหรือบุคคลผู้ให้กู้เงิน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 และได้รับคำแนะนำจากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับจำนวนเงินที่ขอกู้ยืมต่อครั้ง

จำนวนเงินที่ขอกู้ยืม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	149	60.1
5,001-10,000 บาท	56	22.6
10,001-20,000 บาท	21	8.5
20,001-30,000 บาท	7	2.8
30,001-40,000 บาท	6	2.4
40,001-50,000 บาท	4	1.6
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	5	2.0
รวม	248	100

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ได้กู้เงินต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท/ครั้ง จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.1 รองลงมาได้กู้เงินจำนวน 5,001-10,000 บาท/ครั้ง จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.6 และได้กู้เงินจำนวน 10,001-20,000 บาท/ครั้ง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ

จำนวนเงินที่ขอกู้ยืม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	-	-
เดือนละ 1 ครั้ง	4	1.6
3 เดือนครั้ง	24	9.7
6 เดือนครั้ง	91	36.7
ปีละ 1 ครั้ง	111	44.7
อื่นๆ	18	7.3
รวม	248	100

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบปีละ 1 ครั้ง จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาได้มีความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ 6 เดือน/ครั้ง จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 และมีความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ 3 เดือน/ครั้ง จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับเหตุผลที่สำคัญที่สุดในการกู้เงิน

เหตุผล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กู้ยืม ไม่ยุ่งยาก	43	17.3
ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน	32	12.9
ได้เงินกู้เร็ว	113	45.6
หาแหล่งเงินกู้ได้ง่าย	39	15.7
สถาบันการเงินในระบบให้เงินไม่พอ	21	8.5
รวม	248	100

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญคือ ได้เงินกู้เร็ว จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาได้ให้เหตุผลที่สำคัญคือ กู้ยืมไม่ยุ่งยาก จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 และให้เหตุผลที่สำคัญคือ หาแหล่งเงินกู้ได้ง่าย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับประโยชน์ของเงินกู้
นอกระบบที่ได้กู้ยืมมา

ประโยชน์	ใช้ประโยชน์	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ใช้จ่ายซื้ออาหารและสิ่งจำเป็น	215	53.8
นำไปออกกู้ต่อ	1	0.3
ซื้อยาเสพติด	0	0
นำไปใช้หนี้เงินกู้ที่อื่น	48	12.0
รักษาพยาบาล	41	10.3
การศึกษาของบุตร	103	25.8
เป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ	219	54.8
เล่นการพนัน	0	0
ไปเที่ยว	13	3.3
ซื้อสุรา	14	3.5
อื่นๆ	12	3.0

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 ราย ส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากเงินที่กู้ยืมมาเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ จำนวน 219 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาได้ใช้ประโยชน์ในการใช้จ่ายซื้ออาหารและสิ่งจำเป็น จำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.8 และได้ใช้ประโยชน์เพื่อเป็นการศึกษาของบุตร จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับลักษณะการจ่าย
ดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบ

ลักษณะการจ่ายดอกเบี้ย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายวัน	73	29.4
จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายสัปดาห์	1	0.4
จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นราย 15 วัน	3	1.2
จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายเดือน	171	69.0
รวม	248	100

จากตารางที่ 23 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายเดือน จำนวน 171 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาได้จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายวัน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.4 และจ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นราย 15 วัน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับการได้รับเงินกู้นอกระบบ

การได้รับเงินกู้นอกระบบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รับเงินต้นเต็มจำนวน	247	99.6
รับเงินต้นไม่เต็มจำนวน	1	0.4
รวม	248	100

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ได้รับเงินต้นเต็มจำนวน เป็นจำนวน 247 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.6 รองลงมาได้รับเงินต้นไม่เต็มจำนวน เป็นจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับสิ่งให้นำมาใช้ในการค้ำประกันเงินกู้นอกระบบ

สิ่งให้นำมาใช้ค้ำประกัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ต้องใช้	225	90.7
ยานพาหนะ	-	-
เอกสารที่ดิน	-	-
เช็ค	-	-
บุคคลค้ำประกัน	1	0.4
เครื่องใช้ไฟฟ้า	-	-
เครื่องประดับราคาแพง	5	2.0
อื่นๆ	17	6.9
รวม	248	100

จากตารางที่ 25 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ไม่ต้องใช้สิ่งทีนำมาค้ำประกัน จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.7 รองลงมาได้แก่ อื่นๆ คือ บัตรประชาชน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.9 และใช้เครื่องประดับราคาแพงมาใช้ค้ำประกัน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบเกี่ยวกับความสามารถในการชำระหนี้เงินกู้นอกระบบ

ความสามารถในการชำระหนี้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชำระครั้งเดียวหมด	8	3.2
ชำระตรงตามสัญญา	146	58.9
ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา	27	10.9
ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญาแต่ได้รับการผ่อนผัน	67	27.0
อื่นๆ	-	-
รวม	248	100

จากตารางที่ 26 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 คน ส่วนใหญ่ชำระตรงตามสัญญา จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา แต่ได้รับการผ่อนผัน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 และไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนประชาชนที่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมระบบเกี่ยวกับผลที่ได้รับจากการผิ
เวลาชำระหนี้

ผลที่ได้รับจากการผิชำระหนี้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ถูกยึดสิ่งทีนำมาค้ำประกัน	4	1.6
ผ่อนผันได้แต่ต้องเสียดอกเบี้ย	69	27.8
ถูกขู่ทำร้ายทันทีที่ผิผิดครั้งแรก	1	0.4
ถูกขู่ทำร้ายหลังจากผิผิดชำระหนี้มาหลายครั้ง	19	7.7
ถูกทำร้ายร่างกายทันทีที่ผิผิดครั้งแรก	-	-
ถูกทำร้ายร่างกายเมื่อผิผิดชำระหนี้มาหลายครั้ง	-	-
ถูกตำรวจจับดำเนินคดี	-	-
อื่นๆ	155	62.5
รวม	248	100

จากตารางที่ 27 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้ยืมระบบจำนวน 248 คน ส่วน
ใหญ่ตอบอื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้รับผลจากการผิผิดชำระหนี้ จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5
รองลงมาคือผ่อนผันได้แต่ต้องเสียดอกเบี้ย จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.8 และถูกขู่ทำร้าย
หลังจากผิผิดชำระหนี้มาหลายครั้งจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และใช้เวลาในการทำการศึกษาระมาณ 8 เดือน ในการศึกษาข้อมูลครอบคลุมด้วยสาระดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. ระเบียบวิธีการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

2. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดย ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรม SPSS 11.5 for Windows

3. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง สุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำมาสรุปผล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษาที่มีทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 282 ราย รองลงมาคือ เพศชายจำนวน 118 ราย ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 – 40 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 41 – 50 ปี และ 20 – 30 ปี ตามลำดับ และมีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพ รับจ้าง และว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ ตามลำดับ และมีสถานภาพสมรสแล้วมากที่สุด รองลงมาคือ โสด และหย่าร้าง ตามลำดับ และมีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่ามากที่สุด รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ตามลำดับ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมากที่สุด รองลงมาคือ 5,001 - 10,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท ตามลำดับ และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน มากที่สุด รองลงมาคือ 5 - 6 คน และ 1 - 2 คน ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยกู้เงินนอกระบบจำนวน 248 ราย และผู้ที่ไม่เคยกู้เงินนอกระบบจำนวน 152 ราย

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินอยู่ในระดับปานกลาง (3.34 – 6.67 คะแนน) รองลงมาคือ มีความรู้อยู่ในระดับมาก (6.68 – 10.00 คะแนน)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ

สมการถดถอยโลจิสติกส์ พยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ได้ดังนี้

$$P(Y) = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

$$\text{โดยที่ } Z = -0.696 + 0.991(F_1) - 0.592(F_2) + 0.361(F_4) + 0.390(F_6) + 0.758(F_7)$$

กำหนดให้ค่า 1. P(Y) เป็น ตัวแปรตาม หรือ การเลือกกู้เงินนอกระบบทั้งที่เคยกู้เงินนอกระบบ และไม่เคยกู้เงินนอกระบบ

2. F_1, F_2, F_4, F_6 และ F_7 เป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ

3. -0.696 เป็น ค่าคงที่

4. e เป็นค่า log ที่เป็นค่าคงที่ มีค่าประมาณ 2.718

จากผลการวิจัยพบว่า การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบคือ ปัจจัยที่ 1 ด้านความยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบ (F_1) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้ยาวนานและยืดหยุ่นได้, การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ, การกู้เงินนอกระบบส่วนใหญ่จะกู้เฉพาะคนในสังคมชั้นล่าง, การกู้เงินนอกระบบเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ ปัจจัยที่ 2 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (F_2) ซึ่งประกอบด้วย ความใกล้-ไกลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงิน, การกู้เงินนอกระบบมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจ, การกู้เงินนอกระบบมีความสะดวกต่อการจ่ายดอกเบี้ยและชำระหนี้ และข้อมูลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ ปัจจัยที่ 4 ด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบ (F_4) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบมีอัตราดอกเบี้ยจ่ายสูงกว่าปกติ, การกู้เงินนอกระบบมีความรวดเร็วในการอนุมัติ และการกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ปัจจัยที่ 6 ด้านสังคมและเศรษฐกิจ (F_6) ซึ่งประกอบด้วย คำแนะนำของเพื่อนมีส่วนทำให้เลือกกู้เงินนอกระบบ และการกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากสินค้ามีราคาสูงขึ้น และปัจจัยที่ 7 ด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ (F_7) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบต้องพิจารณาความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของแหล่งเงินกู้, การกู้เงินนอกระบบได้รับเงินที่ต้องการสูง และการกู้เงินนอกระบบสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบจำนวน 248 ราย ส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบจากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ จากนายทุนรายย่อยหรือบุคคลผู้ให้กู้เงิน และได้รับจากจากพ่อแม่/ญาติพี่น้อง ตามลำดับ ส่วนใหญ่จำนวนเงินที่ขอกู้ยืมเงินนอกระบบต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท/ครั้ง มากที่สุด รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท/ครั้ง และ 10,001-20,000 บาท/ครั้ง ตามลำดับ และมีความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบระบบปีละ 1 ครั้ง มากที่สุด รองลงมาคือ 6 เดือน/ครั้ง และ 3 เดือน/ครั้ง ตามลำดับ ผู้ที่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการกู้เงินว่าได้เงินกู้เร็วมากที่สุด รองลงมาคือ กู้ยืมไม่ยุ่งยาก และหาแหล่งเงินกู้ได้ง่าย ตามลำดับ และนำเงินที่กู้ยืมเงินมาใช้ประโยชน์ในการมา เป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นค่าใช้จ่ายซื้ออาหารและสิ่งจำเป็น และเป็นการศึกษาของบุตร ตามลำดับ และ ส่วนใหญ่มีลักษณะการจ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายเดือนมากที่สุด รองลงมาคือ ได้ จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายวัน และจ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นราย 15 วัน ตามลำดับ นอกจากนี้เงินกู้นอกระบบที่ได้รับส่วนใหญ่ได้รับเงินต้นเต็มจำนวนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ผู้เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบไม่ต้องใช้สิ่งของมาค้ำประกันมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อื่นๆ ได้แก่ บัตรประชาชน และใช้เครื่องประดับราคาแพงมาใช้ค้ำประกัน ตามลำดับ และผู้เคยใช้บริการ

เงินกู้ยืมนอกระบบมีความสามารถในการชำระหนี้ชำระตรงตามสัญญามากที่สุด รองลงมาคือไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา แต่ได้รับการผ่อนผัน และไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญาตามลำดับ และได้รับผลการผิดเวลาชำระหนี้ส่วนใหญ่ตอบอื่นๆ มากที่สุด ได้แก่ ไม่ได้รับผลการผิดนัดชำระหนี้ รองลงมาคือ ผ่อนผันได้แต่ต้องเสียดอกเบี้ย และ ถูกขู่ทำร้ายหลังจากผิดนัดชำระหนี้มาหลายครั้ง ตามลำดับ

4. อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผล ดังนี้ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบของประชาชนในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการวิเคราะห์โลจิสติกส์ผลการศึกษาที่ได้ คือ

4.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับการกู้เงินของกลุ่มตัวอย่างนั้น จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง และผลของการวิเคราะห์ โลจิสติกส์ความรู้ไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ แสดงว่าในการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ กลุ่มตัวอย่างไม่มีการนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจสินค้านำตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยให้ข้อสังเกตว่า ประชาชนที่มีความรู้น้อยหรือมากต่างก็มีการใช้บริการเงินกู้นอกระบบเช่นเดียวกัน

4.2 ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบ (F_1) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้สั้นและยืดหยุ่นได้, การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ, การกู้เงินนอกระบบส่วนใหญ่จะกู้เฉพาะคนในสังคมชั้นล่าง, การกู้เงินนอกระบบเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ จากผลจากการวิเคราะห์โลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความยืดหยุ่นในการกู้เงินนอกระบบส่งผลกระทบต่อเลือกกู้เงินนอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทร์ เจียมเด่นงาม ได้วิจัยในหัวข้อ ธุรกิจเงินกู้นอกระบบในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการใช้เงินกู้นอกระบบไม่สามารถกำหนดหลักเกณฑ์ได้แน่นอน และการกู้ยืมเงินนั้นจะนำมาเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพของตนเอง เพื่อเสริมสภาพคล่องการดำเนินงานนอกเหนือจากที่จัดสรรไว้เพื่อใช้จ่ายประจำ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ผู้ที่กู้เงินนอกระบบได้กู้เงินเพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมาก โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอจึงต้องกู้เงินนอกระบบ เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพและใช้จ่ายในครอบครัว ซึ่งถือว่าเป็นความจำเป็นของคนในระดับสังคมชั้นล่างที่ต้องการเงินจำนวนที่ไม่มากและสามารถผ่อนชำระได้นาน ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใดๆ และมีความยืดหยุ่นได้ในการชำระเงินคืนในแต่ละครั้ง

4.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (F_2) ซึ่งประกอบด้วย ความใกล้ชิด - ไกลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงิน, การกู้เงินนอกระบบมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจ, การกู้เงินนอกระบบมีความสะดวกต่อการจ่ายดอกเบี้ยและชำระหนี้ และข้อมูลของแหล่งเงินกู้มีผลต่อการกู้เงินนอกระบบ จากผลการวิเคราะห์โลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ ที่กล่าวว่า การส่งเสริมทางการตลาดเป็นการกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่นๆ ของสินค้าและบริการ เนื่องจากการตลาดส่งผลต่อการกระตุ้นใจเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน ซึ่งเป็นการกระตุ้นและจูงใจให้เกิดความสนใจในการเลือกกู้เงินนอกระบบ ทั้งข้อมูลของแหล่งเงินกู้ ความสะดวกในการจ่ายดอกเบี้ย และการโฆษณาที่ดึงดูดใจ ทั้งนี้ก็เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและได้ลูกค้าเป็นจำนวนมาก

4.4 ปัจจัยด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบ (F_4) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบมีอัตราดอกเบี้ยจ่ายสูงกว่าปกติ, การกู้เงินนอกระบบมีความรวดเร็วในการอนุมัติ และการกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย จากผลการวิเคราะห์โลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรายได้และการอนุมัติเงินกู้นอกระบบส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรินทร์ เทศวานิช พบว่า ตลาดเงินนอกระบบเกิดจากความต้องการของสังคมที่ต้องการกู้ยืมเงินมากกว่าที่สถาบันการเงินจะอำนวยให้กู้ยืมได้ และผู้กู้ยืมขาดคุณสมบัติประกอบกับสถาบันการเงินมีจำนวนจำกัดและไม่กระจายไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ อย่างกว้างขวาง ตลาดเงินนอกระบบหรือเงินกู้นอกระบบมีการกู้ที่รวดเร็วทันเวลา ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงของการดำเนินธุรกิจการเงินสูงมาก ดังนั้นตลาดการเงินจึงต้องคิดอัตราดอกเบี้ยสูงเพื่อชดเชยความเสี่ยง ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า รายได้ของประชาชนที่ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายเป็นสาเหตุที่สำคัญในการกู้เงิน และประกอบกับความยุ่งยากของการกู้เงินจากสถาบันการเงินที่อนุมัตินาน แต่ประชาชนมีความต้องการเงินกู้ที่มีการอนุมัติเงินรวดเร็ว จึงต้องกู้เงินนอกระบบ เพื่อนำเงินมาใช้จ่าย

4.5 ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ (F_6) ซึ่งประกอบด้วย คำแนะนำของเพื่อนมีส่วนทำให้เลือกกู้เงินนอกระบบ และการกู้เงินนอกระบบมีสาเหตุมาจากสินค้ามีราคาสูงขึ้น จาก ผลการวิเคราะห์โลจิสติกส์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ เนื่องจากสังคมมีกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของ

บุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ เพื่อเป็นการรับประกันว่าได้รับความไว้วางใจจากบุคคลที่ตนเชื่อถือแล้ว

4.6 ปัจจัยด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ (F.) ซึ่งประกอบด้วย การกู้เงินนอกระบบต้องพิจารณาความมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของแหล่งเงินกู้, การกู้เงินนอกระบบได้รับเงินที่ต้องการสูง และการกู้เงินนอกระบบสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา จาก ผลการวิเคราะห์โลจิสติกส์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเชื่อถือของแหล่งเงินกู้นอกระบบ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรูสึกนึกคิดของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของบุคคลจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการใช้สินค้า ปัจจัยภายใน ประกอบด้วย แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวความคิดที่มีต่อตนเอง เนื่องจากความเชื่อถือเป็นเรื่องของการรับรู้จากปัจจัยภายใน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ ทั้งในเรื่องของชื่อเสียง การเป็นที่รู้จักของแหล่งเงินกู้ และทัศนคติที่ว่า การกู้เงินนอกระบบทำให้ได้รับเงินที่ต้องการสูง และสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้กู้

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ปัญหาในการเลือกกู้เงินนอกระบบของผู้ที่เคยใช้บริการบางคน คิดว่าอัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป และเมื่อพิจารณาดูหนี้ก็จะคิดดอกเบี้ยเพิ่ม รวมไปถึงการถูกข่มขู่ว่าจะทำร้ายร่างกายและการด่าทอต่อหน้าสาธารณชน เพื่อให้ชำระหนี้ทั้งต้นและดอกเบี้ย ทำให้ผู้ที่เคยกู้มีความรู้สึกเสียหน้าและอับอาย และต้องเสียเงินเพื่อเป็นค่าดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจากเดิมด้วย ผู้วิจัยเห็นว่า การเลือกกู้เงินนอกระบบของผู้ที่เคยใช้บริการควรที่จะต้องมีการศึกษาข้อมูลการกู้ยืมอย่างละเอียดก่อนทั้งนายทุนผู้ให้กู้ และอัตราดอกเบี้ยว่าเกินอัตราที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ รวมไปถึงการตัดสินใจเลือกกู้เงินนอกระบบ เพื่อให้ นำเงินที่กู้มาใช้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้กู้ และความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้

2. จากการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามของผู้ที่เคยกู้ใช้บริการและไม่เคยใช้บริการเงินกู้นอกระบบ คิดว่าการกู้เงินจากสถาบันการเงินเป็นเรื่องที่ยู่ยากในการแสดงหลักฐาน และต้องใช้บุคคลค้ำประกัน ทำให้ผู้กู้ไม่มีความสะดวก และได้รับเงินในการกู้ล่าช้า รวมไปถึงมีความยุ่งยากในการหาบุคคลมาค้ำประกัน ผู้วิจัยเห็นว่า สถาบันการเงินต่างๆ และภาครัฐ ควรหากลยุทธ์ในการลดจำนวนหนี้สินจากการกู้เงินนอกระบบ เพื่อไม่ให้ประชาชนเป็นหนี้เพิ่มขึ้น และลดความ

รุนแรงในการทำร้ายร่างกายหรือการถูกข่มขู่จากการผิคนัดชำระหนี้ รวมทั้งเพิ่มบทลงโทษในการเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา และการทำร้ายร่างกายจากการผิคนัดชำระหนี้ที่รุนแรงด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจจะยังไม่ครอบคลุม ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นๆด้วย เช่น ทำการสัมภาษณ์ การสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเบื่อหน่าย เนื่องจากในการทำวิจัยครั้งนี้แบบสอบถามค่อนข้างเยอะและค่อนข้างซับซ้อน ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรที่จะมีการพัฒนาแบบสอบถามให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย กระชับ ไม่มากจนเกินไป

3. ข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จึงอาจจะไม่ค่อยตรงกับความจริง หรือมีการมั่วคำตอบ ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลการวิจัยคลาดเคลื่อนได้ เพื่อจะให้ข้อมูลที่ให้มีประสิทธิภาพตรงกับความป็นจริง ผู้วิจัยเห็นว่า ควรมีเวลาให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามมากขึ้น และไม่ควรจ้างบุคคลภายนอกมาช่วยในการเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยไม่ได้เป็นผู้ควบคุม เพื่อป้องกันการให้ข้อมูลด้วยตนเองทั้งหมด และเพื่อให้ข้อมูลที่ให้มีประสิทธิภาพตรงกับความป็นจริงมากขึ้น

4. ควรตั้งแบบสอบถามจากการทำการทดสอบเบื้องต้น (Pretest) ให้ละเอียดมากกว่านี้ จึงทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่มีการแจกแจงแบบปกติ จึงไม่สามารถวิเคราะห์แบบ Discriminate ซึ่งมีความเหมาะสมมากกว่าการวิเคราะห์แบบโลจิสติกส์ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะออกแบบการทดสอบเบื้องต้น (Pretest) ให้รอบคอบและคำนึงถึงความผิดปกติของข้อมูล

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการคลัง. การเงินนอกระบบ [Online]. Accessed 8 October 2009. Available
<http://www.mlm.in.th>
- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน รายจังหวัด รายอำเภอ และรายตำบล [Online]. Accessed 10 August 2009. Available
http://www.dopa.go.th/xstat/p5172_06.html
- กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชรรมสาร จำกัด, 2549.
- คมชัดลึก. เงินกู้นอกระบบ [Online]. Accessed 3 December 2009. Available
<http://www.komchadluek.net/detail/20091127/39051/>
- จรินทร์ เทศวานิช. เงิน ตลาดเงินและสถาบันการเงิน. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2535.
- ศศิญา เอี่ยมละออ. ธุรกิจเงินกู้นอกระบบในเขตเทศบาลเมืองร้อยเอ็ด. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2539.
- ธนา เบญจาทิกุล. เงินกู้นอกระบบ [Online]. Accessed 3 December 2009. Available
<http://www.thanalaw.co.th/hot-topic7.html>
- ธุรกิจบัณฑิตโพล. การกู้เงินรายย่อยนอกระบบ [Online]. Accessed 8 October 2009. Available
<http://www.dpu.ac.th/researchcenter/poll.php?act=view&id=6>
- ปัญญา วัฒนากุล. รู้จักกับธุรกิจเงินกู้นอกระบบ [Online]. Accessed 10 August 2009. Available
<http://talk.mthai.com/topic/84555>
- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. คู่มือการพิมพ์วิทยานิพนธ์ พ.ศ. 2543, 2543.
 พรทิพย์ เรียงวิทย์. ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน. คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ยุทธ ไกยวรรณ. วิเคราะห์ข้อมูลวิจัย Step by Step SPSS 4. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2551.
- ยุทธ ไกยวรรณ. วิจัยการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด, 2550.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- วีรนิติ ทยาความ. การกู้ยืมเงินนอกระบบ [Online]. Accessed 8 October 2009. Available
http://www.charwanlaw.com/menu_botquamlaw/file_botquam/botquam_2/botquam_law_2.html

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร : ระเบิดและไซเท็กซ์, 2541.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด, 2547.

อาทร เขียมเด่นงาม. ธุรกิจเงินกู้ในระบบในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินในระบบและนอกระบบของประชาชน
ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจงแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการวิจัย ในหัวข้อ “การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี” จึงขอความร่วมมือให้ประชาชนตอบคำถามในแบบสอบถามนี้ โดยท่านไม่ต้องเขียนชื่อลงในแบบสอบถาม โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และตรงกับความ เป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยคำตอบของท่านผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับ และไม่มีผลเสียหายใดๆ ต่อท่านและครอบครัวทั้งสิ้น

2. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถามนี้ ท่านสามารถสอบถามได้จากผู้ที่แจก

แบบสอบถามท่าน และเมื่อท่านตอบแบบสอบถามครบทุกข้อแล้ว โปรดส่งคืนให้กับผู้แจก

แบบสอบถามให้แก่ท่าน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณทุกท่านใน การตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

เรื่อง การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบของประชาชน
ในเขตตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

อายุ ต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี

อายุ 41-50 ปี อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง
 ว่างาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน
 รัฐวิสาหกิจ รับราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ
 นักเรียน/นักศึกษา ประกอบอาชีพอื่นๆ ระบุ.....

4. สถานภาพ

โสด สมรส หย่าร้าง หม้าย

5. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า อนุปริญญา / ปวส.

มัธยมศึกษาตอนต้น ปริญญาตรี

มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. สูงกว่าปริญญาตรี

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 20,001-30,000 บาท

5,001-10,000 บาท 30,001-40,000 บาท

10,001-20,000 บาท 40,000 บาทขึ้นไป

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมตัวท่านด้วย)

1-2 คน 3-4 คน 5-6 คน อื่นๆ ระบุ.....คน

8. ท่านเคยกู้เงินนอกระบบหรือไม่

เคยกู้ ไม่เคยกู้

ส่วนที่ 2 การทดสอบความรู้เกี่ยวกับการกู้เงิน (ตอบได้ทั้งคนที่เคยกู้และไม่เคยกู้เงินนอกระบบ)

1. การกู้ยืมเงินนอกระบบ คือการกู้ยืมเงินกันตามปกติจากผู้ให้กู้ โดยที่ผู้ให้กู้นั้น ปล่อยเงินกู้เป็นอาชีพ และไม่ได้เป็นสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารต่างๆ ตามระบบของกฎหมาย

 ใช่

 ไม่ใช่

2. การกู้จากธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เช่น อีซี บาย, อีออน เป็นต้น ถือเป็นการกู้เงินในระบบ

 ใช่

 ไม่ใช่

3. ธุรกิจเงินกู้ด่วน หมายถึง การปล่อยเงินกู้ให้กับผู้ที่มาขอกู้ในที่ โดยจะคิดดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมในอัตราที่สูงกว่าปกติ

 ใช่

 ไม่ใช่

4. การกู้เงินจากสถาบันการเงินในระบบจำเป็นต้องมีผู้ค้ำประกัน

 ใช่

 ไม่ใช่

5. เงินกู้นอกระบบที่กู้ยืมมาจากนายทุน, การขายลดเช็ค, การเล่นเกมแชร์ ถือได้ว่าเป็นการจัดตั้งโดย ถูกต้องตามกฎหมาย

 ใช่

 ไม่ใช่

6. การกู้เงินภายใต้การดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ถือว่าเป็นการกู้เงินในระบบที่ถูกต้องตามกฎหมาย

 ใช่

 ไม่ใช่

7. การกู้ยืมเงินโดยทั่วไป (ไม่รวมการกู้ยืมเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน) กฎหมายกำหนดเรื่องดอกเบี้ยเงินกู้ให้สามารถเรียกดอกเบี้ยต่อกันได้ไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี

 ใช่

 ไม่ใช่

8. กฎหมายก็ต้องมีบทลงโทษ การเรียกดอกเบี้ยเกินอัตรา โดยมีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี หรือปรับไม่เกิน 1,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

 ใช่

 ไม่ใช่

9. ความผิดฐานกู้ยืมเงินที่เป็นการฉ้อโกงประชาชน มีโทษจำคุกตั้งแต่ 5-10 ปี และปรับตั้งแต่ 500,000 บาทถึง 1,000,000 บาทและปรับอีกไม่เกินวันละ 10,000 บาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนอยู่

 ใช่

 ไม่ใช่

10. การทวงหนี้แบบประจานลูกหนี้ เช่น โทศัพท์-ส่งแฟกซ์ไปที่ทำงานให้อับอาย มีความผิดหมิ่นประมาท มีโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ปรับไม่เกิน 20,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

 ใช่

 ไม่ใช่

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกกู้เงินนอกระบบ

(ตอบได้ทั้งคนที่เคยกู้และ ไม่เคยกู้เงินนอกระบบ)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัย	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยที่สุด
1. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบต้องพิจารณาความมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของแหล่งเงินกู้					
2. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านได้รับจำนวนเงินที่ต้องการสูง					
3. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านมีระยะเวลาผ่อนชำระหนี้สั้นและยืดหยุ่นได้					
4. การกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านได้รับเงินที่กู้อย่างรวดเร็ว					
5. การกู้เงินนอกระบบใช้หลักฐานในการกู้ไม่ยุ่งยาก					
6. การกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน					
7. การกู้เงินนอกระบบไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้					
8. การกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านมีอัตราดอกเบี้ยจ่ายที่สูงกว่าปกติ					
9. การกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ					
10. การกู้เงินนอกระบบทำให้มีค่าปรับในกรณีผิดเวลาชำระหนี้					
11. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบมีผลต่อการกู้เงิน					

ปัจจัย	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยที่สุด
12. การกู้เงินนอกระบบทำให้ท่านสอบถามข้อมูลของการกู้เงินได้ง่าย					
13. นายทุนเงินกู้นอกระบบมีอยู่ทั่วไปสะดวกในการหาแหล่งเงินกู้					
14. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบมีการโฆษณาที่ดึงดูดใจ เช่น ให้อัตราดอกเบี้ยสูง แต่ดอกเบี้ยต่ำ					
15. การกู้เงินนอกระบบมีความสะดวกต่อการจ่ายดอกเบี้ยและชำระหนี้ เช่น มีคนเก็บดอกเบี้ยถึงที่					
16. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบมีความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้					
17. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบสามารถกู้ได้ทันที ทุกเวลา					
18. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบส่วนใหญ่จะกู้เฉพาะคนในสังคมชั้นล่าง					
19. ท่านเชื่อว่าคำแนะนำของเพื่อนมีส่วนทำให้ท่านเลือกกู้เงินนอกระบบ					
20. ท่านเชื่อว่าข้อมูลของแหล่งเงินกู้มีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจเลือกกู้เงิน					
21. ท่านเชื่อว่าประสบการณ์ในการกู้เงินของท่าน ส่งผลต่อการเลือกเงินกู้ในครั้งต่อไป					
22. ท่านเชื่อว่าอาชีพที่ต้องมีเงินลงทุนเพื่อใช้ในการหมุนเวียนธุรกิจ ท่านจึงเลือกหาแหล่งเงินกู้นอกระบบ					
23. ท่านคิดว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่านมีผลต่อการเลือกการกู้เงินนอกระบบ					

ปัจจัย	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยที่สุด
24. ท่านเชื่อว่าการเลือกกู้เงินนอกระบบ มีสาเหตุมาจากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย					
25. ท่านเชื่อว่าการกู้เงินนอกระบบ มีสาเหตุมาจากสินค้ามีราคาสูงขึ้น					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบ (ตอบเฉพาะคนที่เคยกู้เงินนอกระบบเท่านั้น)

1. ท่านได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการกู้เงินนอกระบบบ้างหรือไม่

ไม่ได้รับ

ได้รับ จาก(ใคร)..... (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] นายทุนรายย่อยหรือบุคคลผู้ให้กู้เงิน

[] พ่อแม่ ญาติพี่น้อง

[] เพื่อน

[] การโฆษณา เช่น ทางโทรทัศน์, ทางวิทยุ, ป้ายโฆษณา, อินเทอร์เน็ต

[] อื่นๆ ระบุ.....

2. จำนวนเงินที่ท่านขอกู้ยืมต่อครั้ง

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

30,001-40,000 บาท

5,001-10,000 บาท

40,001-50,000 บาท

10,001-20,000 บาท

มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

20,001-30,000 บาท

อื่นๆ ระบุ.....บาท

3. ความถี่ในการกู้ยืมเงินนอกระบบ

มากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

6 เดือนครั้ง

เดือนละ 1 ครั้ง

ปีละ 1 ครั้ง

3 เดือนครั้ง

อื่นๆ ระบุ.....

4. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการกู้เงิน

- กู้ยืมไม่ยุ่งยากและสะดวก หาแหล่งเงินกู้ได้ง่าย
 ไม่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน สถาบันการเงินในระบบให้บริการเงินกู้ไม่เพียงพอ
 ได้เงินกู้เร็ว อื่นๆ ระบุ.....

5. ประโยชน์ของเงินกู้ นอกเหนือจากที่ได้กู้ยืมมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ใช้จ่ายซื้ออาหารและสิ่งจำเป็น การศึกษาของบุตร
 นำไปออกกู้ต่อ เป็นทุนหมุนเวียนในอาชีพ
 ซื้อยาเสพติด เล่นการพนัน
 นำไปใช้หนี้เงินกู้ที่อื่น ไปเที่ยว
 รักษาพยาบาล ซื้อสุรา
 อื่นๆ ระบุ.....

6. ลักษณะการจ่ายดอกเบี้ยเงินกู้ นอกเหนือจาก

- จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายวัน
 จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายสัปดาห์
 จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นราย 15 วัน
 จ่ายดอกเบี้ยพร้อมต้นเป็นรายเดือน
 อื่นๆ ระบุ.....

7. การได้รับเงินกู้ นอกเหนือจาก

- รับเงินต้นเต็มจำนวน รับเงินต้นไม่เต็มจำนวน
 อื่นๆ ระบุ.....

8. สิ่งที่น่ามาใช้ในการค้ำประกันเงินกู้ นอกเหนือจาก

- ไม่ต้องใช้ บุคคลค้ำประกัน
 ยานพาหนะ เครื่องใช้ไฟฟ้า
 เอกสารที่ดิน เครื่องประดับราคาแพง
 เชื้อค อื่นๆ ระบุ.....

9. ความสามารถการชำระหนี้เงินกู้ยืมในระบบ

- ชำระครั้งเดียวหมด
- ชำระตรงตามสัญญา
- ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา
- ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญาแต่ได้รับการผ่อนผัน
- อื่นๆ ระบุ.....

10. ผลที่ได้รับจากการผิดเวลาชำระหนี้

- ถูกยึดสิ่งทีนำมาค้ำประกัน
- ผ่อนผันได้แต่ต้องเสียดอกเบี้ย
- ถูกขู่ทำร้ายทันทีที่ผิดนัดครั้งแรก
- ถูกขู่ทำร้ายหลังจากผิดนัดชำระหนี้มาหลายครั้ง
- ถูกทำร้ายร่างกายทันทีที่ผิดนัดครั้งแรก
- ถูกทำร้ายร่างกายเมื่อผิดนัดชำระหนี้หลายครั้ง
- ถูกตำรวจจับดำเนินคดี
- อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ผู้ทำวิจัยขอขอบคุณที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวภัทราพร ฐุสรานนท์
 วันเดือนปีเกิด 10 สิงหาคม พ.ศ.2530
 ที่อยู่ 135/63 ถนนขุนช้าง ตำบลท่าพี่เลี้ยง อำเภอเมืองสุพรรณบุรี
 จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สายสามัญ
 จากโรงเรียนสงวนหญิง จังหวัดสุพรรณบุรี
 พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย สายวิทย์ – คณิต
 จากโรงเรียนสงวนหญิง จังหวัดสุพรรณบุรี
 พ.ศ. 2552 กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต
 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2551 เข้ารับการฝึกงานที่บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
 ในฝ่ายสำนักตรวจสอบ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี