

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก FACTORS AFFECTING THE DECISION TO INCUR DEBT OF THE GRASSROOTS GROUP

ณัฐรุจา หมื่นสวัสดิ์¹, ปรัชญา งามจันทร์^{*2}
Nutruja Muensawat¹, Prajya Ngamjan^{*2}

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ภาควิเศษ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{1,2}MBA PROGRAM, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Kasetsart University, Thailand

^{*}Corresponding author's e-mail: natruja.h@ku.th¹, prachya.ng@ku.th^{*2}

Received: February 27, 2024

Revised: March 09, 2024

Accepted: March 17, 2024

บทคัดย่อ

ประชาชนกลุ่มฐานราก มีลักษณะโดยทั่วไป คือ รายได้น้อย การศึกษาไม่สูง และอยู่ในชนบท ด้วยโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม ประชาชนกลุ่มนี้มักประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาทางการเงินจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินและวิถีการดำเนินชีวิตของตนเอง ทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตในด้านต่าง ๆ งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยความรอบรู้ทางการเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันการเงิน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนฐานรากจำนวน 313 ราย พบว่า ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่งผลเชิงบวกต่อการก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงิน และตัวแปรด้านบุคลากรมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่งผลเชิงลบต่อการก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก และตัวแปรความรอบรู้ทางการเงิน ตัวแปรด้านราคา ตัวแปรด้านช่องทางจำหน่าย ตัวแปรด้านการส่งเสริมการขาย ตัวแปรด้านหลักฐานทางกายภาพ ตัวแปรด้านกระบวนการ และตัวแปรด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันการเงิน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก

คำสำคัญ: ประชาชนกลุ่มฐานราก; การก่อหนี้; ความรู้ทางการเงิน

Abstract

Grassroots people are generally characterized by having low income, low education level, living in the countryside, and economically and socially disadvantaged. This group of people often faces problems such as financial problems due to lack of knowledge and understanding of their own finances and lifestyle, which adversely affect their quality of life. This study investigated whether financial literacy, marketing mix factors (7Ps) and satisfaction with the services provided by financial institutions affect the decision on borrowing from financial

institutions. The data were collected from 313 grassroot people. The results found product variable significantly and positively affect borrowing decisions, while people variable negatively affects the decision. On the other hand, financial literacy, price, channel, promotion, physical, process, and satisfaction were not significantly affecting the borrowing decision.

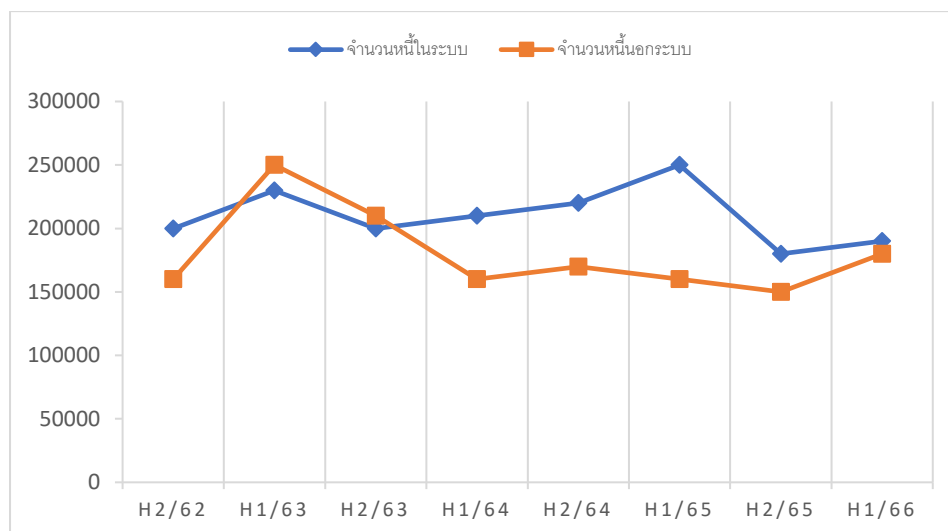
Keyword: grassroots people; debt creation; financial knowledge

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประชาชนกลุ่มฐานรากเป็นประชาชนที่ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมมักประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น ความยากจน ขาดโอกาสในการเข้าถึงการศึกษา สาธารณสุข ที่อยู่อาศัย และอื่น ๆ ภาครัฐและภาคเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือประชาชนกลุ่มนี้ให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสนับสนุนและพัฒนาเพื่อลดปัญหาความยากจนที่ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาประเทศ (อุทัยวรรณ สิริวัฒนกุล, 2563)

ปัญหาทางการเงินของกลุ่มคนฐานรากส่วนหนึ่งเนื่องจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินและวิถีการดำเนินชีวิตของตนเอง กลุ่มคนฐานรากส่วนใหญ่ดำเนินการทำงานตลอดวัน เมื่อได้เงินมาจะใช้จ่ายจนหมดโดยไม่มีการออมและไม่มีการวางแผนทางการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว (หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2564) ปัญหาทางการเงินสามารถกระทบต่อคุณภาพชีวิตในด้านต่าง ๆ ภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรมีมาตรการต่าง ๆ ในการช่วยเหลือกลุ่มคนฐานรากเพื่อแก้ไขปัญหาทางการเงิน

เมื่อเกิดความต้องการในการใช้เงินแหล่งเงินทุนหลักที่กลุ่มคนฐานรากจะนำมาใช้ คือ 1) เงินออม 2) เงินกู้จากครอบครัวและเพื่อนฝูง 3) เงินกู้จากสถาบันการเงิน 4) เงินกู้นอกระบบ โดยวัตถุประสงค์หลักในการก่อหนี้คือเพื่ออุปโภคบริโภค เช่น ใช้ซื้อยานพาหนะ ใช้ซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิต และใช้จ่ายอื่น ๆ กลุ่มคนฐานรากบางรายอาจต้องกู้เงินจากนายทุนนอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงมาก เงินกู้นอกระบบมักเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาหนี้สินของกลุ่มคนฐานราก เมื่อพวกเขาไปถึงการกู้จากธนาคารก็มีความเชื่อหรือทัศนคติจากที่เคยได้รับการบอกต่อจากคนรอบตัวว่าการกู้จากธนาคารเป็นเรื่องยาก แม้ว่าจะไม่เคยลองขอกู้จากธนาคารด้วยตนเองก็ตาม ทั้งนี้กลุ่มคนฐานรากส่วนใหญ่ที่เคยติดต่อกับธนาคารเพื่อขอกู้เงินก็ยังคงประสบปัญหาไม่ได้รับการอนุมัติเงินกู้ เนื่องจากไม่มีหลักประกันหรือเครดิตทางการเงิน (หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2564) สภาพทางการเงินประชาชนฐานรากมีหนี้สินเฉลี่ยประมาณ 200,000 บาท ต่อคน โดยภาพรวมหนี้นอกระบบมีทิศทางสูงขึ้นในช่วงแรกที่เกิดวิกฤตโควิด19 และมีทิศทางลดลงต่อเนื่องในระยะต่อมา และเริ่มกลับมาสูงขึ้นในช่วงกลางปี 2566 ในขณะที่หนี้ในระบบที่มีทิศทางสูงขึ้นในช่วงวิกฤต ซึ่งน่าจะเป็นผลจากมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐที่ให้สถาบันการเงินให้สินเชื่อกับผู้ที่มีรายได้น้อยที่ได้รับผลกระทบ (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2566) จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวมาแสดงให้เห็นรายละเอียดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ภาระหนี้สินเฉลี่ยต่อคน

ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน (2566) รายงานภาวะเศรษฐกิจฐานราก

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานราก ได้แก่ ความรอบรู้ทางการเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันการเงิน เพื่อค้นหาว่าปัจจัยด้านความรอบรู้ทางการเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความพึงพอใจในการบริการของสถาบันการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้กับสถาบันการเงิน โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถให้สถาบันการเงินนำเอาฐานข้อมูลไปใช้ในการคิดวิเคราะห์ ปรับปรุง พัฒนา รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ของสถาบันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อใช้แข่งขันในตลาดธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ทางการเงินของกลุ่มประชาชนฐานรากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงิน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารของกลุ่มประชาชนฐานรากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อหนี้ของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงิน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหนี้สิน

ปรเมศวร์ อินทรชุมนุม (2557) ได้ให้ความหมายของ “หนี้” หมายถึง ความผูกพันทาง กฎหมายระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ลูกหนี้” ต้องกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า “เจ้าหนี้”

การกระทำของลูกหนี้ที่มีต่อเจ้าหนี้เราเรียกว่า “วัตถุประสงค์” ซึ่งในทางกฎหมายย่อมหมายถึง การกระทำการ การงดเว้นกระทำการและสิ่งมอบทรัพย์สิน ซึ่งหากจะให้เข้าใจอย่างง่าย นั้นหมายถึง หน้าที่ของคู่กรณีหรือคู่สัญญาที่ต้องปฏิบัติต่อกัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Kotler, 2006) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการรับรู้กับความคาดหวังที่มีต่อการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ถ้าการทำงานของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พอใจ ถ้าการทำงานของผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวัง ทำให้เกิดความพอใจและถ้าเกินความคาดหวัง ยิ่งทำให้เกิดความพอใจมากขึ้นไปอีก

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) (Kotler, 1997) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ เครื่องมือทางการตลาดที่เราสามารถควบคุมได้ มักจะนิยมนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อก่อนส่วนประสมทางการตลาดจะมีแค่ 4 ตัวแปร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่อมามีการเพิ่มตัวแปรขึ้นมา 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล กระบวนการ และลักษณะกายภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะธุรกิจด้านบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ทางการเงิน (Financial literacy) (ปิยพร พันธุ์ผล, 2559) ความรู้ที่มีเกี่ยวกับการเงิน คือ การศึกษาถึงการใช้จ่ายการต่าง ๆ ที่อยู่อย่างจำกัดให้ได้ ประโยชน์สูงสุดมีส่วนช่วยในการกำหนดนโยบายทางการเงิน กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และข้อกำหนดต่าง ๆ จากรัฐบาลในการทำธุรกิจ กระบวนการคิดและพฤติกรรมของมนุษย์และรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ และสถิติช่วยในการศึกษาการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจในอดีต และแนวโน้มของธุรกิจในอนาคตเรามีความรู้ทางการเงินมากเพียงพอโดยใช้ข้อมูลหรือสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน อย่างน้อยก็เป็นภูมิคุ้มกันให้กับตัวเราเองและคนในครอบครัวให้สามารถจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ และไม่เป็นภาระแก่ตนเอง น่าจะเป็นประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจนในแต่ละครอบครัว แต่อย่างไรก็ดีหากในอนาคตทุก ๆ ครอบครัว มีความรู้ความเข้าใจในความรู้ทางการเงินอย่างเพียงพอ ก็ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม โดยรวมแก่ประเทศชาติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิกรานต์ เผือกมงคล (2560) ศึกษา เรื่อง ความรู้ทางการเงินของประชาชน จังหวัดปทุมธานี พบว่าเกษตรกรเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความรู้ทางการเงินไม่ครบทุกเรื่องและเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการบริหารการเงินส่วนบุคคลให้ประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่มีการวางแผนทางการเงินยังไม่เพียงพอและยังขาดความรู้รอบรอบรอบ ในขณะที่ยังมีการวางแผนเพื่อการเกษียณก็มักเริ่มต้นช้าเกินไป การให้ความรู้ทางการเงินจะช่วยปรับปรุงให้บุคคลมีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีขึ้น ด้านการเปรียบเทียบความรู้ทางการเงินของเกษตรกรการเข้าร่วมโครงการให้ความรู้ทางการเงินของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรมีความรู้ทางการเงินที่แตกต่างกันส่งผลทำให้ความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงิน และทัศนคติทางการเงินของเกษตรกรมีความแตกต่างกัน

รุ่งฤดี บุญศรี และอัศวิน ปสุธรรม (2563) ศึกษาสาเหตุการเกิดหนี้ในระบบของกลุ่มคนฐานราก (กรณีศึกษา หนี้ในระบบธนาคารออมสินสาขาสงขลา) พบว่า สาเหตุที่ก่อให้เกิดหนี้ในระบบ คือ ู้ใช้ในการอุปโภคบริโภคส่วนตัว เกิดจากการใช้จ่ายส่วนตัวที่สูงกว่ารายรับ โดยเป็นการใช้จ่ายที่เกิดจากอุปนิสัยส่วนตัว รสนิยม หรือความนิยมของบุคคล ค่าใช้จ่ายของสมาชิกในครอบครัว ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนกิจการ อาชีพ

ที่เป็นหนี้ระบบสูงสุด คือ พนักงานหน่วยงานราชการ ในพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และวงเงินกู้ที่ต้องการเฉลี่ย 100,000 – 200,000 บาท เมื่อศึกษาข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อรายย่อยทั้งหมดแล้ว ข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลอาชีพ-รายได้ ส่งผลต่อการผ่านการอนุมัติสินเชื่อผ่านระบบ LOPs

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน (2563) ศึกษาถึงภาพรวมในการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนฐานราก ประชาชนฐานรากมีการเข้าถึงบริการทางการเงินในภาพรวมสูงถึงร้อยละ 99.9 โดยส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการด้านฝาก/ถอน โอนเงิน และชำระเงิน ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการจากสถาบันการเงินในระบบร้อยละ 96.0 โดยใช้บริการธนาคารพาณิชย์เป็นอันดับ 1 และธนาคารเฉพาะกิจของรัฐเป็นอันดับ 2 แต่หากพิจารณาการเข้าถึงบริการทางการเงินเฉพาะด้าน โดยเฉพาะการเข้าถึงสินเชื่อพบว่ามีการใช้บริการผ่านสถาบันการเงินในระบบเพียงร้อยละ 78.9 โดยใช้บริการธนาคารพาณิชย์เป็นอันดับ 1 และใช้ บริการ Non-Bank อันได้แก่ บริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ (สินเชื่อนาโนไฟแนนซ์) / บริษัทบัตรเครดิต ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เช่น อีซีบาย อีออน ศรีสวัสดิ์ เป็นอันดับ 2 อีกทั้งยังคงมีการกู้เงินนอกระบบในระดับร้อยละ 10.2 แสดงให้เห็นถึงอุปสรรคที่ยังมีอยู่ในการเข้าถึงสินเชื่อ ทำให้ประชาชนฐานรากยังคงต้องรับภาระต้นทุนดอกเบี้ยสูงในการเข้าถึงเงินทุนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัญหาดังกล่าว มีสาเหตุจากการที่ ประชาชนฐานรากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 50 มีรายได้เป็นรายวัน ซึ่งมีความไม่แน่นอน และไม่มีเอกสารหลักฐานด้านรายได้ รวมถึงขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน

สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2566) ศึกษาระดับทักษะทางการเงินของคนไทย พบว่า ทักษะทางการเงินของคนไทยในทุกช่วงวัยมีพัฒนาการที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2016–2020 และมีลักษณะเป็น hump shape กล่าวคือ คนมักเพิ่มพูนทักษะทางการเงินตามอายุที่มากขึ้นและจะเริ่มมีทักษะที่แย่งลงเมื่อมีเข้าสู่วัยสูงอายุ ทั้งนี้ จากภาพรวมการสำรวจระดับทักษะทางการเงินครั้งล่าสุดของไทยเมื่อปี 2020 พบว่าทักษะทางการเงินของคนไทยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 71 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยการสำรวจของกลุ่มประเทศ OECD ที่ร้อยละ 60.5 แต่ถึงแม้ไทยจะมีค่าเฉลี่ยคะแนนที่ค่อนข้างสูงโดยเปรียบเทียบ แต่ก็ยังมีหลายด้านที่ควรต้องส่งเสริม คนไทยมีคะแนนทัศนคติทางการเงินที่ดี แต่ยังคงด้อยในด้านความรู้ทางการเงิน เมื่อพิจารณาว่าคนไทยนั้นขาดความรู้ทางการเงินในเรื่องใดเป็นพิเศษ พบว่า มี 3 สิ่งที่คนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ได้แก่ วิธีคำนวณดอกเบี้ยและเงินฝากทบต้น วิธีการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน และความเข้าใจและการตระหนักในมูลค่าของเงินตามกาลเวลา หากพิจารณาในด้านพฤติกรรมทางการเงินของคนไทยจะพบว่า คนไทยยังคงด้อยในเรื่องการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนการเลือกซื้อ/ใช้บริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

สมคิด ยาเคน และพรณิเพ็ญ หอมบุญมา (2559) ศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง สามารถอธิบายได้ว่า ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของประสิทธิภาพของระบบบริการทางการเงินมากที่สุด ด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมอยู่ในระดับมากกว่าปัจจัยอื่น ด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาลต่างๆ มากที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องการแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงานมากที่สุด ด้านบุคลากรกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือในระบบการเงินมากที่สุด และด้านกายภาพกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องระบบความปลอดภัยของธนาคารมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินส่งผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินของธนาคารออมสิน

ชาญวิทย์ บุรณะสันติกุล และ ศักดิ์สิทธิ์ บุญพลากร (2565) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคาร พาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของวงเงินกู้สูงสุดที่ธนาคารอนุมัติให้ได้ ด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความสะดวกในการดูรายละเอียดเงินกู้ของธนาคาร ด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ ด้านกระบวนการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับขั้นตอนที่ง่าย สะดวก และรวดเร็วในการติดต่อธนาคาร ด้านบุคลากรกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านพนักงานให้บริการด้วยความกระตือรือร้น รวดเร็ว มีความเต็มใจในการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่รองรับลูกค้าที่เพียงพอ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ปาริฉัตร ธนอมวงษ์ (2561) ศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3) สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านความปลอดภัย ด้านผลตอบแทน ด้านความเชื่อมั่น และด้านชื่อเสียงมี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก

มณฑิรา น้อยจีน (2562) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Krugthai NEXT ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยด้านการบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยภายในของการตัดสินใจใช้บริการ Krugthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 และไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปัจจัยด้านการบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยภายนอกของการตัดสินใจใช้บริการ Krugthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 และสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานของการวิจัย

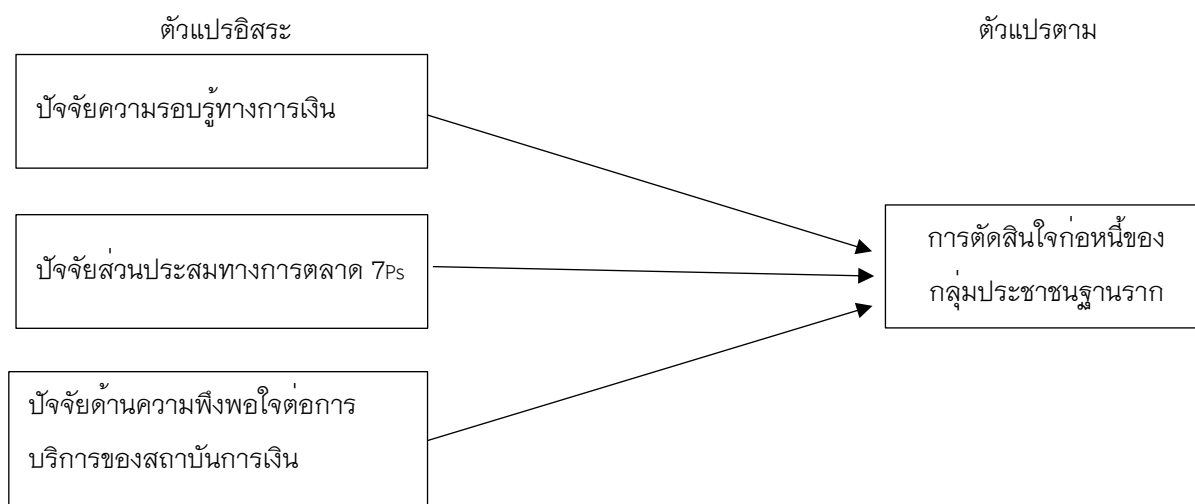
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินของกลุ่มประชาชนฐานรากส่งผลต่อการตัดสินใจของของกลุ่มประชาชนฐานราก

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการขาย, ด้านบุคลากร, ด้านหลักฐานทางกายภาพ, และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจของของกลุ่มประชาชนฐานราก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการบริการของสถาบันการเงินของกลุ่มประชาชนฐานรากส่งผลต่อการตัดสินใจของของกลุ่มประชาชนฐานราก

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระสี่ตัวแปรคือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความรู้ทางการเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการบริการสถาบันการเงิน โดยมี ตัวแปรตามคือการตัดสินใจก่อกำหนดหนี้ของประชาชนฐานรากสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรขนาดตัวอย่างของ (Cochran, 1963) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรฐานรากที่แน่นอนที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน ที่สาขาอำเภอหนานาหว้า จังหวัดนครพนม โดยที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 10 ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 262 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวของประชาชนฐานราก ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ทางการเงินของประชาชนฐานราก ตามแบบของ (OECD, 2022) จากรายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของไทย ปี 2565 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นคำถามความรู้ทางการเงิน 7 ข้อ โดยตอบถูก 1 ข้อ จะได้คะแนนข้อละ 1 คะแนน ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อกำหนดหนี้ของประชาชนฐานราก ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจก่อกำหนดหนี้ของประชาชนฐานราก ซึ่งเป็น

แบบสอบถามแบบปลายปิด ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของประชาชนฐานราก มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ 1-5 คะแนน สำหรับจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ทั้ง 3 ข้อ ได้แก่ หลักความเคารพในบุคคล (Respect for person) หลักการให้ประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดอันตราย (Beneficence/non-maleficence) และหลักความยุติธรรม (Justice)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้ 1) คัดเลือกประชากรฐานราก คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 – 65 ปี และมีรายได้ที่ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน ตามเกณฑ์การใช้สิทธิของประชาชนฐานรากของธนาคารออมสิน และกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) 2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนฐานรากที่มาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาอำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม รวมเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 313 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ประมวลผล และนำเสนอตารางวิเคราะห์ผลการวิจัยทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency distributions) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย การทดสอบค่า Chi-square ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ค่าอัตราเสี่ยง Exp(B) ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) การวิเคราะห์ถดถอยแบบโลจิสติก (Logistic regression analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประมาณค่าอิทธิพลของตัวปัจจัย ด้วยการทดสอบตัวแบบถดถอยโลจิสติก (Omnibus test of model coefficients) ทดสอบค่าสถิติ $-2\log \text{likelihood}$ เป็นค่า Pseudo R-square ใช้แทน R-square ในการถดถอยเชิงเส้น ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยกับตัวสถิติที่ใช้ทดสอบ (Variables in the equation) ทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's correlation coefficient

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ด้านเพศ พบว่า เพศหญิงมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาเพศชาย และไม่ระบุเพศ ตามลำดับ

1.2 ด้านอายุ พบว่า อายุ 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมา อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี อายุ 20-30 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

1.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับประถมศึกษา ตามลำดับ

1.4 ด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพโสด มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาสถานภาพสมรสจดทะเบียน/ไม่จดทะเบียน และสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ ตามลำดับ

1.5 ด้านอาชีพ พบว่า อาชีพรับจ้าง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา อาชีพเจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 37 คน และว่างงาน จำนวน 7 คน ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (logistic regression) ได้วิเคราะห์แบบจำลองตามสมการ ดังนี้

$$\text{logit} = \beta_0 + \beta_1 \text{FINANCE} + \beta_2 \text{PRODUCT} + \beta_3 \text{PRICE} + \beta_4 \text{PLACE} + \beta_5 \text{PROMOTION} + \beta_6 \text{PEOPLE} + \beta_7 \text{PHYSICAL} + \beta_8 \text{PROCESS} + \beta_9 \text{SATISFACTION} + u$$

โดยตัวแปรตาม logit คือการก่อกำหนดในระบบ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ FINANCE = ความรอบรู้ทางการเงิน, PRODUCT = ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์, PRICE = ความพึงพอใจด้านราคา, PLACE = ความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย, PROMOTION = ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขาย, PEOPLE = ความพึงพอใจด้านบุคลากร, PHYSICAL = ความพึงพอใจด้านหลักฐานทางกายภาพ, PROCESS = ความพึงพอใจด้านกระบวนการ, SATISFACTION = ด้านความพึงพอใจ และ $u = \text{error term}$

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (ตัวแปรตาม: การก่อกำหนดกับสถาบันการเงิน)

Variables in the Equation			
	B	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a			
FINANCE	.126	.463	1.135
PRODUCT	1.326	.027**	3.765
PRICE	.477	.344	1.611
PLACE	-.203	.758	.816
PROMOTION	.608	.351	1.837
PEOPLE	-1.656	.049**	.191
PHYSICAL	.865	.250	2.374
PROCESS	-.250	.740	.779
SATISFACTION	.570	.377	1.768
Constant	-3.883	.029	.021

a. Variable(s) entered on step 1: FINANCE, PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PHYSICAL, PROCESS, SATISFACTION.

*, **, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 10, 5 และ 1 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) พบว่า มีตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2 ตัวแปรดังนี้ ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 5% โดยที่ Exp(B) หรือ Odds ratio ของตัวแปร PRODUCT เท่ากับ 3.765 หมายความว่า หากความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย โอกาสที่ตัวอย่างจะก่อกำหนดกับสถาบันทางการเงินจะสูงขึ้น 2.765% ($3.765 - 1 = 2.765\%$) และ ตัวแปรด้านบุคลากรมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 5% โดยที่ Odds ratio ของ ตัวแปร PEOPLE เท่ากับ .816 หมายความว่า หากความพึงพอใจด้านบุคลากรเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย โอกาสที่ตัวอย่างจะก่อกวนกับสถาบันทางการเงินจะลดลง .809% ($0.191 - 1 = -.809$)

สรุปผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 คือ ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินของกลุ่มประชาชนฐานรากส่งผลต่อการตัดสินใจก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก

ยอมรับสมมติฐานที่ 2 (บางสมมติฐาน) ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐาน รากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรส่งผลต่อการก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบันการเงินของกลุ่มประชาชนฐานรากส่งผลต่อการตัดสินใจก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก ปัจจัยด้านความพึงพอใจไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานราก

การอภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงิน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อการก่อกวนกับสถาบันการเงิน หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์คือการให้บริการสินเชื่อ ที่มีหลากหลาย ตรงความต้องการ และมีความปลอดภัย สอดคล้องกับ (สมคิด ยาเคน และ พรธณเพ็ญ หอมบุญมา, 2559) ศึกษาปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมืองในจังหวัดลำปาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารในเรื่องของประสิทธิภาพของระบบบริการทางการเงินมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการแจกของที่ระลึกในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มาก และด้านบุคลากรให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือในระบบการเงินมาก ส่งผลต่อการก่อกวนกับสถาบันการเงิน และพบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านบุคลากรมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่งผลเชิงบวกต่อการก่อกวนกับสถาบันทางการเงิน ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินไม่ส่งผลต่อการก่อกวนของกลุ่มประชาชนฐานรากกับสถาบันการเงินของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความรู้ทางการเงินที่สูงถึงร้อยละ 77.54 เกือบเคียงกับงานวิจัยของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจ (ป๋วย อึ๊งภากรณ์, 2566) ที่พบว่าทักษะทางการเงินของคนไทยมีคะแนนเฉลี่ย ร้อยละ 71 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของ OECD

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ได้พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของสถาบันการเงินส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจก่อกวนกับสถาบันการเงิน ดังนั้นสถาบันการเงินควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มประชาชนฐานรากเพื่อให้ประชาชนกลุ่มนี้ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตรงกับความต้องการ ทำให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้บริการ ไม่เกิดการเอารัดเอาเปรียบลูกค้า สถาบันการเงินควรปฏิบัติงานให้ตรงตามข้อกำหนดการให้บริการลูกค้าแก่อย่างเป็นธรรม (Market conduct) ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนผู้ใช้บริการทางการเงินตามหลักกฎหมายคุ้มครอง

ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรับผิดชอบและเป็นธรรม ที่จะส่งผลให้สถาบันการเงินสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับการก่อหนี้กับสถาบันการเงิน ดังนั้นสถาบันการเงินควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงปัจจัยในด้านนี้เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายประชาชนฐานราก เข้ามาใช้บริการกับสถาบันทางการเงินเพิ่มขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม และอาจมีตัวแปรอื่นที่มีผลต่อการก่อหนี้กับสถาบันการเงิน ดังนั้นควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจก่อหนี้ในงานวิจัยครั้งต่อไปเพื่อจะได้เปรียบเทียบข้อแตกต่างเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- ชาญวิทย์ บุรณะสันติกุล และ ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน).* หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปรเมศวร์ อินทรชุมนุม. (2557). *การติดตามหนี้สินและการดำเนินคดีของสหกรณ์.* สืบค้น 16 พฤศจิกายน 2566 จาก <http://www.savings.chula.ac.th/sav/wp-Power-Point.pdf>.
- ปาริฉัตร ธนอมวงษ์ (2561). *ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝาก ของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3).* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปิยพร พันธุ์ผล. (2559). *ความสำคัญของการเงิน.* สืบค้น 16 พฤศจิกายน 2566 จาก <http://www.gotoknow.org/posts/599745>.
- มณทิรา น้อยจีน. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม.* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รุ่งฤดี บุญศรี และอัศวิน ปสุธรรม. (2563). *สาเหตุการเกิดหนี้ของระบบของกลุ่มคนฐานราก (กรณีศึกษา: หนี้นอกระบบธนาคารออมสินสาขาสงขลา).* หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิกรานต์ เผือกมงคล. (2560). *ความรู้ทางการเงินของประชาชน จังหวัดปทุมธานี.* สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2563). *การเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนฐานราก.* สืบค้น 16 พฤศจิกายน 2566 จาก http://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/10/GR_hotissue_FI_Grassroot_09_63_inter_info.pdf
- ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2020). *ภาวะหนี้สินของครัวเรือนฐานรากในประเทศไทย.* สืบค้น 16 พฤศจิกายน

- 2566 จาก <http://www.gsbresearch.or.th/published-works/grassroots-economic-research/8171/>
ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2566). รายงานภาวะเศรษฐกิจฐานราก. สืบค้น 16 พฤศจิกายน 2566 จาก
<http://www.gsbresearch.or.th/published-works/economic-and-business-research/12569/>
สมคิด ยาเคน และ พรรณเพ็ญ หอมบุญมา. (2559). ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของ
ประชากรในเขตเมืองและชานเมือง ในจังหวัดลำปาง. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ
การสื่อสาร, 11(2), 160-171.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). การสำรวจสถานะเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือน พ.ศ.2566. สืบค้น
16 พฤศจิกายน 2566 จาก http://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/qC.
- หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. (2564). กลุ่มคนฐานรากกับปัญหาทางการเงิน. สืบค้น
16 พฤศจิกายน 2566 จาก <http://www.sasinconsulting.com>.
- อุทัยวรรณ ของสิริวัฒนกุล. (2563). การเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนฐานราก. ผลงานเผยแพร่วิจัย
เศรษฐกิจฐานราก.
- Cochran, W. G. 1963. *Sampling Techniques*, 2nd Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.