

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์
ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO USE MOTORCYCLE TITLE LOANS OF
CONSUMERS IN BANGKOK

ศิริรัตน์ กันอุด
สาขาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้รับผิดชอบบทความ

SIRIRAT KUNAUD
Email: Sirirat_k@outlook.co.th
Faculty of Business Administration Program in Finance,
Ramkhamhaeng University
Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวนประชากรทั้งหมด 4,535,554 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมประชาชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และพฤติกรรมทางการเงิน อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทศนคติต่อพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และพฤติกรรมทางการเงิน เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรชุดนี้มีความสามารถในการพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ได้ร้อยละ 46.70

คำสำคัญ : ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน, ความรอบรู้ทางการเงิน, ความตั้งใจในการใช้บริการ

Abstract

This study employed a quantitative research approach to analyze the factors affecting the intention to use motorcycle title loan services among consumers in Bangkok. The population consisted of 4,535,554 individuals, and the sample size was determined to be 400 respondents. The findings revealed that, overall, consumers placed a high level of importance on the factors of the Theory of Planned Behavior, including attitude toward the behavior, subjective norms, perceived behavioral

control, and financial behavior. The analysis of factors influencing the intention to use motorcycle title loan services indicated that subjective norms, attitude toward the behavior, perceived behavioral control, and financial behavior were the key factors significantly affecting consumers' intention to use motorcycle title loan services in Bangkok. These variables were able to predict the intention to use motorcycle title loan services at 46.70 percent.

Keywords: Theory of Planned Behavior, Financial Literacy, Intention to Use Services

บทนำ

ปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในเขตเมืองขนาดใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าครองชีพในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น (OECD, 2020) ปัจจัยดังกล่าวทำให้ประชาชนจำนวนมากต้องเผชิญกับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น และเกิดความไม่แน่นอนทางการเงินในชีวิตประจำวัน (World Bank, 2022) เมื่อเกิดปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน บุคคลจึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมเพื่อรองรับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งในชีวิตประจำวันและเหตุการณ์ฉุกเฉิน ส่งผลให้บริการสินเชื่อเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ในปัจจุบันตลาดสินเชื่อที่มีหลักประกันมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสินเชื่อจำนำทะเบียนรถซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนที่ต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างรวดเร็ว จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (2565) พบว่าตลาดสินเชื่อทะเบียนรถในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากขั้นตอนการขอสินเชื่อไม่ซับซ้อน ใช้ระยะเวลาอนุมัติไม่นาน และผู้กู้ยังสามารถใช้รถได้ตามปกติในระหว่างการผ่อนชำระ ส่งผลให้สินเชื่อจำนำทะเบียนรถจกรยานยนต์กลายเป็นทางเลือกสำคัญสำหรับประชาชนที่ต้องการเสริมสภาพคล่องทางการเงินในระยะสั้น

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจกรยานยนต์ของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันไป เนื่องจากการตัดสินใจดังกล่าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคล มุมมองต่อการกู้ยืม รวมถึงระดับความเข้าใจด้านการบริหารจัดการทางการเงินของผู้ใช้บริการแต่ละราย ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจกรยานยนต์ จึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและแนวโน้มในการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ชัดเจนมากขึ้น และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการทางการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจกรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจกรยานยนต์ของคนในเขต

กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านความรอบรู้ทางการเงิน ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านความรอบรู้ทางการเงิน ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน น่าจะมีความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านความรอบรู้ทางการเงินน่าจะมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจํานำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นแนวคิดที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะในด้านการตัดสินใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการเงิน ซึ่งแนวคิดนี้พัฒนาโดย Ajzen (1991) โดยอธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เกิดจากความตั้งใจของบุคคลที่ผ่านกระบวนการคิดและประเมินอย่างมีเหตุผล โดยมีปัจจัยหลัก 3 ด้าน ดังนี้

1. ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) หมายถึง มุมมอง ความเชื่อ หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการกระทำหรือพฤติกรรมหนึ่ง ๆ ซึ่งเกิดจากการประเมินผลดีและผลเสียของพฤติกรรมนั้น หากบุคคลรับรู้ว่าการกระทำดังกล่าวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์หรือผลลัพธ์ที่ดี ก็จะมีแนวโน้มเกิดทัศนคติในเชิงบวก ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลมองว่าการกระทำดังกล่าวมีความเสี่ยงหรืออาจก่อให้เกิดผลเสีย ก็อาจทำให้เกิดทัศนคติในเชิงลบต่อพฤติกรรมนั้น Ajzen (1991) อธิบายว่า ทศนคติต่อพฤติกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยสะท้อนถึงการประเมินของบุคคลต่อผลลัพธ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากพฤติกรรม ซึ่งทัศนคติดังกล่าวสามารถส่งผลกระทบต่อระดับความตั้งใจของบุคคลในการดำเนินพฤติกรรม หากบุคคลมีทัศนคติในเชิงบวกต่อพฤติกรรมใด ก็จะมีแนวโน้มเกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นมากขึ้น

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือความคาดหวังของบุคคลรอบข้างที่มีต่อพฤติกรรมของตน เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลในสังคม ซึ่งความคิดเห็นหรือแรงกดดันจากบุคคลเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อ

ตัดสินใจของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง Kufaine (2024) อธิบายว่า การคล้อยตามกลุ่ม อ้างอิง สะท้อนถึงอิทธิพลของบุคคลรอบข้างที่มีต่อการตัดสินใจของบุคคล โดยหากบุคคลรับรู้ว่าคุณ สำคัญในชีวิตของตนสนับสนุนพฤติกรรมใด ก็จะมีแนวโน้มเกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้น มากขึ้น

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าตนเองมีความสามารถหรือทรัพยากรเพียงพอในการดำเนิน พฤติกรรมหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความรู้ ความสามารถ และทักษะของ บุคคล รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงบริการหรือข้อจำกัดด้านทรัพยากร Bandura (1986) อธิบายว่า ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในการควบคุมพฤติกรรม หรือที่เรียกว่า self-efficacy มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากบุคคลที่เชื่อมั่นในความสามารถของตนเองมักมีแนวโน้มดำเนินพฤติกรรมได้สำเร็จมากกว่า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรอบรู้ทางการเงิน (Financial Literacy)

ความรอบรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญต่อการ ดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในช่วงที่ระบบเศรษฐกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น และ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีความหลากหลาย ส่งผลให้บุคคลจำเป็นต้องมีความเข้าใจด้านการเงินเพื่อใช้ ประกอบการตัดสินใจ องค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้ให้ความหมายว่า ความรอบรู้ทางการเงินคือความสามารถในการเข้าใจข้อมูลทางการเงิน รวมถึงการมีทักษะและ ทักษะที่ที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถตัดสินใจและบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (OECD, 2020) โดยมีปัจจัยหลัก 3 ด้าน ดังนี้

1. ความรู้ทางการเงิน (financial knowledge) เป็นพื้นฐานที่ช่วยให้บุคคลเข้าใจ แนวคิดสำคัญ เช่น อัตราดอกเบี้ย เงินเฟ้อ หรือเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ความรู้เหล่านี้มี ความจำเป็นต่อการประเมินต้นทุนและความเสี่ยง โดยเฉพาะในกรณีของสินเชื่อที่มีรายละเอียด ซับซ้อน เช่น สินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ Lusardi & Mitchell (2014) อธิบายว่า ความรู้ ทางการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจทางการเงินของบุคคล โดยผู้ที่มีความรู้ทางการเงินใน ระดับสูงมักสามารถประเมินทางเลือกทางการเงินและบริหารจัดการหนี้สินได้ดีกว่า

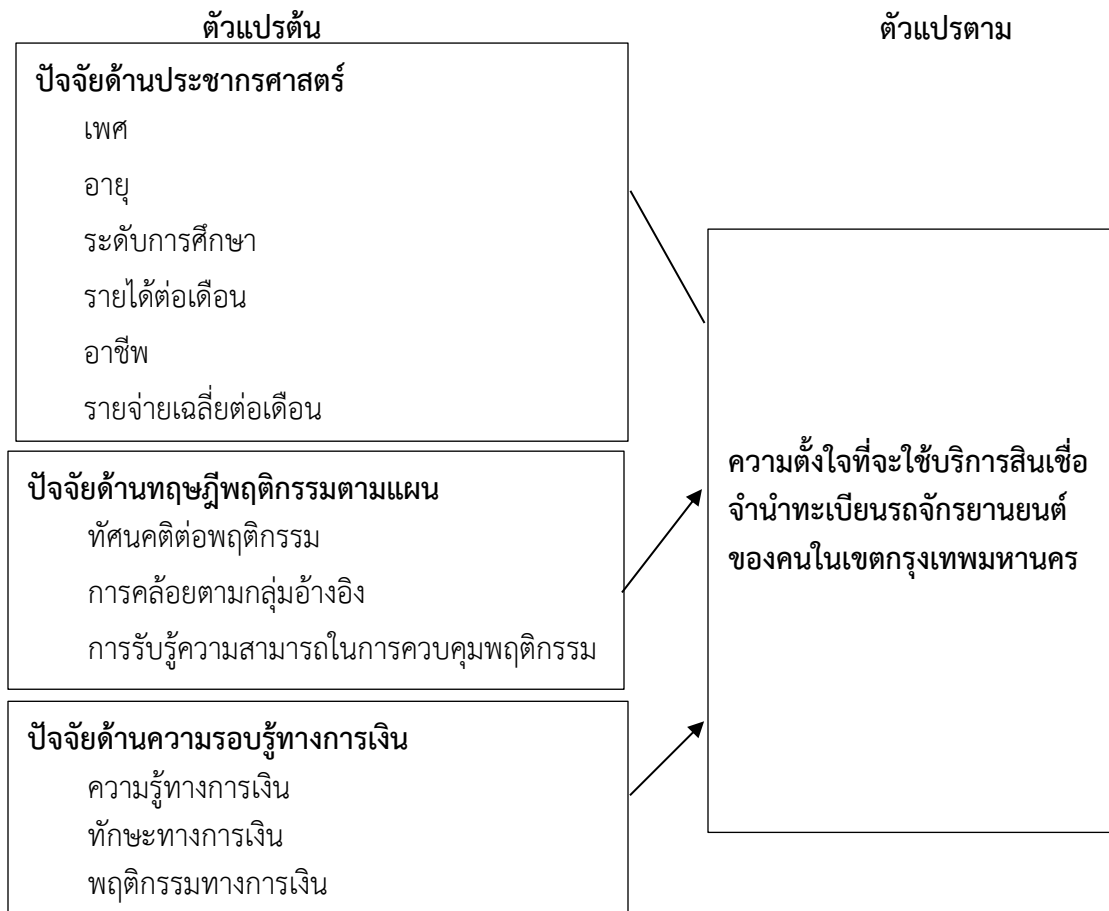
2. ทักษะทางการเงิน (financial skills) เป็นความสามารถในการนำความรู้ทางการเงิน ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น การวางแผนรายรับรายจ่าย การคำนวณภาระหนี้ หรือการ เปรียบเทียบข้อเสนอสินเชื่อจากแหล่งต่าง ๆ บุคคลที่มีทักษะทางการเงินมักสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการ ใช้บริการทางการเงินได้อย่างเหมาะสมมากกว่า OECD (2022) ระบุว่า ทักษะทางการเงินเป็น ความสามารถในการนำความรู้ทางการเงินไปใช้ในการตัดสินใจ เช่น การวางแผนทางการเงิน การ เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และการบริหารจัดการภาระหนี้

3. พฤติกรรมทางการเงิน (financial behaviors) เป็นการแสดงออกของการนำ ความรู้และทักษะทางการเงินไปใช้จริง เช่น การออมเงิน การชำระหนี้ตรงเวลา และการควบคุมระดับ หนี้ ซึ่งมีผลต่อความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว Xiao & Porto (2017) ระบุว่า พฤติกรรมทาง การเงินที่เหมาะสมสามารถช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดปัญหาหนี้สิน และส่งเสริมความมั่นคงทาง เศรษฐกิจของบุคคลในระยะยาว

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ

Engel, Blackwell และ Miniard (1995) อธิบายว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making) เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยกระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย การพิจารณาข้อมูล การเปรียบเทียบทางเลือก และการประเมินผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ ทั้งนี้ การตัดสินใจของผู้บริโภคมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ โดยเฉพาะในบริบทของบริการทางการเงินซึ่งผู้บริโภคจำเป็นต้องพิจารณาความเสี่ยงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในระยะยาวอย่างรอบคอบ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปราณี แสงรัตนไพบูลย์ และศศิธร สวัสดิเทพ (2564) ที่พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความรวดเร็วในการอนุมัติ และเงื่อนไขของสินเชื่อ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และตอบสนองต่อความต้องการใช้เงินทุนในระยะเวลาอันรวดเร็ว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามในลักษณะการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross Sectional Study) โดยสอบถามว่าผู้ตอบอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์ก่อนให้ตอบแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าค่า IOC ของข้อคำถามมากกว่า 0.50 ทุกข้อ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธี Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.957 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่มีรถจักรยานยนต์เป็นของตนเอง โดยอ้างอิงข้อมูลจากกรมขนส่งทางบก (2568) พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 4,535,554 คนโดยใช้สูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่มีรถจักรยานยนต์เป็นของตนเอง ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเผยแพร่แบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์และกลุ่มชุมชนออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดแบบช่วง ได้แก่ ปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ประกอบด้วย ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม รวมทั้งปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ประกอบด้วย ความรู้ทางการเงิน ทักษะทางการเงิน และพฤติกรรมทางการเงิน และ ความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจําหน่ายทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

2.1 ความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจําหน่ายทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-Test

2.2 ความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจําหน่ายทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์กับบริษัท ศรีสวัสดิ์ เงินสดทันใจ รองลงมา ได้แก่ สมหวัง เงินสั่งได้ และ บริษัทติดล้อ ตามลำดับ ขณะที่บางส่วนใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่น เช่น เมืองไทย แคปปิตอล คาร์ ฟอร์ แคช มอเตอร์ไซค์ เงินไทย และ KTC พี่เบิ้ม สำหรับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.7) ขณะที่เพศหญิง (ร้อยละ 48.3) ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน โดยเฉพาะช่วงอายุประมาณ 30-45 ปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่ม เจเนอเรชันวาย และช่วงต้นของ เจเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มมีภาระความรับผิดชอบทางการเงินมากขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล หรือภาระทางการเงินอื่น ๆ จึงมีแนวโน้มให้ความสนใจหรือใช้บริการสินเชื่อเพื่อเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินมากกว่ากลุ่มวัยอื่น ขณะที่กลุ่มอายุ 17-29 ปี จัดอยู่ในกลุ่ม เจเนอเรชันแซต ซึ่งส่วนใหญ่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นการทำงาน ส่วนกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปจัดอยู่ในช่วงปลายของ เจเนอเรชันเอ็กซ์ และ เบบี้บูมเมอร์ ซึ่งอาจมีพฤติกรรมทางการเงินและรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างออกไป ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.8) รองลงมา คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช./ปวส.) (ร้อยละ 22.5) ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า (ร้อยละ 12.3) ระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 5.8) และต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 2.8) ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท (ร้อยละ 25.5) รองลงมา คือ ช่วงรายได้ 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ 17.0) และช่วงรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท (ร้อยละ 15.3) ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 35.0) รองลงมา ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 13.0) และเจ้าของธุรกิจส่วนตัวหรือผู้ประกอบการออนไลน์ (ร้อยละ 10.8) ด้านรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายจ่ายอยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 27.0) รองลงมา ได้แก่ ช่วง 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ 24.5) และช่วง 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 24.3)

2. จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันของความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการวิเคราะห์พบว่า เพศมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig = 0.003) ขณะที่ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ก็พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และปัจจัยด้านความรอบรู้ทางการเงินมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ($n = 400$)

ปัจจัย	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
ค่าคงที่	0.819	0.198		4.133	0.000*	57.340	0.000*
ทัศนคติต่อพฤติกรรม	0.287	0.058	0.279	4.903	0.000*		
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.561	0.047	0.579	11.971	0.000*		
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	-0.253	0.072	-0.244	-3.535	0.000*		
ความรู้ทางการเงิน	-0.160	0.091	-0.156	-1.762	0.079		
ทักษะทางการเงิน	-0.051	0.103	-0.048	-0.495	0.621		
พฤติกรรมทางการเงิน	0.359	0.066	0.353	5.453	0.000*		

$R = 0.683$, $R^2 = 0.467$, Adjusted R Square = 0.459, SEE = 0.527 * sig < 0.05

จากผลการศึกษาปัจจัยอิสระทั้ง 6 ด้านที่นำมาวิจัย พบว่ามีจำนวน 4 ปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเรียงลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้น ได้แก่ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.561 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด โดยมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อ รองลงมา คือ พฤติกรรมทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.359 และทัศนคติต่อพฤติกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.287 ซึ่งมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันเช่นกัน ขณะที่การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.253 ซึ่งมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามกับความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ปัจจัย สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 46.70 ($R^2 = 0.467$) และสามารถเขียนสมการถดถอยในรูปแบบได้ดังนี้

$Y = 0.819 + 0.561$ (การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง) + 0.359 (พฤติกรรมทางการเงิน) + 0.287 (ทัศนคติต่อพฤติกรรม) - 0.253 (การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างของความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร สมใจ และ กาญจนา กองทอง (2566) ซึ่งระบุว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ลภัสสรดา พงษ์ศิริ (2565) ที่พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถของผู้บริโภค ทั้งนี้ อาจอธิบายได้ว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ภาระค่าใช้จ่าย รวมถึงความต้องการด้านการเงินที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินน่าจะมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง พบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.561 แสดงให้เห็นว่า การได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลใกล้ชิด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของคุณ ซึ่งผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Rozenkowska (2023) และ Jamitzky & Halaszovich (2024) ที่พบว่าบรรทัดฐานทางสังคมและกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของคุณ

ด้านพฤติกรรมทางการเงิน พบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลำดับที่ 2 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.359 แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่เหมาะสม เช่น การวางแผนรายรับรายจ่าย การจัดการภาระหนี้ และการบริหารจัดการทางการเงินอย่างมีระบบ จะมีแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มรกต มีสวัสดิ์ และ คมสัน สุริยะ (2566) ที่พบว่า พฤติกรรมทางการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการเลือกใช้แหล่งเงินทุนของคุณ

ด้านทัศนคติต่อพฤติกรรม พบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลำดับที่ 3 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.287 แสดงให้เห็นว่า หากบุคคลมีมุมมองหรือทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้บริการสินเชื่อ เช่น มองว่าสามารถช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินหรือช่วยแก้ไขปัญหาทางการเงินในระยะสั้นได้ ก็จะมีผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ

Ajzen (1991) ที่อธิบายว่าทัศนคติของบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม

ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลำดับสุดท้าย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.253 แสดงให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นของบุคคลในการจัดสรรรายได้เพื่อควบคุมการชำระหนี้ตามสัญญา กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถบริหารจัดการรายได้และควบคุมการชำระหนี้ได้ดีขึ้น แนวโน้มในการใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์จะลดลง เนื่องจากบุคคลสามารถจัดการสถานะทางการเงินของตนเองได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการกู้ยืมเพิ่มเติม ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ที่ระบุว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อจำนำทะเบียนรถจักรยานยนต์ของคนในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งสะท้อนว่าความคิดเห็นจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัวหรือเพื่อน มีบทบาทต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ ดังนั้นสถาบันการเงินควรสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรและสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเสริมความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจริงมา คือ ทัศนคติต่อพฤติกรรม โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกและความรวดเร็วในการเข้าถึงบริการ สถาบันการเงินจึงควรพัฒนารูปแบบการให้บริการให้มีขั้นตอนที่ง่ายและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และ พฤติกรรมทางการเงิน ยังมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการสินเชื่อ โดยผู้ที่มีความมั่นใจในการบริหารจัดการด้านการเงินและมีการวางแผนรายรับรายจ่ายอย่างเหมาะสม จะมีแนวโน้มตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อได้อย่างมีเหตุผลมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการเงินควรร่วมกันส่งเสริมความรู้และพฤติกรรมทางการเงินของประชาชน เพื่อลดความเสี่ยงด้านหนี้สินในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคอื่นของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น และสามารถสะท้อนพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของประชาชนในบริบทที่แตกต่างกันได้อย่างครอบคลุม

2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลเพียงวิธีเดียว การวิจัยในอนาคตควรผสมผสานวิธีการเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม หรือ การสังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถอธิบายมุมมองและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

เอกสารอ้างอิง

จิราพร สมใจ, และ กาญจนา กองทอง. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภค. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี*, 10(2), 45–60.

- ธนิดา จิตรประกอบ. (2564). พฤติกรรมทางการเงินของประชาชนและผลต่อการตัดสินใจทางการเงิน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการเงิน*, 15(1), 78–92.
- ปราณี แสงรัตน์ไพบูลย์, และ ศศิธร สวัสดิเทพ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของผู้บริโภค. *วารสารบริหารธุรกิจสมัยใหม่*, 13(2), 89–102.
- มรกต มีสวัสดิ์, และ คมสัน สุริยะ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมของครัวเรือนไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์*, 9(1), 101–118.
- ลภัสรดา พงษ์ศิริ. (2565). พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อทะเบียนรถของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารการเงินและการลงทุน*, 7(2), 55–68.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). *Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study*. Paris: OECD Publishing.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.
- Jamitzky, F., & Halaszovich, T. (2024). Consumer attitudes and economic decision-making: An application of the theory of planned behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(1), 45–58.
- Kufaine, T. (2024). Social influence and financial decision-making: Evidence from behavioral finance studies. *International Journal of Financial Studies*, 12(1), 1–15.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics and Finance*, 14(4), 332–368.
- Mankiw, N. G. (2014). *Principles of economics* (7th ed.). Cengage Learning.
- Naskar, S., & Merigó-Lindahl, J. M. (2025). The theory of planned behavior in consumer research: A bibliometric review. *Journal of Business Research*, 170, 114–126.
- OECD. (2020). *OECD/INFE 2020 international survey of adult financial literacy*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2022). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. Paris: OECD Publishing.
- Rozenkowska, A. (2023). Application of the theory of planned behavior in consumer decision-making. *Sustainability*, 15(8), 6452.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.

Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial education and financial satisfaction: Financial literacy, behavior, and capability as mediators. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 805–817.