

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี
BEHAVIOR OF USING PICO FINANCE SERVICE FOR CONSUMERS
IN NONTHABURI PROVINCE

สุวิชาติ ภาคามล¹ กรณ์ยัพัฒน์ อิมประเสริฐ²
Suvichada Pakamol¹ Karanpat Imprasert²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 385 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square

ผลการวิจัยพบว่า พบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีจำนวนคนในครอบครัว 3 – 4 คน (2) พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีรายได้เป็นรายเดือน ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ประเภทธรรมดา (ไม่เกิน 50,000 บาท) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา/ค่าเทอม/ชำระหนี้ กยศ. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตนเอง โดยจะเลือกใช้บริการในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม เลือกใช้บริการทั้ง 5 สาขา โดยต้องการกู้เงินต่ำกว่า 15,000 บาทต่อครั้ง (3) การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และจำนวนคนในครอบครัวต่างกัน มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
M.B.A student, Master of Business Administration, Rajapruck University

² อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
Advisor of Master of Business Administration, Rajapruck University

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการ, สินเชื่อ, นนทบุรี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the demographic characteristics of consumers using Pico Finance services in Nonthaburi Province, 2) to study the behavior of consumers using Pico Finance services in Nonthaburi Province, and 3) to compare customers' behavior of using Pico Finance services in Nonthaburi Province that classified by demographic characteristics. This research was quantitative research. Data were collected by questionnaires. The research population was 385 consumers who used Pico Finance services in Nonthaburi Province. The data were analyzed by using statistical tools such as frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing using a statistical Chi-Square.

The results of the research were as follows (1) Most of the respondents were female, aged between 41-60 years old, graduating with a bachelor's degree, marital status, having average monthly income between 10,001-20,000 Baht, occupation as self-employed / trading and has 3 - 4 family members (2) based on customers' behavior of using Pico Finance services in Nonthaburi Province found that most consumers who used Pico Finance services in Nonthaburi Province were a group of person who has monthly income, consumers choose to take the standard type of Pico finance loan (not more than 50,000 baht), which is intended for education / tuition fees / repayment of the student loan. Most influential person in decision-making is themselves, which will choose to use the service during October-December in all 5 branches to borrow less than 15,000 baht per time. (3) Finally, from comparing customers' behavior classified by demographic characteristics found that consumers with different gender, age, education level, average monthly income, status, occupation and number of family members had significantly different behaviors in choosing Pico Finance services among consumers in Nonthaburi Province. All test was conducted at 0.05 levels of significance.

Keywords: service usage behavior, Loan, Nonthaburi

บทนำ

ปัจจุบันหนี้นอกระบบนับเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของระบบเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำของรายได้ประชาชน และก่อให้เกิดอาชญากรรมมากขึ้นในสังคม ปัญหาหนี้นอกระบบมีสาเหตุหลักจากประชาชนผู้มีรายได้น้อยขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินของรัฐได้ จึงจำเป็นต้องกู้เงินที่อาจเขียนไม่ตรงกับเงินที่ได้รับ ให้คิดดอกเบี้ยเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด โดยมีอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 10 – 30 ต่อเดือน เพื่อนำเงินมาใช้จ่ายสำคัญ เช่น ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ ใช้จ่ายในครัวเรือน ดูแลสุขภาพ และเป็นค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น (ไพฑูริย์ เอกจริยกร, 2554)

รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบให้แก่ประชาชนรายย่อย โดยจะเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหานี้นอกระบบแก่ประชาชนไปด้วยในเวลาเดียวกัน จึงได้อนุญาตให้มีการประกอบธุรกิจสินเชื่อรายย่อยประเภทใหม่ ได้แก่ สินเชื่อรายย่อยระดับจังหวัดภายใต้ การกำกับ (สินเชื่อพีโกไฟแนนซ์) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสามารถเรียกเก็บดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมใด ๆ ได้ไม่เกินร้อยละ 36 ต่อปี ทั้งนี้ได้ประกาศกำหนดให้การให้สินเชื่อพีโกไฟแนนซ์อันเป็นกิจการที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกิจการธนาคาร ถือเป็นกิจการที่ต้องขออนุญาตต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ดังนั้น ผู้ที่ให้สินเชื่อแก่บุคคลอื่น เป็นทางการค้าปกติโดยมีลักษณะสินเชื่อเข้าข่ายตามลักษณะของสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ดังกล่าว จึงต้อง ขออนุญาตประกอบธุรกิจให้ถูกต้อง และดำเนินงานให้เป็นไปตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กระทรวงการคลัง โดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ในฐานะผู้กำกับดูแลการประกอบธุรกิจ กำหนดขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2562)

สำหรับสถานการณ์การประกอบธุรกิจสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ในช่วงเดือนเมษายน 2563 ยังคงมีแนวโน้มชะลอตัว โดยมีปัจจัยหลักมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และภาวะเศรษฐกิจของประเทศและของโลกที่ชะลอตัว ส่งผลให้มีจำนวนผู้สนใจยื่นขออนุญาตประกอบธุรกิจสินเชื่อประเภทพีโกไฟแนนซ์และประเภทพีโกพลัสสะสมสุทธิ 1,194 ราย เพิ่มขึ้นเพียง 5 ราย จากเดือนมีนาคม 2563 ในจำนวนนี้เป็นผู้ยื่นคำขออนุญาตประกอบธุรกิจสินเชื่อประเภทพีโกไฟแนนซ์ (มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท ให้สินเชื่อแก่ประชาชนได้ไม่เกิน 50,000 บาทต่อราย และเรียกเก็บดอกเบี้ย กำไรจากการให้สินเชื่อ ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมอื่นใด รวมกันได้ไม่เกิน 36% ต่อปี (Effective rate) สะสมสุทธิจำนวน 1,037 ราย (เพิ่มขึ้น 4 ราย จากเดือนมีนาคม 2563) และเป็นผู้ยื่นคำขออนุญาตประกอบธุรกิจสินเชื่อประเภทพีโกพลัส (มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ให้สินเชื่อแก่ประชาชนได้ไม่เกิน 100,000 บาทต่อราย และเรียกเก็บดอกเบี้ย กำไรจากการให้สินเชื่อ ค่าปรับ ค่าบริการ และค่าธรรมเนียมอื่นใด รวมกันได้ไม่เกิน 36% ปี (Effective rate) สำหรับวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 50,000 บาทแรก และสำหรับวงเงินสินเชื่อที่เกินกว่า 50,000 บาทเป็นต้นไป ให้เรียกเก็บได้ไม่เกิน 28% ต่อปี (Effective rate) สะสมสุทธิ จำนวน 157 ราย

(เพิ่มขึ้น 1 ราย จากเดือนมีนาคม 2563) นอกจากนี้ ผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินเชื่อรายอื่น ๆ ได้แก่ ศรีสวัสดิ์ เงินติดล้อ นิมชีเส็ง ลิสซิ่ง เงินเทอร์โบ เมืองไทย แคปปิตอล และเมืองไทยลิสซิ่ง ฯลฯ ในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ และสินเชื่อรายย่อยเพื่อการประกอบอาชีพภายใต้การกำกับ (นาโนไฟแนนซ์) รายใหญ่ ๆ ที่ขยายธุรกิจเพื่อเข้ามาเปิดบริการสินเชื่อในระดับพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอื่นที่นอกเหนือจากสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ (โพสต์ทูเดย์, 2563 : ออนไลน์)

พฤติกรรมการใช้จ่ายที่ส่งผลต่อการดำรงชีพของกลุ่มคนในปัจจุบัน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินหลายลักษณะ เช่น การใช้จ่ายเพื่อการออมและการลงทุน (เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ กองทุนรวมต่าง ๆ) การใช้จ่ายค่าใช้จ่ายคงที่ (ค่าผ่อนบ้าน/เช่าที่พักอาศัย ค่าผ่อนรถ) การใช้จ่ายค่าใช้จ่ายผันแปร (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอาหาร ค่าเสื้อผ้า ค่าเดินทาง ค่ารักษาพยาบาล ค่าสินทนากการสิ่งบันเทิงต่าง ๆ) สำหรับพฤติกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในจังหวัดนนทบุรี ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตเป็นสังคมเมือง มีความเป็นบริโภคนิยมตามกระแสวัฒนธรรมตะวันตก อาจพบพฤติกรรมการใช้จ่ายที่นิยมบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น หรือซื้อสิ่งของที่มีราคาแพง ตามกระแสนิยม ทำให้เกิดปัญหาหนี้สิน และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของกลุ่มคนในจังหวัดนนทบุรี กอปรกับจากการวิเคราะห์หนี้สินทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อครัวเรือน จำแนกรายจังหวัด พ.ศ. 2553 – 2560 พบว่า จังหวัดนนทบุรีมีแนวโน้มหนี้สินทั้งสิ้นเฉลี่ยทั้งครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2553 มีหนี้สินทั้งสิ้นเฉลี่ยทั้งครัวเรือน จำนวน 117,361 บาท ปี พ.ศ. 2556 มีหนี้สินทั้งสิ้นเฉลี่ยทั้งครัวเรือน จำนวน 260,752 บาท และปี พ.ศ. 2560 มีหนี้สินทั้งสิ้นเฉลี่ยทั้งครัวเรือน จำนวน 288,940 บาท (สำนักงานงบประมาณของรัฐบาล, 2563) จึงส่งผลให้กลุ่มคนในจังหวัดนนทบุรี มีการใช้จ่ายและกู้เงินเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะผู้สนใจประกอบธุรกิจสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ และต้องการทราบพฤติกรรม รวมทั้งความต้องการของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล จึงได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้สินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและกำหนดรูปแบบทางการตลาด เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

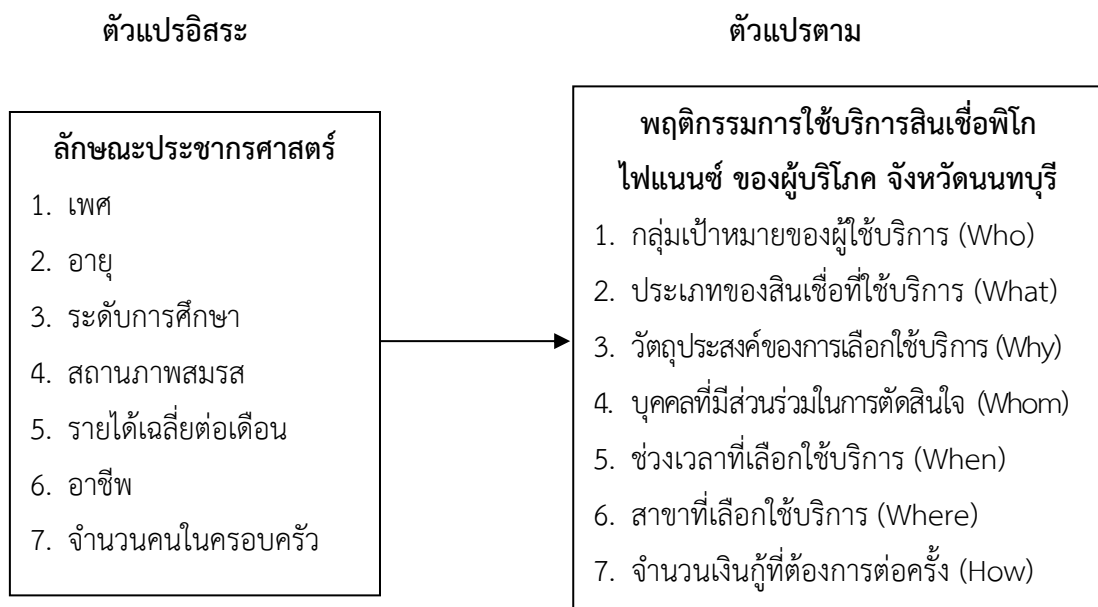
1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโกลิไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโงไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2012) ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ (Who) ประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ (What) วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ (Why) บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Whom) ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ (When) สาขาที่เลือกใช้บริการ (Where) และจำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้ง (How) ซึ่งสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อไฟโงไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ บริษัท รักเมืองนนท์ ไฟโง จำกัด บริษัท ททรัพย์ศิริ (2017) จำกัด บริษัท จีซีไอ ไฟโงโซลูชั่น จำกัด บริษัท บิ๊ก มั่นนี่ (นนทบุรี) จำกัด และบริษัท เอเอเอ็ม แคปปิตอล

เซอร์วิส นนทบุรี จำกัด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่ จึงไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรีทั้ง 5 สาขา ๆ ละ 77 คน รวมทั้งสิ้น 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรีโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และจำนวนคนในครอบครัว ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaires) เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) มีข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaires) เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) มีข้อคำถาม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended)

วิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

จากการหาค่าความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งซึ่งจากการหาค่าดัชนี IOC ปรากฏผลค่าดัชนี IOC รายข้อ อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 และภาพรวม เท่ากับ 0.98

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างตัวแปร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555) ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปร

1.1 วิเคราะห์และอธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์และอธิบายข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี โดยสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์กับข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี โดยสถิติที่ใช้ คือ Chi-Square

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีจำนวนคนในครอบครัว 3 – 4 คน

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี พบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีรายได้เป็นรายเดือน ผู้บริโภคเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ ประเภทธรรมดา (ไม่เกิน 50,000 บาท) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา/ค่าเทอม/ชำระหนี้ กยศ. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตนเอง โดยจะเลือกใช้บริการในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม เลือกใช้บริการทั้ง 5 สาขา (ได้แก่ บริษัท รักเมืองนนท์ ฟิโก จำกัด บริษัท ทรัพย์ศิริ (2017) จำกัด บริษัท จีซีไอ ฟิโกโซลูชั่น จำกัด บริษัท บิ๊ก มั่นนี้ (นนทบุรี) จำกัด และบริษัท เอเอเอ็ม แคปปิตอล เซอร์วิส นนทบุรี จำกัด) โดยต้องการกู้เงินต่ำกว่า 15,000 บาทต่อครั้ง

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ใครที่ต้องการใช้เงินกู้ (Who) ประเภทของเงินที่กู้ (What) เหตุผลในการกู้เงิน (Why) คนที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Whom) ช่วงเวลาในการกู้เงิน (When) สถานที่ในการกู้เงิน (Where) และวงเงินที่ยื่นกู้/ครั้ง (How) โดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนันทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	ผลการทดสอบ						
	กลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ	ประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ	วัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ	บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	สาขาที่เลือกใช้บริการ	จำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้ง
1. เพศ	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*
2. อายุ	แตกต่างกัน*	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน*	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*
3. ระดับการศึกษา	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
4. สถานภาพสมรส	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	แตกต่างกัน*	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*
6. อาชีพ	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*
7. จำนวนคนในครอบครัว	แตกต่างกัน*	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*	แตกต่างกัน*

* มีนัยสำคัญทางสถิติมีระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า

1. จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนันทบุรี ในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนันทบุรี ด้านกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ และด้านจำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้ง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนันทบุรี ด้านประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ และด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ด้านกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ ด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ และด้านจำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ด้านประเภทของสินเชื่อที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. จำแนกตามจำนวนคนในครอบครัว พบว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนคนในครอบครัวต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ด้านกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ ด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ และด้านจำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีจำนวนคนในครอบครัวต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ด้านประเภทของสินเชื่อที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ จังหวัดนนทบุรี โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีรายได้เป็นรายเดือน ซึ่งเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ ประเภทธรรมดา (ไม่เกิน 50,000 บาท) มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา/ค่าเทอม/ชำระหนี้ กยศ. โดยตนเองเป็นผู้ตัดสินใจเข้าใจบริการ ซึ่งจะเลือกใช้บริการในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคม และเลือกใช้บริการทั้ง 5 สาขา ในจังหวัดนนทบุรี โดยต้องการกู้เงินเฉลี่ยต่ำกว่า 15,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะ ความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาด สามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Market strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหา ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, WHY?, WHOM?, WHEN?, WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS และ OPERATIONS

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรม การใช้บริการสินเชื่อไฟโงไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

2.1 ด้านเพศ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ไฟโงไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัทรินทร์ ทองดี (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ ใช้บัตรเครดิตเงินสดของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ในด้านจำนวนสินเชื่อบัตรเครดิตที่ทานใช้อยู่ในปัจจุบัน แตกต่าง กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านจำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อบัตรเครดิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.2 ด้านอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ไฟโงไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน ยกเว้นด้านประเภทของสินเชื่อที่ให้บริการ และด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวัญเรือน หนูชู (2558) วิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ กระทรวงยุติธรรม จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ด้านระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือก ใช้ บริการสินเชื่อไฟโงไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิรัชฐิตา แจ้เปล่า (2559) วิจัยเรื่อง การ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครู จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ด้านสถานภาพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สินเชื่อไฟโงไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวัญเรือน หนูชู (2558) วิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาด

บริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโกลไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน ยกเว้นด้านประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิรัชฐิตา แจ้งเปล่า (2559) วิจัยเรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 ด้านอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโกลไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สยานนท์ สหุนนต์ (2561) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา ผลการวิจัยพบว่า อาชีพของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคล ด้านวิธีการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคล ด้านวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคล และด้านกรอบระยะเวลาที่กำหนดในการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 ด้านจำนวนคนในครอบครัว พบว่า ผู้บริโภคที่มีจำนวนคนในครอบครัวต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสินเชื่อไฟโกลไฟแนนซ์ของผู้บริโภค จังหวัดนนทบุรี ในทุกด้าน ยกเว้นด้านประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ออสแมน และคณะ (Osman et al., 2013) วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกธนาคารของเกษตรกรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 1 – 5 คน ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารของรัฐ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ใช้บริการทุกประเภท โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีรายได้เป็นรายเดือน โดยให้สิทธิพิเศษกับผู้ใช้บริการที่ยื่นขอสินเชื่อ เช่น ฟรีค่าธรรมเนียม และฟรีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ
2. ด้านประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนได้รู้จักสินเชื่อไฟโกลไฟแนนซ์มากขึ้น โดยวิธีการโฆษณาทั้งทางโทรทัศน์ นิตยสาร และผ่านสื่อออนไลน์

เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าเชื่อให้ประชาชนที่มีความสนใจได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน

3. ด้านวัตถุประสงค์ของการเลือกใช้บริการ ผู้ประกอบการควรจัดทำแพ็คเกจพิเศษ โดยมีอัตราดอกเบี้ย 0% เฉพาะสำหรับผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้เงินสด กรณีการใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เช่น การศึกษา/ค่าเทอม/ชำระหนี้ กยศ. ฯลฯ

4. ด้านบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เจ้าหน้าที่ของสินเชื่อไฟแนนซ์ ควรทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเข้าไปให้ความรู้และแนะนำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการหรือผู้ที่สอบถามข้อมูลได้รับทราบข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

5. ด้านเวลาที่เลือกใช้บริการ สินเชื่อไฟแนนซ์ สินเชื่อไฟแนนซ์ ควรคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการของกลุ่มลูกค้า รวมถึงควรมีการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในช่วงเวลาเดือนเมษายน - มิถุนายนของทุกปี อย่างครบวงจร เพื่อมิให้ลูกค้าที่ใช้บริการเสียเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงิน

6. ด้านสาขาที่เลือกใช้บริการ ควรสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของสินเชื่อไฟแนนซ์ให้โดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจ รวมถึงควรกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับการให้บริการที่ดี ถูกต้อง เป็นมาตรฐาน รวดเร็ว และทันเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

7. ด้านจำนวนเงินกู้ที่ต้องการต่อครั้ง สินเชื่อไฟแนนซ์ สินเชื่อไฟแนนซ์ ควรมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการขอสินเชื่ออย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันการเกิดหนี้สูญในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง เพื่อเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างและความต้องการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงพัฒนารวมถึงวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). การวิเคราะห์สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขวัญเรือน หนูชู. (2558). ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด. โครงการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 34 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2113 – 2119.

- ไผทชิต เอกจริยกร. (2554). ปัญหาหนี้ในระบบในสังคมไทย. **วารสารราชบัณฑิตยสถาน**. 36 (มกราคม – มีนาคม 2554), 14 – 15.
- พัชรินทร์ ทองดี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตเงินสดของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. **บทความวิจัยนิตยสารระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 1 – 16.
- โพสต์ทูเดย์. (2563). **คลังปลื้มพีโกไฟแนนซ์ 335 ราย ช่วยลดหนี้ลูกค้า**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/finance-stock/news/625128>. (2563, 19 ธันวาคม)
- วิรัชฐิตา แจ่มเปล่า. (2559). **การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สยามนธ์ สหุนนต์. (2561). พฤติกรรมการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี พัทยา. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12(2) พฤษภาคม - สิงหาคม 2561, 369 – 383.
- สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา. (2563). **รายงานเศรษฐกิจ การเงินการคลังภาครัฐระดับมหภาค**. กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2562). **สินเชื่อพีโกไฟแนนซ์**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.1359.go.th/picodoc/>. (2563, 13 ธันวาคม).
- Kotler, and Keller, K. L. (2012). **Marketing Management**. 12th ed. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Osman, M. K., Mustafa, T., Tepeci, S. D. and Ayhan, Y. (2013). **The use of agricultural loan: An analysis of farmers' bank selection decisions in Manisa, Turkey**. Retrieved from <http://world-food.net/>.