

## Factors Influencing Consumers' Intention to Use Informal Credit in Bangkok

Panisara Nontachai<sup>1\*</sup> and Kittinan Phanthumsut<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Science and Development, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand

<sup>2</sup> Marketing Academic Group, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand

\* Corresponding author. E-mail: [2411131603003@live4.utcc.ac.th](mailto:2411131603003@live4.utcc.ac.th)

### ABSTRACT

This study aimed to examine the influence of social ties, perceived convenience, and perceived credit constraints on consumers' intentions to use informal credit in Bangkok. A quantitative research approach was employed, conceptualizing intention as a predictor of informal credit usage behavior. Data were collected from 385 respondents aged 20–60 years using a multi-stage sampling technique. A structured questionnaire was used as the data collection instrument, and the data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The results indicated that respondents reported high levels of agreement with all three factors. Social ties had the highest mean score, followed by perceived credit constraints and perceived convenience. The regression model explained 5.0% of the variance in the intention to use informal credit ( $R^2 = 0.050$ ). Inferential analysis revealed that social ties had a statistically significant positive effect on the intention to use informal credit, and perceived convenience also had a statistically significant positive effect. In contrast, perceived credit constraints did not have a statistically significant effect. These empirical findings suggest that social networks and ease of access to funds are more influential in shaping consumers' intentions to use informal credit than perceived constraints from formal financial institutions. The results have important implications for designing appropriate and sustainable policies to improve access to formal financial services.

**Keywords:** Informal Credit, Social Relationships, Perceived Convenience, Perceived Credit Constraints, Intention to Use Services

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ปาณิสรา นนทไชย<sup>1\*</sup> และ กิตตินันท์ พันธุมสุด<sup>2</sup>

<sup>1</sup> คณะวิทย์พัฒน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย

<sup>2</sup> กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประเทศไทย

\* Corresponding author. E-mail: [2411131603003@live4.utcc.ac.th](mailto:2411131603003@live4.utcc.ac.th)

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ความสะดวก และการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ความตั้งใจถูกกำหนดเป็นตัวแปรทำนายพฤติกรรมการใช้สินเชื่อระบบ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอายุ 20–60 ปี จำนวน 385 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทั้งสามในระดับมาก โดยความสัมพันธ์ทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต และการรับรู้ความสะดวก แบบจำลองถดถอยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบได้ร้อยละ 5.0 ( $R^2 = 0.050$ ) ผลการวิเคราะห์เชิงอนุมานพบว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้ความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ ขณะที่การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่า เครือข่ายทางสังคมและความสะดวกในการเข้าถึงเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบ มากกว่าการรับรู้ข้อจำกัดจากสถาบันการเงินในระบบ ซึ่งมีนัยต่อการกำหนดมาตรการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

**คำสำคัญ:** สินเชื่อระบบ, ความสัมพันธ์ทางสังคม, การรับรู้ความสะดวก, การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต, ความตั้งใจในการใช้บริการ

© 2026 JS DP: Journal of Spatial Development and Policy

## บทนำ

สถานการณ์เศรษฐกิจไทยในปัจจุบันเผชิญกับความผันผวนจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลโดยตรงต่อรายได้ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมทางการเงินของภาคครัวเรือน โดยเฉพาะปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งสะท้อนความเปราะบางทางการเงินของประชาชนในภาพรวม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) ภายใต้บริบทดังกล่าว ข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อในระบบได้กลายเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญให้ประชาชนบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อย แรงงานนอกระบบ และผู้ประกอบการรายย่อย หันไปพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบเพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2567) ในบริบทของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและแหล่งรวมประชากรจำนวนมาก ปัจจัยด้านค่าครองชีพที่สูง ความเร่งรีบของวิถีชีวิตเมือง และการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่รุนแรง ล้วนเป็นเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่กระตุ้นให้ประชาชนต้องการแหล่งเงินทุนที่เข้าถึงได้รวดเร็ว และมีความยืดหยุ่นสูง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) ลักษณะของเมืองใหญ่ยังเอื้อให้เกิดเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบเครือข่าย เพื่อนร่วมงาน ชุมชน และเครือข่ายออนไลน์ ซึ่งอาจทำหน้าที่เป็นทั้งแหล่งข้อมูลและช่องทางเข้าถึงสินเชื่อระบบได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การขยายตัวของสินเชื่อระบบผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลในเขตเมือง ยังทำให้การเข้าถึงแหล่งเงินทุนนอกระบบมีความรวดเร็วและซับซ้อนมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

แม้ว่างานวิจัยก่อนหน้าจะศึกษาปัญหาหนี้นอกระบบในมิติของโครงสร้างเศรษฐกิจ ความยากจน หรือพฤติกรรมทางการเงินโดยทั่วไป แต่ยังไม่พบ “ช่องว่างของงานวิจัย” ที่สำคัญ กล่าวคือ งานส่วนใหญ่ศึกษาปัจจัยแยกส่วน เช่น บทบาท

ของทุนทางสังคม หรือข้อจำกัดด้านสินเชื่อในระบบ โดยยังขาดการบูรณาการตัวแปรเชิงสังคมและเชิงการรับรู้เข้าด้วยกัน ในกรอบวิเคราะห์เดียว อีกทั้งยังมีการศึกษาที่มุ่งเน้นเฉพาะบริบทกรุงเทพมหานครอย่างจำกัด ทั้งที่เมืองใหญ่นี้ มีลักษณะเฉพาะด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ ความหนาแน่นประชากร และรูปแบบเครือข่ายสังคม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกลไก การตัดสินใจใช้สินเชื่อระบบแตกต่างจากพื้นที่อื่น ด้วยเหตุนี้ การศึกษานี้จึงเลือกบูรณาการตัวแปรสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationship) (2) การรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) และ (3) การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตในระบบ (Perceived Credit Constraint) เพื่ออธิบายความตั้งใจในการใช้สินเชื่อ ระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เหตุผลในการเลือกตัวแปรทั้งสามประการมีความสอดคล้องกับบริบทเมืองใหญ่ กล่าวคือ ความสัมพันธ์ทางสังคมสะท้อนบทบาทของเครือข่ายในสังคมเมืองที่อาจเอื้อต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การรับรู้ ความสะดวกสอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็วและลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตสะท้อน เงื่อนไขเชิงโครงสร้างของระบบการเงินในเมืองที่มีการแข่งขันสูงและมีเกณฑ์คัดกรองที่เข้มงวด ในเชิงทฤษฎี การศึกษานี้ เชื่อมโยงกรอบแนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital Theory) ซึ่งอธิบายบทบาทของเครือข่ายและความไว้วางใจ ในกระบวนการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ (Granovetter, 1973; Giddens, 2018) เข้ากับแนวคิดด้านการรับรู้ในมิติพฤติกรรม ผู้บริโภค โดยเฉพาะการรับรู้ความสะดวกและการรับรู้ข้อจำกัด ซึ่งสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดการตัดสินใจเชิงเหตุผล และการประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ (Goldstein, 2014)

การบูรณาการกรอบแนวคิดดังกล่าวในบริบทของเมืองใหญ่ ช่วยให้สามารถอธิบายได้อย่างเป็นระบบว่า เหตุใด ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครจึงอาจยอมรับความเสี่ยงของสินเชื่อระบบ ภายใต้เงื่อนไขของแรงกดดันทางเศรษฐกิจ เครือข่ายทางสังคม และการรับรู้ถึงความสะดวกในการเข้าถึง ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎี และเชิงนโยบาย กล่าวคือ ในเชิงทฤษฎีเป็นการเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยด้วยการบูรณาการปัจจัยทางสังคมและปัจจัย เชิงการรับรู้ในบริบทเมืองใหญ่ ส่วนในเชิงนโยบาย ผลการศึกษาก็จะเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้พัฒนามาตรการ ส่งเสริมการเข้าถึงสินเชื่อในระบบ ลดแรงจูงใจในการพึ่งพาสินเชื่อระบบ และเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน ของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและประเทศไทยในระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ ของผู้บริโภคในกรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Perceived Credit Constraint) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพ

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 20–60 ปีขึ้นไป และมีประสบการณ์หรือมีความสนใจในการใช้สินเชื่อระบบ โดยไม่จำกัดประเภทอาชีพและระดับรายได้ ทั้งนี้ ใช้คำถาม คัดกรองในการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1997) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling)

เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยเริ่มจากการแบ่งพื้นที่ออกเป็น 6 เขตภูมิภาค ได้แก่ เขตกลาง (ดุสิต ป้อมปราบศัตรูพ่าย พระนคร สัมพันธวงศ์) เขตเหนือ (จตุจักร ดอนเมือง ลาดพร้าว สายไหม หลักสี่) เขตใต้ (บางขุนเทียน ธนบุรี ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ ยานนาวา) เขตตะวันออก (บางนา ประเวศ สวนหลวง สะพานสูง ลาดกระบัง) เขตตะวันตก (บางแค บางพลัด ตลิ่งชัน ทวีวัฒนา หนองแขม) จากนั้นกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยเขตละประมาณ 64 คน รวมทั้งสิ้น 385 คน ในขั้นต่อมา ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อคัดเลือกพื้นที่ศึกษาในแต่ละเขต และสุ่มเลือกพื้นที่ย่อยจำนวน 2-3 แห่งต่อเขตด้วยวิธีการเดียวกัน สำหรับจุดเก็บข้อมูล ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกสถานที่ที่คาดว่าจะพบกลุ่มเป้าหมาย เช่น สถานีรถไฟ ศูนย์การค้า ตลาด หน่วยงานราชการ และสถาบันการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในรูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) ผ่าน QR Code โดยกำหนดช่วงเวลาเก็บข้อมูลในวันธรรมดา เวลา 17.00-20.00 น. และวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-18.00 น. เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างเหมาะสมและครอบคลุมพื้นที่ศึกษาอย่างเป็นระบบ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยอาศัยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงิน ความตั้งใจในการใช้สินเชื่อ และปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อให้เครื่องมือมีความครอบคลุม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถสะท้อนพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังนี้

- (1) คำถามคัดกรองคุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม
- (2) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อในระบบ ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ความสะดวก และการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต
- (4) ความตั้งใจในการใช้สินเชื่อในระบบ

สำหรับแบบสอบถามใน ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ตั้งแต่ระดับเห็นด้วยมากที่สุดจนถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุด เพื่อวัดระดับความคิดเห็นและการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติทั้งเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เกณฑ์การพิจารณาตาม Nunnally  $\geq 0.70$  สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ  $\geq 0.80$  สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน  $\geq 0.90$  สำหรับงานวิจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจสำคัญ ผลการทดสอบพบว่า ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.841 แสดงว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดี สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงได้

## 3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น สามารถกำหนดสมมติฐานของการศึกษา ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อในระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ

สมมติฐานที่ 2 (H2) การรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อในระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ

สมมติฐานที่ 3 (H3) การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Perceived Credit Constraint) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อในระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากตำรา เอกสาร บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ และความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงิน

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย โดยใช้รูปแบบแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) ผ่าน QR Code เป็นเครื่องมือในการวิจัย การเก็บข้อมูลดำเนินการในช่วงเวลาที่เหมาะสมครอบคลุมทั้งวันธรรมดาและวันหยุด เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและสอดคล้องกับบริบทการดำเนินชีวิตของประชากรเป้าหมาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่กลุ่มตัวอย่างในการสแกน QR Code และตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง พร้อมทั้งตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือสูงสุด

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

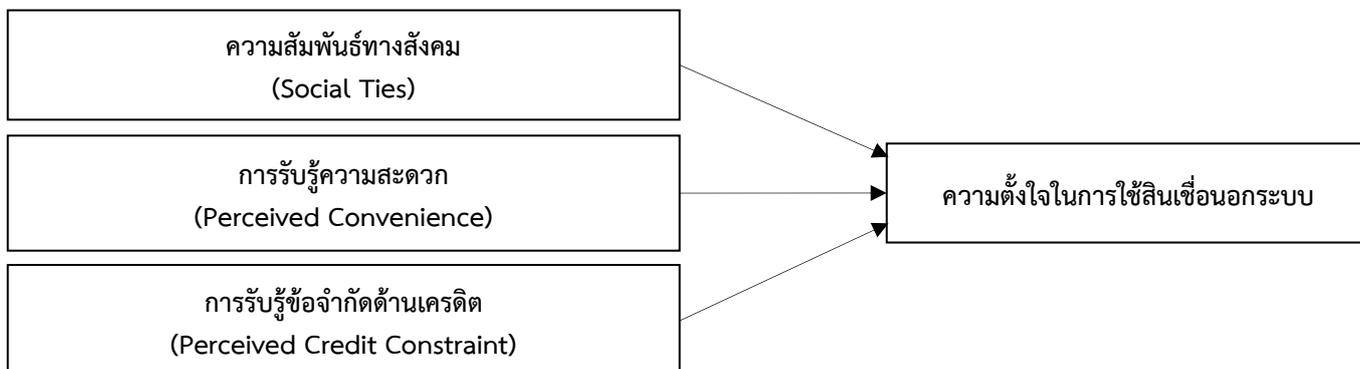
ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นต่อแต่ละตัวแปร

5.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงของตัวแปรอิสระด้วยค่า Tolerance ค่า VIF และ Correlation Matrix จากนั้นใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ความสะดวก และการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดโดยบูรณาการแนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแนวคิดข้อจำกัดด้านเครดิต (Credit Constraint) เพื่ออธิบายความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดให้มีตัวแปรอิสระ 3 ตัว ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม การรับรู้ความสะดวก และการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต ซึ่งคาดว่าจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ อันเป็นตัวแปรตามของการศึกษา ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) มีรากฐานจากแนวคิดทุนทางสังคมและทฤษฎีเครือข่ายสังคม ซึ่งเน้นบทบาทของความไว้วางใจ เครือข่าย และการสนับสนุนทางสังคมในการลดความไม่แน่นอนและทำหน้าที่เสมือนหลักประกันทางสังคมในการตัดสินใจทางการเงิน โดยเฉพาะในบริบทที่การเข้าถึงสินเชื่อในระบบมีข้อจำกัด การรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) พัฒนามาจากแนวคิดการรับรู้ความง่ายในการใช้งานในแบบจำลอง TAM ซึ่งอธิบายว่าเมื่อบุคคลรับรู้ว่าการโอนเงินสะดวก รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน จะเพิ่มความตั้งใจในการใช้งาน ในบริบทของสินเชื่อระบบ ความง่ายของขั้นตอนและความรวดเร็วในการได้รับเงินจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Perceived Credit Constraint) สะท้อนแนวคิดจากทฤษฎีข้อจำกัดด้านเครดิตและเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ซึ่งอธิบายว่า เมื่อบุคคลรู้ว่าตนไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อในระบบได้ เช่น ขาดหลักประกันหรือประวัติเครดิตเพียงพอ จะมีแนวโน้มแสวงหาทางเลือกอื่น แม้ทางเลือกนั้นอาจมีต้นทุนสูงกว่าในระยะยาว ดังนั้น กรอบแนวคิดในการวิจัยจึงกำหนดให้ตัวแปรอิสระทั้งสามมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ และจะทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้การอธิบายเชิงสาเหตุมีความชัดเจนและเป็นระบบ จึงกำหนดกรอบแนวคิดจากตัวแปรต้นทั้งสามจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ มีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 และเพศทางเล็กลง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา กลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 28–35 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาคือช่วงอายุ 44–51 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และช่วงอายุ 20–27 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 โดยภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานตอนต้นถึงวัยกลางคน ในด้านการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาค่อนข้างสูง อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และด้านรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 โดยสรุป กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวเป็นการอธิบายลักษณะเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประกอบการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป โดยมีได้ตีความเชิงเหตุและผล

ตารางที่ 1 ตาราง Summary Regression

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.241	0.424		5.283	0.000*		
ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ( $X_1$ )	0.256	0.068	0.189	3.772	0.000*	0.990	1.010
ด้านการรับรู้ความสะดวก ( $X_2$ )	0.155	0.075	0.105	2.062	0.040*	0.963	1.038
ด้านการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต ( $X_3$ )	-0.016	0.069	-0.012	-0.232	0.817	0.969	1.032

R = 0.224, R<sup>2</sup> = 0.050, Adjusted R<sup>2</sup> = 0.043, SEE = 0.48752

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### 1. อิทธิพลของความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ (1) การมีคนรู้จักที่สามารถแนะนำแหล่งเงินกู้ได้เมื่อมีความต้องการ (ค่าเฉลี่ย = 4.08) (2) การรู้จักแหล่งปล่อยเงินกู้หลายแห่งในชุมชน (ค่าเฉลี่ย = 4.02) และ (3) การมีความสัมพันธ์อันดี

กับคนในชุมชนที่สามารถช่วยเหลือยามมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย = 3.97) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า ความสัมพันธ์ทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $B = 0.256$ ,  $Beta = 0.189$ ,  $t = 3.772$ ,  $p < .001$ ) โดยเมื่อคะแนนความสัมพันธ์ทางสังคมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบจะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.256 หน่วย ภายใต้เงื่อนไขที่ตัวแปรอื่นคงที่

## 2. อิทธิพลของการรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ (1) การใช้สินเชื่อระบบสามารถตอบสนองความต้องการด้านการเงินได้ตรงเวลาและทันต่อสถานการณ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) (2) การใช้สินเชื่อระบบสามารถทำได้อย่างสะดวกรวดเร็วทุกเวลา (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และ (3) การใช้สินเชื่อระบบช่วยให้ได้รับเงินเร็วกว่าการกู้จากธนาคารหรือสถาบันการเงิน (ค่าเฉลี่ย = 3.89) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า การรับรู้ความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $B = 0.155$ ,  $Beta = 0.105$ ,  $t = 2.062$ ,  $p = .040$ ) โดยเมื่อคะแนนการรับรู้ความสะดวกเพิ่มขึ้น 1 หน่วย คะแนนความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 0.155 หน่วย ภายใต้เงื่อนไขที่ตัวแปรอื่นคงที่ อย่างไรก็ตาม ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน ( $Beta$ ) มีขนาดค่อนข้างต่ำ สะท้อนว่า อิทธิพลของตัวแปรนี้อยู่ในระดับจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่นในแบบจำลอง

## 3. อิทธิพลของการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Perceived Credit Constraint) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ (1) การรับรู้ว่าอัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการชำระหนี้ของธนาคารไม่มีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย = 3.98) (2) การรับรู้ว่าคุณสมบัติทางการเงินของตนเองไม่ตรงตามเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด (ค่าเฉลี่ย = 3.95) และ (3) การรู้สึกไม่มั่นใจว่าจะผ่านเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อของธนาคารได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า ตัวแปรการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการทำนายความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบ ( $B = -0.016$ ,  $Beta = -0.012$ ,  $t = -0.232$ ,  $p = .817$ ) โดยค่า  $p$  มีค่าสูงกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ .05 จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ แม้ว่าค่าสัมประสิทธิ์จะมีค่าเป็นลบ แต่เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สามารถตีความทิศทางของความสัมพันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ

## อภิปรายผล

อิทธิพลของความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมมีบทบาทสำคัญต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยเครือข่ายเพื่อน คนรู้จัก สมาชิกในชุมชน หรือแม้แต่เครือข่ายออนไลน์ ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล และกลไกสร้างความไว้วางใจในบริบทที่สินเชื่อระบบไม่มีหลักประกันทางกฎหมายที่ชัดเจน ความสัมพันธ์เหล่านี้จึงช่วยลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในการตัดสินใจ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทุนทางสังคมที่มองว่าเครือข่ายและความไว้วางใจเป็นทรัพยากรสำคัญในการเข้าถึงโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในสังคมเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร แม้จะมีลักษณะเป็นสังคมปัจเจกมากขึ้น แต่ยังคงมีชุมชนย่อยที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการเงินอย่างไม่เป็นทางการ การตัดสินใจจึงเป็นการตัดสินใจเชิงความสัมพันธ์ที่อาศัยประสบการณ์และคำแนะนำจากกลุ่มอ้างอิง ไม่ได้ตั้งอยู่บนเหตุผลเชิงเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว เมื่อเปรียบเทียบกับงานของ แวมมยุรา คำสุข และคณะ (2565) และสิริภักตร์ ศิริโท (2566) ซึ่งพบว่า อิทธิพลทางสังคมมีบทบาทต่อการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการและการยอมรับนวัตกรรม ความสัมพันธ์ทางสังคมทำหน้าที่เสมือนกลไกทดแทนสถาบันทางการเงินในระบบทางการไม่สามารถตอบสนอง

ได้ทันเวลา อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจลักษณะนี้ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยเร่งด่วนเฉพาะหน้า เช่น ภาวะขาดสภาพคล่องหรือแรงกดดันทางครอบครัว ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงสถานการณ์ที่มีความผันผวนสูง

อิทธิพลของการรับรู้ความสะดวก (Perceived Convenience) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ความสะดวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบอย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านความรวดเร็ว การเข้าถึงง่าย และขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมเมืองที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและเผชิญความเร่งรีบทางเศรษฐกิจ ทำให้ให้คุณค่ากับความรวดเร็วและความยืดหยุ่นมากกว่าการประเมินต้นทุนระยะยาวอย่างละเอียด ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ ปราณชนิน สังข์แสงใส (2565) และเพชรรัตน์ สุทธิเทพ และคณะ (2567) ที่พบว่า ความสะดวกส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางการเงินในระบบ อย่างไรก็ตาม ในบริบทสินเชื่อระบบความสะดวกไม่ได้เป็นเพียงคุณลักษณะของบริการ แต่ทำหน้าที่เป็นทางออกเฉพาะหน้าที่ในภาวะวิกฤตทางการเงิน ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาเร่งด่วนมากกว่าการพิจารณาความเสี่ยงในระยะยาว ซึ่งสะท้อนลักษณะการตัดสินใจที่ให้น้ำหนักกับประโยชน์ระยะสั้น อย่างไรก็ตาม ความสะดวกไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่กำหนดพฤติกรรม การตัดสินใจยังขึ้นกับแรงกดดันทางการเงิน โครงสร้างรายได้ และภาวะหนี้สะสมในครัวเรือน

อิทธิพลของการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Perceived Credit Constraint) ต่อความตั้งใจในการใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตไม่ได้เป็นแรงผลักดันโดยตรงให้ผู้บริโภคหันไปใช้สินเชื่อระบบ แม้ผู้บริโภคจำนวนมากจะรับรู้ถึงความเข้มงวดของเงื่อนไขจากธนาคารก็ตาม ในเชิงพฤติกรรม การรับรู้ข้อจำกัดดังกล่าวมีแนวโน้มกระตุ้นความระมัดระวังมากกว่าการเร่งตัดสินใจเสี่ยง สอดคล้องกับแนวคิดการตัดสินใจภายใต้ข้อจำกัดซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะพยายามเลือกทางเลือกที่เหมาะสมภายใต้ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ มากกว่าการเลือกทางเลือกที่มีความเสี่ยงสูงทันที ในบริบทกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคยังมีทางเลือกอื่น เช่น การใช้เงินออม ความช่วยเหลือจากครอบครัวหรือบริการทางการเงินดิจิทัลภายใต้การกำกับดูแล ความพร้อมของทางเลือกเหล่านี้ทำให้ข้อจำกัดจากธนาคารไม่ได้หมายถึงการไม่มีทางเลือกเสมอไป ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ สิริภักตร์ ศิริโท (2566) และมงคล วิมลรัตน์ และคณะ (2568) ที่สะท้อนว่า การรับรู้เชิงลบ เช่น ความเสี่ยงหรือข้อจำกัด มิได้ทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมเชิงบวก แต่กลับส่งเสริมความระมัดระวังมากขึ้น การตัดสินใจใช้สินเชื่อระบบเป็นพฤติกรรมที่ขึ้นกับสถานการณ์สูง ปัจจัยเร่งด่วนและแรงกดดันทางการเงินแจ่มชัดมากกว่าการรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตเพียงลำพัง ทั้งยังสะท้อนแนวโน้มของผู้บริโภคเมืองที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางการเงินในระยะยาวมากกว่าการตอบสนองต่อข้อจำกัดด้วยทางเลือกที่มีความเสี่ยงสูงในทันที

## องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้เสนอข้อค้นพบเชิงแนวคิดว่า การตัดสินใจใช้สินเชื่อระบบของผู้บริโภคในเขตเมืองมีได้อธิบายได้ด้วยกรอบการเข้าถึงสินเชื่อในระบบเพียงมิติเดียว หากแต่เป็นผลจากการทำงานร่วมกันของทุนทางสังคม และการรับรู้ความสะดวกในการเข้าถึง ซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกมากกว่าข้อจำกัดด้านเครดิตอย่างมีนัยสำคัญ

1. ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Ties) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น เพื่อน ญาติ คนรู้จัก หรือเครือข่ายในชุมชน ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างความไว้วางใจ (Trust Infrastructure) ที่ช่วยลดความไม่แน่นอนของข้อมูลและความเสี่ยงที่รับรู้ได้จากการกู้ยืมนอกระบบ เครือข่ายเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงแหล่งข้อมูล แต่เป็นกลไกทางสังคมที่ค้ำประกันความน่าเชื่อถือในระดับไม่เป็นทางการ ส่งผลให้สินเชื่อระบบถูกตีความว่าเป็นทางเลือกที่ปลอดภัยพอภายใต้บริบทเร่งด่วนในสังคมเมือง ข้อค้นพบนี้สะท้อนมุมมองใหม่ว่า สินเชื่อระบบฝังตัวอยู่ในโครงสร้างทุนทางสังคม มากกว่าจะเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ทางการเงินทางเลือก

2. การรับรู้ความสะดวก (Convenience) การรับรู้ความสะดวก ได้แก่ ขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ความรวดเร็ว และการตอบสนองทันต่อความต้องการเฉพาะหน้า มีบทบาทเป็น “เหตุผลเชิงปฏิบัติ” (Practical Rationality) ในการตัดสินใจ แม้ผู้บริโภครับรู้ถึงต้นทุนทางการเงินและความเสี่ยงด้านกฎหมาย แต่ประสิทธิภาพเชิงเวลาและความคล่องตัวกลับมีน้ำหนักเหนือกว่าต้นทุนระยะยาว ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมทางการเงินในเมืองใหญ่ให้คุณค่ากับประสิทธิภาพเชิงเวลา (Time Efficiency) มากกว่าการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนทางการเงินในระยะยาว

3. การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิต (Credit Constraint) แม้ผู้บริโภครับรู้ถึงเงื่อนไขที่เข้มงวดของสินเชื่อในระบบ แต่ข้อจำกัดดังกล่าวไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกทางการเงินอื่น ๆ เช่น เงินออม ความช่วยเหลือจากครอบครัว สินเชื่อดิจิทัล หรือบริการฟินเทคภายใต้กฎหมาย ทำหน้าที่เป็นทางเลือกทดแทนก่อนเข้าสู่สินเชื่อระบบ จึงสะท้อนว่าการกีดกันทางเครดิตไม่ใช่คำอธิบายหลักของปรากฏการณ์นี้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้เสนอกรอบอธิบายว่า สินเชื่อระบบในบริบทกรุงเทพมหานครมิได้เป็นเพียงผลลัพธ์ของการขาดโอกาสทางการเงิน หากแต่เป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมกับการรับรู้ความสะดวก ซึ่งร่วมกันสร้างแรงจูงใจเชิงบวกในการตัดสินใจ ความเข้าใจดังกล่าวช่วยขยายมุมมองจากกรอบปัญหาการเข้าถึงเครดิตไปสู่การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภค นโยบายจึงควรมุ่งพัฒนาเครื่องมือทางการเงินในระบบที่สามารถผสานความรวดเร็ว ความยืดหยุ่น และกลไกสร้างความไว้วางใจ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อลดแรงดึงดูดของสินเชื่อระบบอย่างยั่งยืน มากกว่าการมุ่งแก้ไขเฉพาะประเด็นการอนุมัติสินเชื่อหรือการกำกับอัตราดอกเบี้ยเพียงอย่างเดียว

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบอย่างมีนัยสำคัญสำคัญทางสถิติสะท้อนให้เห็นว่าเครือข่ายญาติ เพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิด ทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล ความไว้วางใจ และแรงสนับสนุนในการตัดสินใจทางการเงิน ปัจจัยทางสังคมจึงเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งเงินทุนของผู้บริโภคในเขตเมือง

2. การรับรู้ความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน และการเข้าถึงเงินทุนได้ทันเวลา โดยเฉพาะในบริบทกรุงเทพมหานครที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ความสะดวกจึงเป็นปัจจัยเชิงพฤติกรรมที่มีน้ำหนักต่อการตัดสินใจ

3. การรับรู้ข้อจำกัดด้านเครดิตของสถาบันการเงินในระบบไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้สินเชื่อระบบ แสดงให้เห็นว่าการหันไปพึ่งพาสินเชื่อระบบไม่ได้เกิดจากการถูกกีดกันทางการเงินโดยตรง หากแต่เกี่ยวข้องกับการประเมินทางเลือกและบริบทเชิงพฤติกรรมมากกว่า

ในเชิงนโยบาย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการแก้ไขปัญหาสินเชื่อระบบไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการผ่อนคลายนโยบายสินเชื่อในระบบเท่านั้น แต่ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความรวดเร็ว ยืดหยุ่น ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และเสริมสร้างกลไกความไว้วางใจระหว่างสถาบันการเงินกับผู้บริโภคควบคู่กันไป การออกแบบบริการทางการเงินที่ตอบโจทย์ด้านความสะดวก และความเชื่อมั่น จะเป็นแนวทางสำคัญในการลดการพึ่งพาสินเชื่อระบบ และเสริมสร้างเสถียรภาพทางการเงินของประชาชนในเขตเมืองอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 เครือข่ายทางสังคมและความไว้วางใจในชุมชนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อระบบ ภาครัฐควรกำหนดนโยบายใช้กลไกชุมชนเป็นฐานในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ ภาครัฐควรกำหนดนโยบายใช้กลไกชุมชนเป็นฐานในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยบูรณาการความร่วมมือกับผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา กลุ่มอาชีพ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางการเงิน ควบคู่กับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนที่แท้จริงและความเสี่ยงของสินเชื่อระบบ การสื่อสารผ่านบุคคลที่ประชาชนให้ความไว้วางใจจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลและส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวจะช่วยลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนในระบบในระยะยาวและสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจระดับฐานราก

1.2 ความสะดวกและความรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้สินเชื่อระบบ ดังนั้น สถาบันการเงินควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมเมือง โดยลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและพัฒนาแพลตฟอร์มสินเชื่อดิจิทัลที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา ควบคู่กับการนำระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประเมินและอนุมัติสินเชื่อ การยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินเชื่อในระบบ และลดแรงจูงใจในการหันไปพึ่งพาสินเชื่อระบบ อันจะนำไปสู่การขยายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ถูกกฎหมายมากยิ่งขึ้น

1.3 ระดับความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้สินเชื่อระบบ ภาครัฐควรกำหนดมาตรการส่งเสริมความรู้ทางการเงินอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยบูรณาการผ่านสถานศึกษา หน่วยงานชุมชน และสื่อสาธารณะ เพื่อสร้างความตระหนักถึงผลกระทบระยะยาวของการกู้ยืมระบบ เช่น ภาระดอกเบี้ยสูงและวงจรถิ่นสิน ควบคู่กับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกสินเชื่อในระบบที่ปลอดภัยและโปร่งใส การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างทักษะการวางแผนและการตัดสินใจทางการเงินที่รอบคอบและยั่งยืนแก่ประชาชน

1.4 ข้อจำกัดด้านหลักประกันและคุณสมบัติเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเข้าถึงสินเชื่อในระบบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อรายย่อยหรือสินเชื่อขนาดเล็กที่มีเงื่อนไขยืดหยุ่นมากขึ้น โดยพิจารณา

ความสามารถในการชำระหนี้จากรายได้จริงหรือพฤติกรรมทางการเงินแทนการใช้หลักประกันเพียงอย่างเดียว พร้อมทั้งนำข้อมูลเครดิตทางเลือกมาใช้ในการประเมินความเสี่ยง แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้มีรายได้น้อยและผู้ประกอบอาชีพอิสระสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้มากขึ้น และลดการพึ่งพาสินเชื่อระบบอย่างเป็นทางการ

1.5 บทบาทของโครงสร้างเศรษฐกิจระดับชุมชน ควรส่งเสริมการพัฒนาระบบสินเชื่อชุมชนที่มีการกำกับดูแลอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยใช้กลไกของกองทุนหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ หรือสหกรณ์เป็นฐานในการบริหารจัดการควบคู่กับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านธรรมาภิบาลและการบริหารความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ระบบสินเชื่อชุมชนที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

## 2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการอธิบายพฤติกรรมการใช้สินเชื่อระบบ การศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรด้านทัศนคติทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง และแรงกดดันทางสังคม รวมถึงตัวแปรด้านเศรษฐกิจ เช่น ระดับรายได้และภาระหนี้สิน การขยายกรอบตัวแปรดังกล่าวจะช่วยพัฒนาแบบจำลองที่มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น และสามารถอธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อและมาตรการช่วยเหลือทางการเงินที่เหมาะสมกับบริบทของประชาชน

2.2 เนื่องจากการศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีลักษณะเฉพาะของสังคมเมือง การวิจัยในอนาคตควรขยายพื้นที่ไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคอื่นเพื่อเปรียบเทียบบริบทเมืองและชนบท การเปรียบเทียบดังกล่าวจะช่วยให้เข้าใจความแตกต่างด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างรอบด้าน ผลการศึกษาเชิงเปรียบเทียบจะสนับสนุนการกำหนดนโยบายและมาตรการแก้ไขปัญหาหนี้สินในระบบที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น

2.3 เนื่องจากข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถอธิบายแรงจูงใจเชิงลึกของผู้บริโภคได้อย่างครบถ้วน การวิจัยในอนาคตควรผสมผสานการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์และมุมมองของผู้ใช้สินเชื่อระบบอย่างละเอียด การใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสานจะช่วยเพิ่มความสมบูรณ์ของข้อมูลและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย อันจะนำไปสู่การออกแบบมาตรการเชิงนโยบายที่ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น

2.4 ในบริบทของยุคดิจิทัล การวิจัยครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับบทบาทของเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น สินเชื่อออนไลน์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลรูปแบบใหม่ ที่อาจเป็นทางเลือกแทนสินเชื่อระบบ การศึกษาระดับการยอมรับและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยประเมินศักยภาพในการลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนในระบบ ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายสินเชื่อดิจิทัลที่ปลอดภัย โปร่งใส และเข้าถึงได้อย่างทั่วถึง

2.5 การวิจัยในอนาคตควรนำเทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างหรือเทคนิค Machine Learning มาใช้ในการสร้างแบบจำลองคาดการณ์กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มใช้สินเชื่อระบบสูง การพัฒนาแบบจำลองเชิงพยากรณ์จะช่วยให้หน่วยงานรัฐและสถาบันการเงินสามารถกำหนดมาตรการเชิงป้องกันและกำหนดกลุ่มเป้าหมายเชิงรุกได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น แนวทางดังกล่าวจะสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการออกแบบนโยบายทางการเงินที่มีประสิทธิผลในระยะยาว

## เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). *รายงานสถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทยและเสถียรภาพระบบการเงิน*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ปราณชนิน สัจแสงใส. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อค้ำของธนาคารออมสินในจังหวัดปทุมธานี*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- เพชรรัตน์ สุทธิเทพ, สุธาสิณี โพธิ์ชาธาร และ สมศักดิ์ จินตวัฒน์กุล. (2567). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจทำธุรกรรมการเงิน ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของประชาชนในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 16(1), 62–80.
- มงคล วิมลรัตน์, ชัยชนัดถ์กร ภาวิศพิริยะภฤติ และ พิมพพลอย ธีรสถิตย์ธรรม. (2568). อิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้ใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมศูนย์ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 15(1), 290–308.
- แววมยุรา คำสุข, พัชรา โพชะนิกร, เอกชัย ไชยดา, อธิวัฒน์ นฤนาท และ อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมีส่วนร่วมใช้บริการธุรกิจขนส่งพัสดุของกลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(60), 9–16.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *แนวโน้มพฤติกรรมการใช้จ่ายและภาระค่าครองชีพของครัวเรือนไทยในเขตเมือง*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2567). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังและสถานการณ์หนี้ครัวเรือนของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการคลัง.
- สิริภักตร์ สิริโท. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 20(2), 185–200.
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques*. (3<sup>rd</sup> ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Giddens, A. (2018). *Sociology*. (8<sup>th</sup> ed.). Cambridge: Polity Press.
- Goldstein, E. B. (2014). *Sensation and perception*. (8<sup>th</sup> ed.). Stamford, CT: Cengage Learning.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.