



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P LENDING  
(PEER TO PEER LENDING) ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
คณะเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2564



**FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING OF  
P2P LENDING (PEER TO PEER LENDING) IN THAILAND**

**BY**

**THITI PROMSUNGWONG**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT**

**OF THE REQUIREMENTS FOR**

**THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS IN DIGITAL ECONOMY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACADEMIC YEAR 2021**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P LENDING  
(PEER TO PEER LENDING) ในประเทศไทย

โดย

ชิตี พรหมสูงวงษ์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2564

ดร. วรณสินธุ์ สัตยานุวัตร์

ประธานกรรมการสอบ

รศ. ดร. ทศนัย ชุมวัฒน์นะ

กรรมการ

ผศ. ดร. รัชต์พัทธ์ ไกรวานิช

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรณี สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

30 สิงหาคม 2564

Thesis entitled

**FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING OF  
P2P LENDING (PEER TO PEER LENDING) IN THAILAND**

by

THITI PROMSUNGWONG

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Economics in Digital Economy

Rangsit University  
Academic Year 2021

---

Wanasin Sattayanuwat, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Assoc. Prof. Todsanaï Chumwatana, Ph.D.  
Member

---

Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

August 30, 2021

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย นี้ได้จากการได้รับความอนุเคราะห์ของ ผศ.ดร. รัชต์พัทธ์ ไคร์วานิช ซึ่งเป็นที่ปรึกษา ทำให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับ คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ระหว่างการทำการศึกษารั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

ขอบคุณเพื่อน ๆ คณาจารย์ และครอบครัว ที่ให้โอกาส เป็นแรงกำลังใจสนับสนุน การศึกษาแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ธิดิ พรหมสูงวงษ์

ผู้วิจัย



6104432 : ชิติ พรหมสูงวงษ์  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย  
 หลักสูตร : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจดิจิทัล  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. ชันย์พัทธ์ ไคร์วานิช

### บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย โดยสำรวจกลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาคโดยเก็บข้อมูลแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม คือ อายุ รายจ่ายต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ พบว่าตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0 โดยมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000 ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ได้ โดยอายุมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending คือ ผู้มีอายุที่มากขึ้นจะมีผลทำให้มีความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ลดลง ส่วนการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ดังนั้นควรส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจ แก่ผู้ที่มีอายุสูงผ่านเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและนำไปสู่การใช้บริการ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบใหม่ได้มากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินก็แสดงให้เห็นว่า คนที่มีความคุ้นเคยต่อการทำธุรกรรมทางการเงินมีแนวโน้มว่าจะมีความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ได้มากกว่า ดังนั้นควรขอความร่วมมือหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการด้านการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางในการทำธุรกรรมออนไลน์นี้ จะช่วยส่งเสริมมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

(วิทยานิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 101 หน้า)

คำสำคัญ: การกู้ยืมเงินแบบบุคคลกับบุคคล, สินเชื่อออนไลน์, ความรู้ความเข้าใจ

ลายมือชื่อนักศึกษา ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

6104432 : Thiti Promsungwong  
 Thesis Title : Factors Affecting Knowledge and Understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand  
 Program : Master of Economics in Digital Economy  
 Thesis Advisor : Asst. Prof. Tanpat Kraiwanit, Ph.D.

**Abstract**

This research aimed to study factors affecting knowledge and understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand. Data were collected from the 678 participants aged 20 years old or above, conducting online financial transactions, spending 30 minutes or more a day on the Internet, gathered from all 6 regions of Thailand via an online survey, and analyzed through Multiple linear regression to test the hypotheses. The independent variables that were significant to the dependent variables were gender, monthly expense, frequency of financial transactions, and social media tool. The analysis showed that independent variables were able to predict dependent variables of R Square .050 or 5.0% with significance at the .000 level. The dependent variables were knowledge and understanding level of interpersonal loan transactions, P2P Lending in which age had a significantly negative correlation to the knowledge and understanding of interpersonal lending transactions, meaning older people had a decreased understanding of P2P Lending. Meanwhile, social media tools had a significantly positive correlation to the knowledge and understanding of interpersonal lending transactions P2P Lending; therefore, there should be an encouragement of knowledge and understanding to the elderly through social media tools to make it easier to understand and lead to the use of the service and access to more new forms of funding in the future. In addition, the frequency of financial transactions revealed that people who are familiar with financial transactions tend to more understanding of interpersonal loan transactions, P2P Lending; therefore, there should be a request of cooperation from agencies or organizations that provide financial services through this online transaction channel to promote social distancing measures which are consistent with the current situation with the outbreak of the COVID-19 virus.

(Total 101 pages)

Keywords: Person-to-Person Loans, Online Loan, Knowledge and Understanding

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ	5
<b>บทที่ 2</b>	
<b>ทบทวนวรรณกรรม</b>	<b>6</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
<b>บทที่ 3</b>	
<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>27</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.3 วิธีสร้างเครื่องมือ	32
3.4 การวิเคราะห์และการประเมินผลข้อมูล	32



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการวิจัย</b>	<b>38</b>
4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล	38
4.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>54</b>
5.1 สรุปผล	54
5.2 อภิปรายผล	54
5.3 ข้อเสนอแนะ	55
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>58</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>62</b>
<b>ภาคผนวก ก</b> แบบสอบถาม	63
<b>ภาคผนวก ข</b> บทความ	71
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>101</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	รายชื่อผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่ทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox	9
2.2	ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง	14
2.3	ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง	14
3.1	คำถาม และที่มาของคำถามเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending	29
4.1	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ	38
4.2	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ	38
4.3	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	39
4.4	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ	39
4.5	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	40
4.6	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายจ่ายต่อเดือน	41
4.7	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเงินออมต่อเดือน	41
4.8	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเงินภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	42
4.9	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	42
4.10	ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	43
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์	43
4.12	คะแนนจากการตอบแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ	44
4.13	การกำหนดค่าน้ำหนักของปัจจัยทางประชากรศาสตร์	45
4.14	ค่าน้ำหนักย่อยของปัจจัยประชากรศาสตร์แต่ละตัวแปร	45
4.15	การกำหนดค่าน้ำหนักของ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	48
4.16	ค่าน้ำหนักย่อยของความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	48

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.17	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Correlation Analysis	49
4.18	ตัวแปรอิสระพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ	50
4.19	นัยสำคัญของการพยากรณ์ของตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ	50
4.20	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	51
4.21	สรุปตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ	52
4.22	สรุปนัยสำคัญของการพยากรณ์ของตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ	52
4.23	สรุปผลการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	52



## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	3
2.1	สินเชื่อดิจิทัลระหว่างบุคคลรูปแบบใหม่	8
2.2	การระดมทุนผ่านผู้ให้บริการระบบครวด์ฟิ้นดิ้ง ในประเทศไทย	13
2.3	แบบจำลองของกระบวนการการรับรู้	15
2.4	TAM Model	17



# บทที่ 1

## บทนำ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรายละเอียดบทนำ ดังต่อไปนี้

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

P2P Lending (Peer to Peer Lending) อาจเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้หลายราย แต่การให้กู้ยืมสินเชื่อระหว่างบุคคล มีประวัติยาวนานนับสิบปีที่ บริษัทแรกที่เสนอการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์คือ Zopa ซึ่งเป็น บริษัท ในสหราชอาณาจักรที่ออกเงินกู้มากกว่า 2.9 พันล้านดอลลาร์นับตั้งแต่ก่อตั้งขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2548 ส่วนในสหรัฐอเมริกา การกู้ยืมเงินโดยไม่ผ่านธนาคารหรือ P2P นี้ เริ่มต้นในซานฟรานซิสโกในปี 2549 จุดเริ่มต้นมีเพียงเล็กน้อย เมื่อบริษัท Prosper เปิดตัวครั้งแรกในเดือนกุมภาพันธ์ 2549 ตามด้วย Lending Club ซึ่งปัจจุบันเป็นแพลตฟอร์มสินเชื่อระหว่างบุคคล ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเริ่มต้นมาจากการเป็นแค่เพียงแค่อปพลิเคชันหนึ่งของ Facebook เท่านั้น โดยการให้กู้ยืมแบบ P2P เป็นรูปแบบสินเชื่อที่ค่อนข้างใหม่ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดหาเงินทุนให้กับผู้กู้รายย่อยรวมถึงผู้ให้กู้รายย่อย และบุคคลทั่วไปที่ต้องการได้รับดอกเบี้ยจากเงินที่ให้กู้ยืม ผู้กู้สามารถสมัครผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคลซึ่งมัก ไม่มีหลักประกัน ซึ่งได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากนักลงทุนหนึ่งราย หรือหลายรายก็ได้ (Barry, 2021) การดำเนินธุรกิจของ Peer-to-Peer Lending Platform จะเข้ามาเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของประชาชน และบุคคลที่ประกอบกิจการธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้สะดวกรวดเร็ว ผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทั้งยังมีต้นทุนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับแหล่งเงินทุนแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็น โอกาสเป็นอย่างมากหากสินเชื่อออนไลน์ระหว่างบุคคลรูปแบบใหม่นี้ โดยได้เปิดใช้ แล้วได้รับการยอมรับเป็นวงกว้าง ทั้งในแง่ของคุณภาพชีวิตของประชาชน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงนำมาสู่การศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทยโดย

ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในด้านการรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครือข่ายและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำ การตลาด การรับรู้ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์จากการทำธุรกรรมให้กับผู้บริโภค ได้รับทราบ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเงิน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ ผู้บริโภค รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และรวมถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือ ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึง ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจใน การทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทยมากขึ้น และช่วยให้ผู้ให้บริการ ผู้กำกับดูแลใช้ เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และการพัฒนาให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้งาน ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิด การตอบสนองที่ดี และได้รับรู้ และเข้าใจมากยิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์

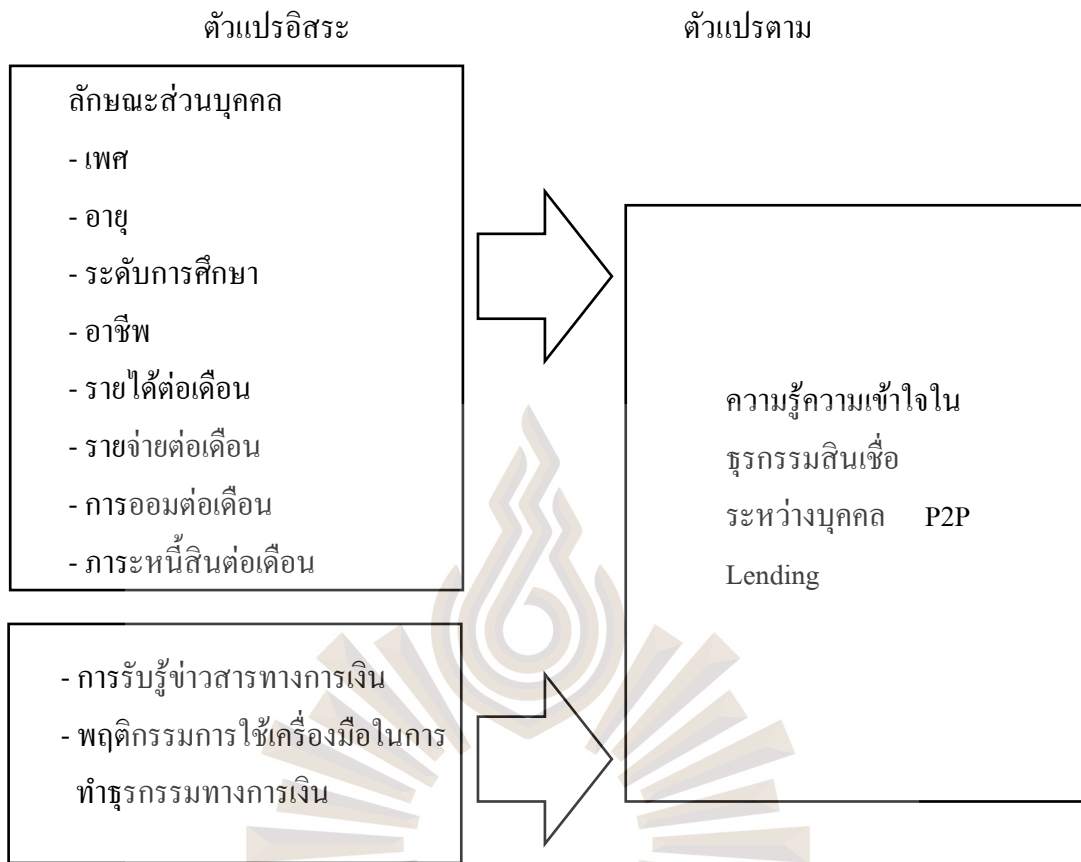
งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย

1) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ ที่มีต่อธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending)

2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่าง บุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย

## 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย โดยคำนึงถึง ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อ ระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) การรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ใน การทำธุรกรรมทางการเงิน และรวมถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน อินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Framework)

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย ประกอบไปด้วยขอบเขตงานวิจัยด้านเนื้อหาการศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

##### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ มีความต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย โดยคำนึงถึง ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) การรับรู้ข่าวสารทางการเงิน กฎหมายการทำธุรกรรมเงินกู้ทางอิเล็กทรอนิกส์

เครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และรวมถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

#### 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการงานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ศึกษากลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป โดย กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค ภาคละ 100 ราย รวม 600 คน จากการเก็บข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย

#### 1.5 นิยามศัพท์

**P2P Lending (Peer to Peer Lending)** หมายถึง การให้สินเชื่อ P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย ถือเป็นสินเชื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ เป็นการกู้ยืมกันแบบบุคคลกับบุคคล มีตัวกลางเป็นแพลตฟอร์ม เข้ามาเป็นตัวกลางเพื่อจับคู่กันของ ผู้ต้องการกู้เงิน กับผู้ต้องการให้กู้เงิน หรือนักลงทุนรายย่อย แล้วช่วยดำเนินการในเรื่องของการทำสัญญาเงินกู้ แต่ในประเทศไทยผู้ที่เก็บรักษาเงิน จะไม่ใช่ตัวแพลตฟอร์มเองเป็นผู้เก็บรักษาเงิน ยังต้องมีตัวกลางที่ช่วยเก็บรักษาเงินแทน และให้บริการโอนเงิน และรับโอนเงินแทน ยกตัวอย่าง ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้ ในการกู้แบบบุคคลธรรมดา จะมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ก)

**คราวด์ฟันดิง (Crowd Funding)** หมายถึงการรวบรวมเงินทุนจากผู้คนจำนวนมากเพื่อการทำธุรกรรมจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งผ่านเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลาง (Funding Portal) ของเทคโนโลยีในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ลงทุนแต่ละรายจะลงทุนในจำนวนเงินที่ไม่มาก แต่จะอาศัยพลังของจำนวนผู้ลงทุนที่มากพอจนสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้เงินของธุรกิจ โดยจะเป็นลักษณะของการซื้อสินค้าหรือ นวัตกรรมนั้น ๆ ล่วงหน้า ในราคาต้นทุน สามารถสั่งจองทำกำไรจากการขายต่อได้ รวมถึงได้ใช้สินค้านั้นในราคาถูก กว่าที่รอซื้อจากตลาดที่จะเปิดตัวสินค้าในภายหลัง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562)



**ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ที่เกิดจากการรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และรวมถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่ช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับ ที่มา ลักษณะการทำงาน ผลประโยชน์ หน่วยงานเกี่ยวกับการกำกับดูแล อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ วงเงินกู้สินเชื่อ คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจ คุณสมบัติของผู้ให้กู้ รวมถึงกฎหมายที่รองรับในการธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending)

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลแบบของ P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย เพื่อใช้ประโยชน์ในการให้บริการวิชาการ (สอน/ บรรยาย/ ฝึกอบรม) และการใช้ประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอน การเขียนตำรา แบบเรียน

1.6.2 ประโยชน์ในเชิงบริหารเพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์สำหรับผู้ให้บริการ ผู้กำกับดูแลใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การพัฒนาให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่ดี และสร้างความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลแบบของ P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย (Factors Affecting Knowledge and Understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand) ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 2 ส่วน ได้แก่แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เทคโนโลยี ได้มีการพัฒนาอย่างไปอย่างมาก ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด (Disruptive Technology) และการใช้งานเทคโนโลยีของผู้คนได้เปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดแนวความคิดเรื่อง “Sharing Economy” หรือ เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน ซึ่งก็คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยการแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นแพลตฟอร์มตัวกลาง ในการเชื่อมโยงธุรกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งยังเป็นกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลก ธุรกิจ Sharing Economy มีความหลากหลายค่อนข้างมาก มีการแบ่งปันกันตั้งแต่สินทรัพย์ทั่ว ๆ ไป เช่น บ้าน รถยนต์ เงินทุน ไปจนถึงการแบ่งปันกันทางความรู้ โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจดังกล่าวประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับได้ คือ

- 1) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแพลตฟอร์มทำให้การทำธุรกรรมมีต้นทุนต่ำ สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย

- 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่พร้อมเปิดรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (ปราณี สุทธิศรี, ณัฐภัชช์ พงษ์เลื่องธรรม, วิศรุต มาลสุขุม, และณัชพล จรุงพิพัฒน์กุล, 2562) ซึ่ง P2P Lending (Peer to Peer Lending) ที่กำลังทำการศึกษาอยู่นี้ก็คือ หนึ่งใน Sharing Economy เช่นเดียวกัน

### 2.1.1 P2P Lending (Peer to Peer Lending)

การให้กู้ยืมแบบ P2P ถูกกำหนดให้เป็นวิธีการดึงดูดเงินทุนโดยตรงจากนักลงทุนหลายรายโดยใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้บุคคลทั่วไปให้ผู้อื่นยืมเงินโดยตรง โดยไม่ต้องอาศัยตัวกลางทางการเงิน เช่น ธนาคาร การให้กู้ยืมแบบ P2P เกิดขึ้นอย่างเด่นชัดผ่านทางเว็บไซต์ (เรียกว่าแพลตฟอร์ม) โดยทั่วไปแล้วจะเป็นรูปแบบของเงินกู้ที่ไม่มีหลักประกัน แทนที่จะเป็นตราสารทุน การให้กู้ยืมแบบ P2P ในบริบทนี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะความสัมพันธ์เฉพาะ เช่น การให้กู้ยืม (หรือการยืม) ของผู้ประกอบการแก่ผู้ประกอบการรายอื่น การให้กู้ยืมแบบ P2P ไม่ได้จำกัดระหว่างบุคคลที่มีความคล้ายคลึงกันในเรื่องของความมั่งคั่ง เพศ เชื้อชาติ หรือชาติพันธุ์ที่ทำธุรกรรมระหว่างกัน การให้กู้ยืมแบบ P2P กำหนดกลไกการให้กู้ยืมอย่างชัดเจนเพื่อให้บุคคลใดสามารถทำธุรกรรมกับบุคคลอื่นผ่านทางเว็บไซต์

การให้กู้ยืมแบบ P2P เป็นส่วนย่อยของการระดมทุนแบบคราวด์ฟันดิ้ง ซึ่งประโยชน์บางประการของการให้กู้ยืมแบบ P2P สำหรับผู้กู้ธุรกิจขนาดเล็ก เช่น

- 1) เข้าถึงผู้ให้กู้หลายล้านรายในคราวเดียว – ซึ่งเพิ่มโอกาสในการได้รับเงินทุนสำหรับกิจการธุรกิจขนาดเล็ก
- 2) การผ่อนคลายข้อกำหนดหลักประกันเนื่องจากเงินกู้ไม่มีหลักประกัน
- 3) เวลาตอบสนองที่รวดเร็วในการได้รับเงินกู้ - โดยเฉลี่ยแล้วในปัจจุบันใช้เวลาประมาณ 7 วันในการรับเงินกู้บนเว็บไซต์การให้กู้ยืมแบบ P2P โดยใช้เอกสารเพียงเล็กน้อยสำหรับผู้ให้กู้ - การให้กู้ยืมแบบ P2P ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า ซึ่งดูเหมือนจะดีกว่าผลตอบแทนของธนาคาร (แม้ว่าจะได้รับความเสี่ยงค่อนข้างสูง)

อย่างไรก็ตาม การให้กู้ยืมแบบ P2P ก็มีข้อเสียเช่นกัน โดยเฉพาะสำหรับผู้ให้กู้ เช่น มีความมั่นใจน้อยกว่าการลงทุนจะได้รับคืนตรงเวลา การให้กู้ยืมแบบ P2P ในตลาดสินเชื่อผู้บริโภคแตกต่างจากธนาคารแบบดั้งเดิม คือ ประการแรก ใช้อัลกอริทึมเพื่อทำให้กระบวนการกู้ยืมเป็นไปโดยอัตโนมัติและต้องการงานของมนุษย์เป็นศูนย์หรือขั้นต่ำ (Fuster, Plosser, Schnabl, & Vickery, 2019) ประการที่สอง ไม่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนที่ออกโดยธุรกิจรับฝากเงิน

การให้กู้ยืมแบบ P2P เกี่ยวข้องกับหลักความเสี่ยงเกือบทั้งหมด เช่น ความเสี่ยงด้านเครดิต สภาพคล่อง และด้านตลาด แม้ว่าแพลตฟอร์มการให้กู้ยืมแบบ P2P จะมีเครื่องมือต่าง ๆ เช่น ระดับ

เครดิต และลักษณะของผู้ยืมเพื่อช่วยลดความเสี่ยง แต่นักลงทุนก็ยังคงจะได้รับความเสี่ยงจากการผิดนัดชำระหนี้



รูปที่ 2.1 สินเชื่อออนไลน์ระหว่างบุคคลรูปแบบใหม่  
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ก

จากรูปที่ 2.1 การให้สินเชื่อ P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย ถือเป็นสินเชื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ เป็นการกู้ยืมกันแบบบุคคลกับบุคคล มีตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มเข้ามาเป็นตัวกลางเพื่อจับคู่กันของผู้ต้องการกู้เงิน กับผู้ต้องการให้กู้เงิน หรือนักลงทุนรายย่อย แล้วช่วยดำเนินการในเรื่องของการทำสัญญาเงินกู้ แต่ในประเทศไทยผู้ที่เก็บรักษาเงิน จะไม่ใช่ตัวแพลตฟอร์มเองเป็นผู้เก็บรักษาเงิน ยังต้องมีตัวกลางที่ช่วยเก็บรักษาเงินแทน และให้บริการโอนเงินและรับโอนเงินแทน ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้ ในการกู้แบบบุคคลธรรมดา จะมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล แต่ถ้าเป็นการกู้ของนิติบุคคลเป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด คุณสมบัติผู้กู้ไว้ตามวัตถุประสงค์ และวงเงินในการขอกู้ไว้ ดังนี้

- 1) บุคคลธรรมดา ขอกู้ไว้เพื่อ อุปโภคบริโภค วงเงินกู้ คือ ไม่เกิน 1.5-5 เท่าของรายได้
- 2) บุคคลธรรมดา ขอกู้ไว้เพื่อประกอบธุรกิจ วงเงินกู้ คือ ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนผู้ให้กู้ สามารถแบ่งออกเป็น บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล แบ่งเป็น นักลงทุนรายย่อย จำกัดการ

ลงทุนไม่เกิน 5 แสนบาทต่อปี และนักลงทุนสถาบัน สามารถลงทุนได้ไม่จำกัด ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ยจะต้องไม่เกิน 15% ต่อปี ขึ้นอยู่กับการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ หากแพลตฟอร์มทำการประเมินแล้วว่า ผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ดี อัตราดอกเบี้ยก็จะลดลงตามความสามารถของผู้กู้แต่ละราย และสำหรับผู้ที่จะต้องการเข้ามาประกอบธุรกิจ Peer-to-Peer Lending Platform จะทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวกลางในการทำสัญญากู้ยืม ระหว่างผู้กู้ที่เป็นบุคคลธรรมดาและผู้ให้กู้ โดยผู้ประกอบธุรกิจจะต้องเป็นบริษัท หรือบริษัทมหาชนจำกัด ที่มีผู้ถือหุ้นที่มีสัญชาติไทยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 และต้องมีทุนอย่างน้อยขั้นต่ำ 5 ล้านบาทตลอดระยะเวลาการประกอบการธุรกิจ นอกจากนี้ Peer-to-Peer Lending Platform ต้องจัดให้มีมาตรการบริหารความเสี่ยงและแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภคที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น การประเมินความเหมาะสมของลูกค้า (Client Suitability) ของผู้ให้กู้ และการประเมินระดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating) ของผู้ขอกู้ ธนาคารแห่งประเทศไทยจะมีกำหนดหลักเกณฑ์รองรับผู้ประสงค์จะประกอบธุรกิจ โดยสามารถติดต่อมายังธนาคารแห่งประเทศไทยเพื่อขอเข้าร่วม ทดสอบบริการทางการเงิน หรือ Regulatory Sandbox ของธนาคารแห่งประเทศไทย และเมื่อพร้อมให้บริการแล้ว ธนาคารแห่งประเทศไทยจะนำเสนอกระทรวงการคลังเพื่อพิจารณาให้ใบอนุญาตต่อไป ซึ่งรายชื่อผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่ทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox มีดังนี้

ตารางที่ 2.1 รายชื่อผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่ทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	วันที่เข้าทดสอบ	สถานการณ์ทดสอบ
1	บริษัท ดีพสไปร์คส์ เพียร์ เคนดิง จำกัด	4 มิถุนายน 2563	อยู่ระหว่างทดสอบ
2	บริษัท เนสท์ดีฟลาย จำกัด	28 กันยายน 2563	อยู่ระหว่างทดสอบ
3	บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ แพลตฟอร์ม จำกัด	28 กันยายน 2563	อยู่ระหว่างทดสอบ

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ก

จากตารางที่ 2.1 จะพบว่า ผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่จะให้บริการสำหรับบุคคลธรรมดาโดยเฉพาะ ที่อยู่ระหว่างการทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox ซึ่งเป็นแนวทางการทดสอบและพัฒนานวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีใหม่ ของธนาคารแห่งประเทศไทยนั้นมีเพียง 3 ราย ที่ทำการทดสอบอยู่ และมีการทดลองใช้งานจริงแล้วเป็น แต่ยังเป็นเฉพาะอยู่ในวงจำกัดเท่านั้น ยังไม่ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้ในวงกว้าง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ก)

### 2.1.2 กระบวนการ และระบบงานของผู้ประกอบธุรกิจ P2P Lending (Peer to Peer Lending)

ธนาคารแห่งประเทศไทย กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจต้องจัดให้มีระบบการให้บริการที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัย และเป็นไปตามกรอบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมในเรื่องดังต่อไปนี้

1) ระบบการทำงานจะต้องมีความมั่นคง ปลอดภัย มีความน่าเชื่อถือ และสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ในกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การรับคำขอสินเชื่อ การรับคำสั่งการอนุมัติให้สินเชื่อ การให้บริการทำสัญญา การให้สินเชื่อ และการติดตามการรับเงินและจ่ายเงินของผู้กู้และผู้ให้กู้ตามสัญญาสินเชื่อ

2) การตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการ โดยต้องมีกระบวนการที่ผู้ให้บริการใช้สำหรับการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการ (Know Your Customer: KYC) ก่อนให้บริการ และกระบวนการตรวจสอบเพื่อทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ (Customer Due Diligence: CDD) รวมถึงต้องจัดให้มีการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการทุกครั้งที่ใช้บริการ

3) ระบบประเมินความน่าเชื่อถือของผู้กู้ ในการชำระหนี้ในเวลาที่กำหนด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการในการพิจารณากำหนดอัตราดอกเบี้ย หรือผลตอบแทนสำหรับผู้ให้กู้ที่จะได้รับจากการให้สินเชื่อแก่ผู้กู้นั้น โดยควรจัดให้มีการอธิบายระดับความเสี่ยงให้ผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะผู้ให้กู้รับทราบด้วย

4) การจัดให้มีระบบประเมินความเหมาะสมของลูกค้า โดยผู้ประกอบการธุรกิจต้องให้ความรู้ความเข้าใจในลักษณะธุรกรรมและกระบวนการทำธุรกรรม รวมถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น แก่ผู้ให้กู้และผู้กู้ ให้ยอมรับความเสี่ยงดังกล่าวได้

5) มีการกำหนดวงเงิน และประเภทสินเชื่อให้เหมาะสมกับผู้ให้กู้และผู้กู้

6) จัดระบบให้ผู้ให้กู้สามารถยกเลิกคำสั่งการให้สินเชื่อได้ตลอดเวลา ก่อนปิดรับคำสั่งการให้สินเชื่อ 48 ชั่วโมง

7) มีกระบวนการแจ้งผู้ให้กู้รับทราบล่วงหน้าก่อนการให้สินเชื่อ เพื่อให้ทราบถึงเงื่อนไข และความเสี่ยง กับการปิดรับคำสั่งการให้สินเชื่อก่อนกำหนด

8) มีการจัดการกับเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการ รวมถึงช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูล แจ้งเรื่องร้องเรียน และแนวทางในการชดเชยความเสียหาย



9) มีการเปิดเผยข้อมูล ผ่านระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ และมีระบบเก็บข้อมูลย้อนหลังเพื่อการตรวจสอบ โดยเฉพาะ เมื่อมีประเด็นข้อร้องเรียน พร้อมทั้งสามารถให้ธนาคารแห่งประเทศไทยตรวจสอบได้

### 2.1.3 การบริหารจัดการความเสี่ยงในกระบวนการ และระบบงานของผู้ประกอบธุรกิจ P2P Lending (Peer to Peer Lending)

1) ผู้ประกอบธุรกิจต้องมีการบริหารจัดการความเสี่ยง ตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ ความเสี่ยงด้านภัยคุกคามจากโลกไซเบอร์ ตามแนวทางการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เป็นมาตรฐานสากล

2) จัดให้มีการทบทวน ปรับปรุง พัฒนาระบบงาน และกระบวนการให้บริการ เพื่อให้เหมาะสมต่อสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อลดความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน และปิดจุดอ่อนของระบบงาน

3) จัดให้มีการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ แผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และทำการทดสอบและทบทวนแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

4) ในกรณีที่ผู้ประกอบธุรกิจมีการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และบริการอื่น ๆ จากบุคคลภายนอก ผู้ประกอบธุรกิจต้องรับผิดชอบการดำเนินการด้วยตนเอง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ก)

### 2.1.4 การระดมทุนผ่านผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง (Crowd Funding) ในประเทศไทย

การระดมทุนสาธารณะ(The Crowd) ก็คือ การรวบรวมเงินทุนจากผู้คนจำนวนมากมาเป็นเงินทุนใช้ตามวัตถุประสงค์ผ่านเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลาง (Funding Portal) ผ่านเทคโนโลยีของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ลงทุนแต่ละรายจะลงทุนในจำนวนเงินที่ไม่มาก แต่จะอาศัยพลังของจำนวนผู้ลงทุนที่มากพอจนสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้เงินของธุรกิจได้ ซึ่ง P2P Lending ที่ทำการศึกษาอยู่นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการระดมทุนแบบคราวด์ฟันดิง (Crowd Funding) ซึ่งคราวด์ฟันดิงในประเทศไทย จะแตกต่างจาก P2P Lending ก็คือจะเน้นไปที่บุคคลทั่วไป คราวด์ฟันดิงผู้กู้จะเน้นไปที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) หรือบริษัทที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ (Startup)

คราวด์ฟันดิง (Crowd Funding) แบ่งออกเป็น 4 วิธี ดังนี้

1) Donation Based Crowd Funding การระดมทุนแบบนี้เป็นการระดมทุนโดยผู้จัดตั้งกองทุนไม่มีผลตอบแทนใด ๆ ให้แก่คนที่นำเงินมาลงในการระดมทุนนี้ ก็เพราะว่าวัตถุประสงค์ของการระดมทุนในรูปแบบนี้คือการบริจาคเงิน

2) Rewards Based Crowd Funding เป็นการระดมทุนที่ให้ผลตอบแทนในรูปแบบรางวัล ผู้ลงทุนอาจจะได้รับสิทธิพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งตามลำดับ เช่น การได้สิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าก่อนคนอื่น ๆ การรับตัวอย่างสินค้าก่อนวางขายจริงในตลาด การได้รับส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้า เป็นต้น

3) Equity Based Crowd Funding คือการระดมทุนที่ผู้ลงทุนต้องการได้มาเพื่อสิทธิของการเป็นเจ้าของ ผู้ที่ทำการระดมทุน อาจจะเป็นบริษัทก็ได้ ระดมทุนโดยการนำหุ้นของบริษัทมาแลกเปลี่ยน หรือการขายหุ้นบางส่วนออกไปแก่สาธารณะชน ซึ่งคนการลงทุนในการระดมทุนแบบนี้ ก็จะได้รับผลตอบแทนเป็นส่วนแบ่งกำไร หรือขาดทุนจากธุรกิจที่นำเงินไปลงทุน

4) Debt Based Crowd Funding การระดมทุนในรูปแบบนี้ มีความคล้ายคลึงกับโมเดลการกู้ยืมเงินแบบ P2P Lending ในประเทศไทย ซึ่งก็คือผู้ที่ระดมทุนอาจจะไม่ต้องการแลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของของธุรกิจที่ทำอยู่ให้แก่ผู้ลงทุน จึงระดมทุนโดยให้ผลตอบแทนในรูปแบบของดอกเบี้ย และผู้ลงทุนก็จะได้รับเงินต้นคืนตามที่สัญญากำหนด ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยก็เห็นได้มากในธุรกิจ Startups หรือธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นใหม่ ที่อาจจะยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากธนาคาร หรือไม่สามรถรอกการอนุมัติเงินทุนจากธนาคารได้

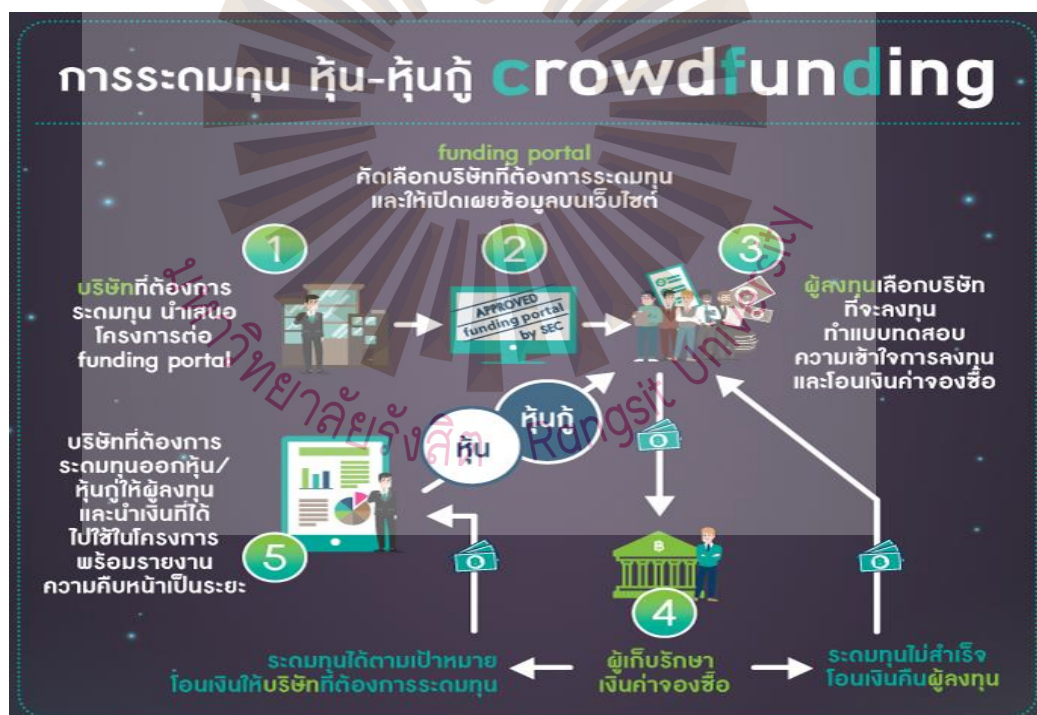
คราวด์ฟันดิง (Crowd Funding) ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) หรือบริษัทที่เพิ่งเริ่มธุรกิจ (Startup) การระดมทุนแบบคราวด์ฟันดิงอาจทำได้โดยการออกหุ้น หรือหุ้นกู้ให้แก่ผู้ลงทุนเป็นสิ่งตอบแทน ซึ่งในขณะนี้มีการทำธุรกรรมเกิดขึ้นแล้วในประเทศไทย ด้วยการกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยได้กำหนดขั้นตอนในการระดมทุนด้วยวิธีคราวด์ฟันดิง ไว้ดังนี้

1) บริษัทที่ระดมทุนแบบคราวด์ฟันดิง (Crowd Funding) จะต้องนำโครงการหรือแผนการดำเนินธุรกิจ นำเสนอต่อ Funding Portal โดย Funding Portal มีหน้าที่คัดกรองบริษัทและเปิดเผยข้อมูลบริษัทและหลักทรัพย์ที่จะเสนอขายบนเว็บไซต์ Funding Portal เพื่อให้ผู้ลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน



2) ผู้ลงทุนจะจ่ายเงินค่าจองซื้อกับบุคคลที่ 3 ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น Escrow Agent เป็นต้น แล้วก็สามารถยกเลิกการจองซื้อได้ก่อนปิดการเสนอขาย ภายในระยะเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ ผู้ลงทุนสามารถสอบถามข้อมูลบริษัทเพิ่มเติมบน Webboard ซึ่งเป็นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลในกลุ่มผู้ลงทุนด้วยกันเอง เพื่อเป็นกลไกในการตรวจสอบบริษัทที่เกิดขึ้นจากพลังของมวลชนหมู่ (Power of Crowd) ได้

3) เมื่อบริษัทสามารถระดมเงินทุนได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ บริษัทก็จะได้รับเงินทุนไปดำเนินการตามวัตถุประสงค์ และผู้ลงทุนก็จะได้รับหุ้น หรือหุ้นกู้ของบริษัทไปตามสัดส่วนเงินที่ลงทุนไป ในกรณีหุ้นคราวด์ฟื้นคืน หากบริษัทระดมทุนไม่ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้ลงทุนก็จะได้รับเงินค่าจองซื้อกลับคืนไป แต่หากเป็นหุ้นกู้คราวด์ฟื้นคืน บริษัทระดมทุนไม่ได้ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่ไม่น้อยกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนเงินที่เสนอขาย ก็ไม่ต้องยกเลิกการเสนอขาย แต่ต้องเปิดเผยและแจ้งเงื่อนไขดังกล่าวให้ผู้ลงทุนรับทราบก่อนการจองซื้อด้วย (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562)



รูปที่ 2.2 การระดมทุนผ่านผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟื้นคืน ในประเทศไทย  
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562

ปัจจุบันการระดมทุนผ่านผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิงในประเทศไทย ได้รับการยอมรับจากบริษัทต่าง ๆ มากพอสมควร โดยมีผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลาง (Funding Portal) ดังรายชื่อ ดังนี้

### 1) ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง

ตารางที่ 2.2 ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ระยะเวลาได้รับความเห็นชอบ	Website
1	บริษัท เพียร์ พาวเวอร์ แพลตฟอร์ม จำกัด	29 พ.ย. 2562 – 28 พ.ย. 2567	www.peerpower.co.th
2	บริษัท ฟินิกซ์ชิต จำกัด	8 พ.ย. 2561 - 7 พ.ย. 2566	www.sinwattana.com
3	บริษัท ครีเมคเกอร์ อีควิตี้ คราวด์ฟันดิง จำกัด	26 พ.ค. 2563 - 25 พ.ค. 2568	www.dreamaker.co.th
4	บริษัท อินเวสทรี (ไทยแลนด์) จำกัด	23 ก.พ. 2564 – 22 ก.พ. 2569	www.investree.co.th

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2563

### 2) ผู้ให้บริการเฉพาะเสนอขายหุ้นคราวด์ฟันดิง

ตารางที่ 2.3 ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง

ลำดับที่	ชื่อบริษัท	ระยะเวลาได้รับความเห็นชอบ	Website
1	บริษัทไลฟ์ฟินคอร์ป จำกัด	24 ต.ค. 2560 - 23 ต.ค. 2565	www.live-mkt.com
2	บริษัท ฟินิกซ์ชิต จำกัด	8 พ.ย. 2561 - 7 พ.ย. 2566	www.sinwattana.com
3	บริษัท ครีเมคเกอร์ อีควิตี้ คราวด์ฟันดิง จำกัด	26 พ.ค. 2563 - 25 พ.ค. 2568	www.dreamaker.co.th

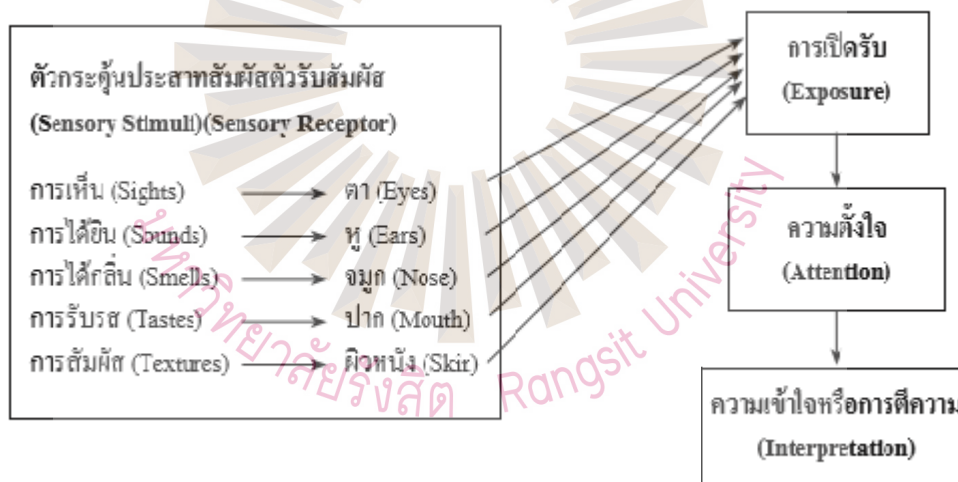
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2563

### 2.1.5 การรับรู้ และความหมายของการรับรู้

Solomon (2007) ได้กำหนดความหมายของการรับรู้ ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลทำการเลือก จัดการ และตีความจากสิ่งที่ได้รับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 อย่าง การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การลิ้มรส และการสัมผัส

Hawkins and Mothersbaugh (2010) ได้ให้ความหมายของ การรับรู้ ไว้ดังนี้ การรับรู้ คือ กระบวนการที่เริ่มต้นจากการกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 อย่าง คือ การมองเห็น การ ได้กลิ่น การได้ยิน การลิ้มรส และการสัมผัส มีผลต่อความสนใจในสิ่งเร้าเหล่านี้ และทำให้เกิดการตีความหรือหาความหมายของสิ่งเหล่านั้นในท้ายที่สุดแล้ว

### 2.1.6 แบบจำลองของกระบวนการการรับรู้



รูปที่ 2.3 แบบจำลองของกระบวนการการรับรู้ (Overview of the Perceptual Process)

ที่มา : Solomon, 2007

การเปิดรับ (Exposure) เกิดจากการมีสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่มากระทบทำให้เกิดการรับรู้ ความรู้สึก (Sensation) ทำการเลือก จัดการ และตีความจากสิ่งที่ได้รับรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การดมกลิ่น การลิ้มรส การมองเห็น การสัมผัส โดยการที่บุคคลแต่ละบุคคลจะสามารถรับรู้ของสิ่งเดียวกันแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นผลมาจากการบวนการ 3 กระบวนการ (Kotler,

2003) คือ การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) และการเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention)

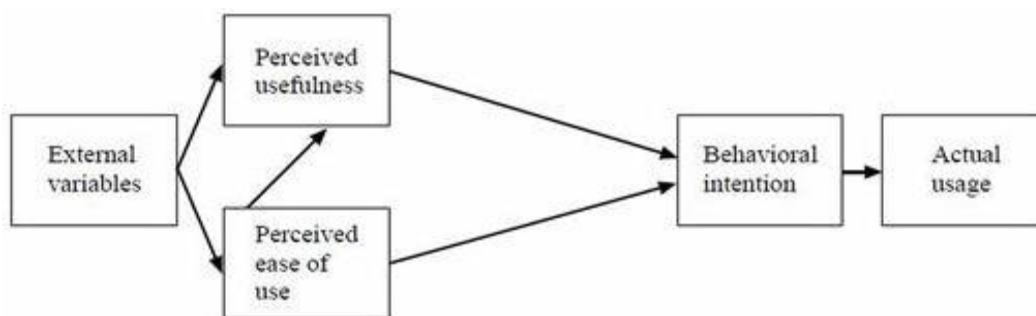
ความตั้งใจ (Attention) หมายถึง ความใส่ใจในการจำแนกรายละเอียดต่อความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกในจิตใจ ความรู้ และประสบการณ์ของผู้บริโภค

ความเข้าใจ หรือการตีความ (Comprehension/Interpretation) ในข้อมูล ซึ่งอาจเป็นการเข้าใจที่ถูก หรือผิด ขึ้นอยู่กับการตีความนั้นตาม ความเชื่อ ทศนคติ และประสบการณ์ การประมวลความรู้สึกความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้

### 2.1.7 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีที่สำคัญในการนำมาทำการวิจัยเกี่ยวกับสิ่งที่เกี่ยวข้องเนื่องจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่กำลังพัฒนา (Horton, Buck, Waterson, & Clegg, 2001; Venkatesh, Davis, & Morris, 2007) TAM เป็นหนึ่งในกรอบทฤษฎีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและใช้กันอย่างแพร่หลาย (Holden & Karsh, 2010; Lee, Kozar, & Larsen, 2003) ดังแสดงในรูปที่ 2.4 TAM model เป็นกรอบงานที่มีประสิทธิภาพที่ได้รับการพิสูจน์แล้วสำหรับการกำหนดการยอมรับของผู้ใช้ในระยะแรกและการวัดค่าตาม โครงสร้าง TAM model ภายในบริบทของเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในกลุ่มประชากรและได้รับการตรวจสอบและทดลองใช้อย่างแพร่หลาย (Davis & Venkatesh, 1996) การบ่งชี้การยอมรับของผู้ใช้ในระยะแรกกลายเป็นสิ่งสำคัญเมื่อมีผลกระทบทางการเงินจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ (Davis, 1993)

จากรูปที่ 2.4 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มี 2 ปัจจัยในการกำหนดการยอมรับแล้วสามารถนำไปใช้ในกรณีศึกษาความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี P2P Lending มีดังนี้



รูปที่ 2.4 TAM Model

ที่มา: Davis &amp; Venkatesh, 1996

1) การรับรู้ถึงผลประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) ในกรณีศึกษาเทคโนโลยี P2P Lending นี้ อาจยกตัวอย่างได้เช่น ประโยชน์การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประโยชน์จากต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีต่ำกว่า สถาบันการเงินแบบดั้งเดิม เป็นต้น

2) การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) ในกรณีศึกษา เทคโนโลยี P2P Lending นี้ อาจยกตัวอย่างได้ เช่น ความรวดเร็วในการได้รับเงินกู้ ขั้นตอนการสมัคร และการยื่นเอกสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

### 2.1.8 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นแนวคิดการแบ่งกลุ่มประชากรทางการตลาดที่มีเหตุผลสืบเนื่องกัน คือ ประชากรที่มีลักษณะต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเรียนรู้ การรับรู้ ความเข้าใจ การซื้อสินค้า และพฤติกรรมอื่น ๆ ต่างกัน (Kotler & Keller, 2009, p. 255) ซึ่งความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี P2P Lending ของประชากรไทย ก็มีความแตกต่างกันไปในแต่ละลักษณะ โดยแบ่งลักษณะประชากรเป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

1) เพศ (Sex) เพศชายและเพศหญิงจะมีแนวคิด หรือทัศนคติต่างกัน เช่น ผู้หญิงต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ในขณะที่ผู้ชายสนใจบางส่วนของสถานการณ์ที่สามารถทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายในอนาคต

2) อายุ (Age) โดยปกติคนที่มีความอายุต่างกัน ก็จะมีค่านิยม ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สภาพร่างกายที่แตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่มของตลาด



3) รายได้ (Income) ผู้ที่มีรายได้สูงส่วนมากมักจะบริโภคข่าวสารมากขึ้น เพื่อนำข่าวสารนั้น ๆ ไปประกอบเป็นความรู้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการทำรายได้เพิ่ม และหาเพื่อทำรายได้เพิ่มในโอกาสต่อไป

4) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเรามีความคิด ค่านิยม ทักษะ และ พฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูง จะมีความรู้กว้างขวาง และเข้าใจสารที่ถูกต้องออกมา รวมถึงการตีความ และนำไปใช้ประโยชน์ได้ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยอย่างมาก

5) อาชีพ (Occupation) คนที่ประกอบอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิด ความรู้ ค่านิยม ต่าง ๆ แตกต่างกันไป เช่น นักกฎหมายจะยึดถือความถูกต้อง กฎระเบียบ ความเป็นจริง ในขณะที่นักประดิษฐ์จะคิดถึงการคิดนอกกรอบ เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน การก็จะ แตกต่างกันไป

ดังนั้นการศึกษาตัวแปรด้าน เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ จึงเป็นตัวแปรสำคัญ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ กับ การศึกษาความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี P2P Lending ครั้งนี้

### 2.1.9 การกู้ยืมเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

การกู้ยืมเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสัญญาชนิดหนึ่งที่ผู้ให้ยืมส่งมอบ หรือโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินให้แก่ผู้ยืม และผู้ยืมก็ตกลงว่าจะส่งคืนทรัพย์สินนั้นเมื่อครบกำหนดสัญญา แล้ว การกู้ยืมเงินนั้นเป็นสัญญาใช้เงินเปลือง คือ สัญญาที่ผู้ให้ยืมได้โอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นเป็นปริมาณ มีกำหนดให้แก่ผู้ยืม และผู้ยืมตกลงว่าจะคืนทรัพย์สินเป็นปริมาณ และตามกำหนด เช่นเดียวกันให้กับผู้ให้ยืมนั้น และเมื่อส่งมอบทรัพย์สินที่ยืมสัญญายืมนี้จึงจะสมบูรณ์ ดังนั้น การกู้ยืมเงินหรือ สัญญากู้ยืมเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นสัญญาใช้เงินเปลือง ที่ “ผู้กู้ยืม” ไปขอกู้ยืมเงินจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้กู้ยืม” โดยผู้กู้ยืมสัญญาหรือตกลงว่าจะใช้เงินคืนให้ภายในกำหนดเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งในการกู้ยืมเงินนี้จะมีการ กำหนดดอกเบี้ยในการกู้ยืมด้วยหรือไม่ก็ได้ และสัญญากู้ยืมเงินจะสมบูรณ์ต่อเมื่อได้มีการส่งมอบเงินที่กู้ยืมกันแล้ว ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานกฎหมายและคดี, 2561, อ้างถึงใน รัชต์พัทธ์ ไกรวานิช, 2562)

### 2.1.10 กฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกรรมเงินกู้ทางอิเล็กทรอนิกส์

จากเนื้อหาในพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 เกี่ยวกับเรื่องธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ กู้ยืมเงินออนไลน์ ตามมาตรา 8 ให้ถือว่าข้อความนั้นได้ทำเป็นหนังสือ มีหลักฐานเป็น หนังสือ หรือมีเอกสารมาแสดงแล้วทั้งนี้ ท่านต้องเตรียมหลักฐาน 3 ประการ ได้แก่

- 1) หลักฐานข้อความสนทนาในการขอกู้ยืมเงิน ผ่านแชต ออนไลน์
- 2) หลักฐานบัญชีผู้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้กู้ยืมเงิน
- 3) หลักฐานการโอนเงินผ่านธนาคาร หรือแอปพลิเคชันของ

จากกรณีในลักษณะนี้สามารถนำมาใช้ประยุกต์เป็นเครื่องมือสำหรับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มตัวกลาง P2P Lending (Peer to Peer Lending) นำไปใช้ในการจัดการกับผู้กู้ หรือลูกหนี้ที่ผิดนัดชำระหนี้ได้ ในทางกลับกันก็สามารถใช้เป็นข้อพึงระวังสำหรับผู้กู้ด้วยว่า ถ้าหากผิดนัดชำระหนี้ก็มีความเสี่ยงที่จะถูกฟ้องร้อง ดำเนินคดีตามกฎหมายได้เช่นกัน (นิติกร แก้วโต, 2561 อ้างถึงใน ชาญพิพัทธ์ ไกรวานิช, 2562)

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรรณนิภา เร่งรัด (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับการทำธุรกรรมสินเชื่อ ระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์มในมุมมองของผู้ให้กู้ ซึ่งระบุว่าเป็นธุรกรรมทางการเงินประเภทใหม่ของประเทศไทยที่ยังไม่ได้รับการรู้จักอย่างแพร่หลายมากนัก และยังไม่เปิดใจอย่างเป็นทางการมีเพียงกฎเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบกิจการที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นตัวกำหนด และอยู่ในขั้นตอนการทดสอบเพื่อให้ใบอนุญาตแก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการทดสอบและพัฒนานวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีแบบใหม่ หรือที่เรียกว่า Regulatory Sandbox ทั้งนี้การศึกษาในครั้งนี้ก็เพื่อไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนให้การบริการนี้เกิดขึ้นจริง ให้เป็นทางเลือกใหม่ของนักลงทุน และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนโดยทั่วไป ในการศึกษาได้ทำการศึกษาถึงปัจจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้บริการ เช่น ความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคล ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา และความเสี่ยงทางกฎหมาย 2) ปัจจัยด้านการรับรู้ผลประโยชน์จากการใช้บริการ เช่น ประโยชน์ด้านการเงิน และประโยชน์ด้านความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน 3) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ

ต่อแพลตฟอร์ม รวมถึงความไว้วางใจต่อผู้กู้ โดยอ้างอิงถึงทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM Model) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ผลประโยชน์ (Perceived Benefits Concept) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risks Concept) แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust concept) โดยศึกษาจากแบบสอบถามออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้ธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม จำนวน 193 ราย แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่สองเป็นคำถามทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม 5 ข้อเป็นคำถามปลายปิด โดยคิดคะแนนแบบอิงเกณฑ์ เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเข้าทำการทดสอบในส่วนที่สาม ซึ่งเป็นคำถามแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับความเห็น จาก 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง ตามลำดับ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ต่อการยอมรับต่อการทำธุรกรรมสินเชื่อแบบบุคคลต่อบุคคลผ่านแพลตฟอร์มในมุมมองของผู้กู้ ในปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวไปแล้วข้างต้น โดยที่มาของคำถามในแบบสอบถามทั้งส่วนที่สอง และสามนั้น ผู้วิจัยได้อ้างถึงงานวิจัยที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ และผลงานการวิจัยในต่างประเทศ แล้วจึงนำมาถ้อยเป็นคำถาม เมื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจต่อแพลตฟอร์ม และความไว้วางใจต่อผู้กู้ เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ให้กู้ยอมรับที่จะทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม แต่ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของผู้ให้กู้ที่จะให้กู้ยืมเงินผ่านแพลตฟอร์มดังกล่าว ผู้วิจัยได้กล่าวถึงท้ายไว้ว่าเนื่องจากการทำธุรกรรมสินเชื่อแบบบุคคลต่อบุคคลผ่านแพลตฟอร์มยังไม่เปิดใช้อย่างเป็นทางการ จึงอาจจะมีความคลาดเคลื่อนด้านประสบการณ์ในการใช้งานอยู่เล็กน้อยของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรทดสอบในหลายวิธีขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ กรณีศึกษา และการทำการวิจัยเชิงทดลอง เป็นต้น

เกศวิฑู ทิพยศ (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการใช้ชีวิตปัจจุบันของบุคคลทั่วไปมากขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมมีความสะดวกสบาย และเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น โดยศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่สัมพันธ์ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด กับการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ศึกษาผ่านกลุ่มลูกค้าของธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคาร จำนวน 400,000 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 โดยนำเอาทฤษฎีการสื่อสาร การรับรู้ กระบวนการรับรู้



การเรียนรู้ การยอมรับ แรงจูงใจ การตลาด แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เข้ามาปรับใช้ในการศึกษา กำหนดตัวแปรอิสระ เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ 1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางธุรกรรมทางการเงิน 2) ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งมีตัวแปรตามเป็น การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ แล้วทำการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติหลักที่ใช้เป็นแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) พบว่า ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ 1) การทำธุรกรรมได้อย่างถูกต้องแม่นยำ 2) มีความปลอดภัย 3) มีความสะดวกรวดเร็วและง่ายดาย 4) มีความครบถ้วนและสมบูรณ์ 5) มีการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ตัวแปรด้านที่เป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อตัวแปรตาม คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ จะต้องปลอดภัยสะดวกรวดเร็ว 2) ราคา เช่น การลดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ 3) การส่งเสริมทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ 4) การบริการของพนักงานจะต้องมีความสุภาพ ให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง 5) กระบวนการให้บริการ จะต้องมีความปลอดภัย 6) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความน่าเชื่อถือ การสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กร และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ชเนศ สุขศาสตร์ (2559) ศึกษารูปแบบวิวัฒนาการและสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fin Tech) และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีทางการเงินในประเภทต่าง ๆ โดยพิจารณาจากตัวแปรในกลุ่มแต่ละกลุ่ม มีการกำหนดตัวแปรอิสระ ดังนี้ ตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปรด้านการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภค และศึกษาถึงปัจจัยที่ผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงินประเภทต่าง ๆ ในการตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยจากประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางรายได้ เป็นต้น เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 450 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม แบบจำลองที่ใช้คือ แบบจำลองถดถอยโลจิสติก ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินประเภทต่าง ๆ มีปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบส่วนเพิ่มทางบวกได้แก่ ปัจจัยเทคโนโลยีทางการเงินในประเภทการลงทุนรายย่อยจะทำให้มีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้น ปัจจัยระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่าจะมีระดับความสนใจในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้นมากกว่าระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ต่าง ๆ จะทำให้ความสนใจในการใช้

เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้น ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงหากเข้าใจความเสี่ยงที่มีอยู่แล้วนั้นจำทำให้ความสนใจต่อการใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตบ่งชี้ว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำจะมีความสนใจต่อการใช้เทคโนโลยีทางการเงินมากกว่าผู้ที่ไม่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และปัจจัยระดับรายได้ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีความสนใจในการใช้ธุรกรรมทางการเงินออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบแบบมีนัยสำคัญด้านลบที่จะทำให้ออกสาการตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินประเภทต่าง ๆ ลดลง คือ ปัจจัยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และปัจจัยอาชีพรับจ้าง เป็นอาชีพที่มีโอกาสในการตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีทางการเงินนั้นลดลง

เดชาธร ปริบุญญาพาสน์ (2561) ได้ทำการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของคนในกรุงเทพฯและปริมณฑล และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน โดยอธิบายถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แบบจำลองความสำเร็จและการล้มเหลวของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีกระบวนการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เพื่อนำมากำหนดแนวคิด กรอบแนวคิด โดยกำหนดให้มีตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยีทางการเงิน คือ การรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีตัวแปรตามการศึกษา คือ การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านทางเทคโนโลยีทางการเงิน ความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยของสถาบันการเงิน นโยบายภาครัฐไทยแลนด์ 4.0 แนวโน้มในการทำธุรกรรมทางการเงินในอนาคต และกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมทางการเงินที่เกี่ยวข้อง ศึกษาโดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินออนไลน์จำนวน 820 ราย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ 1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา เป็นต้น 2) คำถามเกี่ยวกับระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยีทางการเงิน คือ การรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต 3) คำถามเกี่ยวกับการยอมรับต่อการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ โดยมีมาตรวัดเป็นสเกลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) นำมาทำการทดสอบแบบ Two way ANCOVA พบว่าการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินมีสูงถึง ร้อยละ 72.6 โดยมีปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการยอมรับคือ การได้รับบริการตลอด 24 ชั่วโมง ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ และความมั่นใจในระบบความปลอดภัยการให้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน

วรรณณา ตูลาชนานันท์ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้โซเชี่ยลแบงก์กิ้งในประเทศไทย โดยศึกษาและวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ Social Banking

โดยกำหนดให้ ตัวแปรอิสระในการศึกษา เป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เงินออมต่อเดือน พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ และความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีทางการเงิน มีตัวแปรตาม คือ การรับรู้ Social Banking ในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ตามลักษณะตัวแปรที่กำหนด จากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศ นำมาวิเคราะห์การถดถอยลอจิสติกเชิงอันดับ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่าตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ค่าคะแนนความรู้ (SCORE) และระดับการศึกษา ซึ่งมีค่านัยสำคัญที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ โดยค่าคะแนนความรู้เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ Social Banking เพิ่มขึ้น และระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้น จะมีโอกาสในการรับรู้ Social Banking มากขึ้น เช่นกัน

Chen, Lai, and Lin (2014) ได้ศึกษาการความไว้วางใจในการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ (P2P) แบบออนไลน์ในมุมมองของผู้ให้กู้ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับการให้กู้ยืมเงินผ่านอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีหลักประกันและไม่ผ่านสถาบันการเงิน ของบุคคลทั่วไป และ SME โดยศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความเสี่ยงในการให้กู้สำหรับผู้ให้กู้ ที่มีต่อความไว้วางใจต่อผู้กู้ การเลือกผู้กู้ที่มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ตรงตามเงื่อนไข และความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์ม ซึ่งสามารถแบ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้ ความรับรู้ความเข้าใจของผู้กู้ต่อการทำธุรกรรม คุณภาพของการให้บริการจากผู้ให้บริการ ความปลอดภัยและการคุ้มครองข้อมูลผู้ให้กู้ ต้นทุนทางสังคมของผู้กู้ ข้อมูลของผู้กู้ที่มีคุณภาพสามารถวิเคราะห์ได้โดยตรง ผ่านการสำรวจข้อมูลจากผู้ให้บริการที่เป็นผู้ให้กู้ของแพลตฟอร์ม PPDai ที่เป็นผู้ให้บริการ P2P Lending ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน จำนวน 785 ราย พบว่า ทั้งความไว้วางใจในผู้กู้และความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลางเป็นปัจจัยซึ่งมีนัยสำคัญต่อความมั่นใจในการปล่อยกู้ของผู้ให้กู้ได้ อย่างไรก็ตามความไว้วางใจในผู้กู้มีความสำคัญมากกว่าความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลาง และไม่เพียง แต่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการปล่อยสินเชื่อของผู้ให้กู้โดยตรง แต่ยังส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลางอีกด้วย ดังนั้นผู้ควรให้ข้อมูลที่มีคุณภาพสูงสำหรับคำขอสินเชื่อและแพลตฟอร์มตัวกลางควรให้บริการที่มีคุณภาพสูงและการป้องกันความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

Young and Lee (2016) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ออนไลน์ P2P Lending บทเรียนจากเว็บไซต์ Renrendai.com เนื่องจากเป็นบริการที่ให้ความความสะดวกแก่บุคคลที่สามารถเชื่อมต่อกัน โดยทำธุรกรรมกู้ยืมแบบออนไลน์นี้ โดยการศึกษาได้คำนึงถึงความเชื่อมั่นของผู้ให้กู้ยืมที่มีต่อผู้กู้ และแพลตฟอร์มตัวกลางที่ให้บริการ ซึ่งผู้ให้กู้เองจะต้องศึกษาข้อมูล

เหล่านี้เป็นอย่างดีก่อนการตัดสินใจทำธุรกรรมสินเชื่อแบบออนไลน์นี้ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ มีน่าจะมอิทธิพลต่อการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ออนไลน์ เช่น ประสิทธิภาพในการให้บริการของ แพลตฟอร์ม คุณภาพในด้านข้อมูลในการตัดสินใจ โครงสร้างหลักประกันและกำกับดูแล การสร้าง ความรู้ความเข้าใจ ความมีชื่อเสียงและการยอมรับต่อแพลตฟอร์ม การรับรู้ด้านความเสี่ยงในการทำ ธุรกรรม ความสัมพันธ์ซึ่งกันระหว่างผู้กู้ ผู้ให้กู้ และผู้ให้บริการ การสร้างความน่าเชื่อถือ ความพึง พอใจที่จะให้กู้ของผู้ให้กู้ นำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม จำนวน 42 ข้อเกี่ยวกับความเห็นต่อปัจจัย ต่าง ๆ ข้างต้นว่ามีอิทธิพลต่อการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ หรือไม่ เป็นคำถามแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับความเห็น จาก 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง จาก กลุ่มนักศึกษา จำนวน 246 คำตอบ จากสมาชิกผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ Renrendai.com แล้วนำมาทดสอบ สมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป พบว่า คุณภาพการให้บริการ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ โครงสร้างหลักประกันและกำกับดูแลที่ดี การสร้างความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม การรับรู้ความ เสี่ยง ความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม และความไว้วางใจต่อผู้กู้ ล้วนมีความสัมพันธ์โดยตรงการ ตัดสินใจของผู้ให้กู้ในการปล่อยสินเชื่อ

Koul and Eydgahi (2018) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี ไรคนับไร้คนขับ เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขนส่งในอนาคต แต่ หากยังไม่ได้รับการยอมรับจากผู้คนอย่างแพร่หลาย เนื่องจากยังมีข้อสงสัยต่อความสามารถของ เทคโนโลยีนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเอาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) มา ใช้ในการวิจัยหลักในครั้งนี้ ซึ่ง แบ่งเป็นปัจจัยกว้าง ๆ เป็น 2 ด้านดังนี้ 1) การรับรู้ถึงผลประโยชน์ จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) โดยเพิ่มปัจจัยที่สนใจตามสมมติฐานเพิ่มเติม คือ ประสิทธิภาพในการขับขีรถยนต์ตามจำนวน ปีที่ขับขี่ และอีกหนึ่งปัจจัย คือ อายุ ของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีนัยสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยีรถยนต์ ไรคนับไร้คนขับหรือไม่ อย่างไร วิธีการที่ใช้ คือเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์แบบสุ่มจากองค์กรต่าง ๆ 13 แห่งทั่วสหรัฐอเมริกา ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 377 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์ถดถอยพหุ พบว่า การรับรู้ผลประโยชน์ของเทคโนโลยีไรคนับ และรับรู้ ความสะดวกของเทคโนโลยีไรคนับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีไรคนับ มากขึ้น แต่จะพบอีกว่า ตัวแปรในส่วนของ อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้นจะส่งผลในเชิงลบต่อการ ยอมรับเทคโนโลยีไรคนับ คือ ยิ่งมีอายุมากขึ้นการยอมรับต่อเทคโนโลยีรถยนต์ไรคนับจะมี น้อยลง เช่นเดียวกันกับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์การขับขีรถยนต์แบบเดิมมาเป็นเวลาหลายปียังมีแนวโน้ม ที่จะยอมรับเทคโนโลยีรถยนต์ไรคนับลดลงเช่นเดียวกัน



Adistyasari, Firmansyah, and Gunadi (2020) ได้ทำการวิจัยเพื่อค้นหาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันการให้กู้ยืม P2P Lending ในเขต Greater Jakarta ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการเติบโตของผูู้ใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการเติบโตของเทคโนโลยีทางการเงิน และการให้บริการทางการเงินเพิ่มขึ้น เช่น กรณีที่กำลังศึกษาการให้กู้ยืมเงินแบบ P2P Lending ที่กำลังถูกพัฒนา และให้การสนับสนุนโดยรัฐบาลเพื่อให้ประชาชนที่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนแบบเดิมได้ แต่ด้วยการที่ประชาชนยังไม่รับรู้และเข้าใจต่อเทคโนโลยีทางการเงินนี้มากเท่าที่ควร จึงได้ทำการวิจัยว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันการให้กู้ยืม P2P Lending ครั้งนี้ขึ้น โดยกำหนดตัวแปรอิสระในการศึกษาไว้ดังนี้ การรับรู้ผลประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชัน การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน ความไว้วางใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน การส่งมอบนวัตกรรมใหม่แก่ผู้ใช้งาน และการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มประชากรที่ไม่เคยใช้งานแอปพลิเคชัน P2P Lending ในเขต Greater Jakarta ประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 150 ราย โดยการตอบแบบสอบถามจำนวน 27 ข้อที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระที่กล่าวมาข้างต้น แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจที่มีต่อแอปพลิเคชัน และปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งต่อไปให้ผู้ใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีผลดีส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการต้องการใช้งานแอปพลิเคชัน P2P Lending แต่การศึกษาในครั้งนี้ก็พบว่าปัจจัยอื่น ๆ คือ การรับรู้ผลประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน และการสนับสนุนจากรัฐบาลไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน P2P Lending เพิ่มขึ้น

Sipangkar and Wijaya (2020) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการลงทุนในแพลตฟอร์ม P2P Lending ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย Universitas Indonesia โดยกล่าวว่า P2P Lending ในประเทศอินโดนีเซียมีผู้ลงทุนหรือผู้ให้กู้ที่เป็นผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 19-34 ปี เป็นส่วนมากโดยคิดเป็น ร้อยละ 70.03 โดยช่วงอายุนี้ส่วนมากจะเป็นนักศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยนี้ โดยใช้สมมติฐานการวิจัย 13 ข้อ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการลงทุนในแอปพลิเคชัน ดังนี้

- 1) ค่าความเสี่ยงที่ถูกกำหนด มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 2) แนวโน้มต่อความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 4) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 5) การรับรู้ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง

- 6) การรับรู้ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 7) การรับรู้ชื่อเสียง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 8) การรับรู้ชื่อเสียง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 9) การกำกับดูแล มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 10) การกำกับดูแล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 11) การรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความไว้วางใจเริ่มต้น
- 12) การรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลงทุน
- 13) ความไว้วางใจเริ่มต้น มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจในการลงทุน

จากนั้นสังเคราะห์ออกมาเป็นแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 203 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการทดสอบโปรแกรม AMOS พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่าง มีความตั้งใจในการลงทุนใน P2P Lending ดังนี้ การรับรู้ชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความปลอดภัย แนวโน้มที่มีต่อความไว้วางใจ และความไว้วางใจเริ่มต้น ดังนั้นแพลตฟอร์มควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนการใช้งานอย่างชัดเจนเพื่อสร้างชื่อเสียงแก่แพลตฟอร์ม การใช้งานจะต้องง่ายไม่ยุ่งยากและซับซ้อน มีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยของเงินทุน และข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ลงทุนอย่างสม่ำเสมอ

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการการศึกษาเอกสารและงานวิจัยเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยผู้วิจัยกำหนดแนวทางการวิเคราะห์และวิธีการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ
- 3.4 การวิเคราะห์และการประเมินผลข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ในการงานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ศึกษากลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป โดย กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค ภาคละ 100 ราย รวม 600 คน จากการเก็บข้อมูลแล้วพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มประชากรใหญ่มาก จากจำนวนประชากรไทยทั้งหมด 66.56 ล้านคน เป็นประชากรที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปจำนวน 51.59 ล้านคน คิดเป็น 77.51% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) ผู้วิจัยจึง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อน -5% และ +5% ตามสมการที่ 1 ทำให้ได้ขนาด ของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำอยู่ที่จำนวน 384 คน

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2} \quad (3-1)$$

n	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
p	=	ค่าสัดส่วนของประชากรที่ต้องการศึกษา
z	=	ค่าที่กำหนดความเชื่อมั่น ในระดับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า z = 1.96
e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (error)

เมื่อแทนค่าในสูตร จะได้

$$n = \frac{0.50(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384$$

แม้จากสูตรการคำนวณหาประชากรได้เท่ากับ 384 คน แต่เพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 600 คน ให้ครอบคลุมทั้งประเทศจาก 6 ภูมิภาค แล้วจึงทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างภาคละ 100 ราย โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ จากการเก็บข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้น และใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่รวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร เอกสารการวิจัย เว็บไซต์ และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย เพื่อการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ โดยแบ่งดังนี้



ส่วนที่ 1 แบบสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และการรับรู้ข่าวสารทางการเงิน

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) โดยกำหนดเป็นคำถาม 10 ข้อ ให้เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุด 1 จาก 4 ตัวเลือก ตอบถูก 1 ข้อ คิดเป็น 1 คะแนน คะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยแบ่งกลุ่มคำถามเป็น 3 กลุ่ม และสามารถอธิบายที่มาของคำถามได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 คำถาม และที่มาของคำถามเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

ข้อ	คำถาม	คำตอบ	ตัดแปลงจาก
กลุ่มคำถามเฉพาะ P2P Lending			
1	ข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อความที่ถูกต้องเกี่ยวกับ P2P Lending ในประเทศไทย	การทำธุรกรรมสินเชื่อกันระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล	ประกาศ ธปท. ที่ สนส.14/2563, “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ข, น.2)
2	ข้อใดคือประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending	เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ในการทำธุรกรรมสินเชื่อ	Fuster et al., 2019
3	ข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อความที่ถูกต้องเกี่ยวกับ P2P Lending ในประเทศไทย	มีผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจ กำลังอยู่ในการเข้าร่วมทดสอบใน Regulatory Sandbox ซึ่งเป็นแนวทางการทดสอบและพัฒนานวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีใหม่ของธนาคารแห่งประเทศไทย นั้น มีเพียง 3 ราย ที่ทำการทดสอบอยู่และมีการทดลองใช้งานจริงแล้ว	“รายชื่อผู้ให้บริการ P2P Lending ใน Sandbox” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ก)

ตารางที่ 3.1 คำถาม และที่มาของคำถามเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	คำตอบ	ดัดแปลงจาก
		เป็นแต่ยังเป็นเฉพาะอยู่ในวงจำกัดเท่านั้นยังไม่ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้ในวงกว้าง	
4	P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล ได้รับการกำกับดูแลจากหน่วยงานใด	ธนาคารแห่งประเทศไทย	ประกาศ ธปท. ที่ สนส.14/2563, “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563ข, น.1-3)
5	ข้อใดคืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุดของการทำธุรกรรม P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล	15% ต่อปี	ประกาศ ธปท. ที่ สนส. 4/2562 “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ข, น.1)
กลุ่มคำถามกฎระเบียบ P2P Lending			
6	ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending	กรรมการผู้มีอำนาจไม่สามารถเป็นผู้ให้กู้ในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending	ประกาศ ธปท. ที่ สนส. 4/2562 “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ข, น.4-8)
7	วงเงินกู้สินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ของบุคคลธรรมดาขอู้ไว้เพื่ออุปโภคบริโภค ถูกกำหนดไว้อย่างไร	ไม่เกิน 1.5-5 เท่าของรายได้	ประกาศ ธปท. ที่ สนส. 4/2562 “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ข, น.6)

ตารางที่ 3.1 คำถาม และที่มาของคำถามเพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (ต่อ)

กลุ่มคำถามความรู้ทางการเงินทั่วไป			
8	P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราสูงสุดไว้อย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ส่วนบุคคลในอัตราสูงสุดของธนาคารพาณิชย์	ต่ำกว่า	ประกาศ ธปท. ที่ สนส. 4/2562 “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ข, น.1).
9	ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของผู้ให้กู้ในการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending	จำนวนเงินที่ผู้ให้กู้สามารถให้กู้ได้ขึ้นอยู่กับสินทรัพย์ของผู้ให้กู้ที่สามารถแสดงรายละเอียดได้ เช่น กระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าบัญชีเงินฝาก	ประกาศ ธปท. ที่ สนส. 4/2562 “เรื่องกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P Lending Platform” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562ข, น.5-7).
10	ข้อใดไม่ใช่หลักฐานทางกฎหมายในการธุรกรรมทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ กู้ยืมเงินออนไลน์	หลักฐานภาพถ่ายระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้	นิติกร แก้วโต, 2561 อ้างถึงใน พัชร์ ไคร์วานิช, 2562

จากตารางที่ 3.1 การแบ่งกลุ่มคำถามทั้ง 3 กลุ่มนั้น สาเหตุเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่มาก และยังไม่จำเพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจทางการเงินได้ดีเท่าที่ควร จึงปรับแนวคำถามให้มีความรู้ทั่วไปทางการเงินเข้าไปประกอบการทดสอบเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำลังศึกษาอยู่

### 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนการออกแบบการศึกษา

1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร เอกสารการวิจัย เว็บไซต์ และข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย (Factors Affecting Knowledge and Understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand) มาวิเคราะห์ แล้วทำเป็นคำถาม เพื่อออกแบบสอบถาม

3) นำแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อออกแบบเครื่องมือวัด และออกแบบทดสอบซึ่งเป็นขั้นตอนของการทำความเข้าใจตรงของข้อมูล (Validity)

4) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) จากค่าสัมประสิทธิ์ Alpha ( $\alpha$ ) ของ Cronbach (1990) จากสูตร

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right] \quad (3-2)$$

หากแบบสอบถามวัดค่าที่ได้ มีค่าอัลฟา มากกว่า 0.6 แสดงว่าแบบสอบถามนั้นสามารถเอาไปใช้ในการศึกษาได้ ซึ่งจากการทดสอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าอัลฟาเท่ากับ 0.749 ดังนั้น สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

### 3.4 การวิเคราะห์และการประเมินผลข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากเอกสารและแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อให้ได้คำตอบ ในประเด็นงานวิจัย ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทยโดยแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จะถูกคัดออกเพื่อให้เกิดความแม่นยำในการวิเคราะห์ โดยในการ

วิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ คือ โปรแกรม SPSS จากนั้นจะทำการประมวลผลข้อมูลทางสถิติทั้งในเรื่องของลักษณะทั่วไป ความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม และความรู้ความเข้าใจต่อสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในฐานะผู้กู้ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) ทำการวิเคราะห์สถิติเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานและการปรับค่าคะแนนจากประชากร 2 กลุ่ม ที่อยู่ในมาตรวัดแบบกลุ่มหรือแบบเรียงลำดับ เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลในรูปของความถี่ หรือในรูปของสัดส่วน ดังต่อไปนี้

(1) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ  $\chi^2$  - Test (Chi-Square Test) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Test of Association) หรือ การทดสอบความเป็นอิสระ (Test of Independence) ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ แจกแจง อยู่ในตารางมิติต่าง ๆ ดังนี้

กรณีแรก ข้อมูลที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบตาราง 2x2 (เป็นตาราง RxC ทั่วไป) ซึ่งเป็นตารางที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรและมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือสอง ตัวแปรจำแนกคุณลักษณะได้มากกว่า 2 ตัวแปร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติ  $\chi^2$  - Test (Chi-Square Test) โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้ (Walpole, 1983)

$$\chi^2 = \frac{\sum(o - E)^2}{E}, df = (R - 1)(C - 1) \quad (3-3)$$

เมื่อ  $\Sigma o$  = ค่าที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency)

$E$  = ค่าที่ได้จากการคาดคะเน (Expected Frequency)

และค่า  $\Sigma E = 0 = N$  ดังนั้น สูตรนี้สามารถกระจายให้อยู่ในรูปใหม่ได้ดังนี้

$$\chi^2 = \frac{\sum O^2}{E}, df = (R-1)(C-1) \quad (3-4)$$

- เมื่อ  $N$  = จำนวนข้อมูลทั้งหมด  
 $R$  = จำนวนแถวของตัวแปรในแนวนอน (ด้านแถว)  
 $C$  = จำนวนคอลัมน์ของตัวแปรในแนวตั้ง (ด้านคอลัมน์)

แนวคิดค่าที่ได้จากการสังเกต (O) ในทางปฏิบัติคือค่าที่ได้จากการแจกแจงความถี่ของข้อมูล ค่า E คือค่าที่ได้จากการคาดคะเนความน่าจะเป็นตามทฤษฎีซึ่งเป็นค่าที่ได้จากการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่า E ในเซลล์ใด} = \frac{\text{ผลรวมของแถวนั้นคูณผลรวมคอลัมน์นั้น}}{\text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด}}$$

การวิเคราะห์ค่าสถิติไคร้-สแควร์ มีข้อจำกัดเกี่ยวกับค่า E คือ ค่า E ต้อง 5 หรือถ้าน้อยกว่า 5 สามารถมีได้ไม่เกิน 20% ของจำนวนเซลล์หรือจำนวนช่องทั้งหมด

กรณีที่ 2 ข้อมูลที่ศึกษาวิเคราะห์อยู่ในรูปแบบตาราง 2x2 เป็นตาราง ที่ตัวแปรทั้งสองมีค่าข้อมูลเพียง 2 ค่าเท่านั้น เช่น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติ  $\chi^2$ -Test (Chi-Square Test) โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$\chi^2 = \frac{N(ad-bc)^2}{R_1R_2C_1C_2}, df = 1 \quad (3-5)$$

- เมื่อ  $abcd$  = ค่าความถี่ของข้อมูล 4 ช่อง  
 $R_1$  = ผลรวมของแถวที่ 1  
 $R_2$  = ผลรวมของแถวที่ 2  
 $C_1$  = ผลรวมของคอลัมน์ที่ 1



$C_2$  = ผลรวมของคอลัมน์ที่ 2

$N$  = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

การใช้สถิตินี้เป็นกำหนดค่าคะแนนให้กับตัวแปรอิสระ ที่มีลักษณะเป็นตัวแปรแบบกลุ่ม เพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์สถิติขั้นสูงได้ต่อไป

3) ทำการวิเคราะห์การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เป็นการศึกษาระดับความสัมพันธ์ของ  $X$  กับ  $Y$  ว่า มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด และมีทิศทางความสัมพันธ์อย่างไร เมื่อ  $X$  เป็นตัวแปรอิสระ และ  $Y$  เป็นตัวแปรตาม

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Correlation Coefficient) เป็นค่าที่วัดความสัมพันธ์ของ  $X$  กับ  $Y$  ว่า มีขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์อย่างไร กำหนดให้  $P$  คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของประชากร เมื่อ  $-1 \leq P \leq 1$  เนื่องจากในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ไม่ได้เก็บข้อมูลจากประชากรแต่เป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้ จึงเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของตัวอย่าง โดยใช้สัญลักษณ์ว่า  $r$  เมื่อ  $-1 \leq r \leq 1$

สูตรในการคำนวณหาค่า  $r$  คือ

$$r = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{\sqrt{\sum (xi^2 - n\bar{x}^2)}\sqrt{\sum (yi^2 - n\bar{y}^2)}} \quad (3-6)$$

ความหมายของค่า  $r$

- (1) ค่า  $r$  เป็น + แสดงว่า  $x$  กับ  $y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- (2) ค่า  $r$  เป็น - แสดงว่า  $x$  กับ  $y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- (3) ค่า  $r$  เป็น 0 แสดงว่า  $x$  กับ  $y$  ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
- (4) ค่า  $|r|$  มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า  $x$  กับ  $y$  มีความสัมพันธ์กันมาก
- (5) ค่า  $|r|$  มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า  $x$  กับ  $y$  มีความสัมพันธ์กันน้อย

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) เป็นค่าที่แสดงว่าตัวแปร  $x$  มีอิทธิพลต่อตัวแปร  $y$  มากน้อยเพียงใด โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ กำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือ  $r^2$  โดยที่  $0 \leq r^2 \leq 1$

#### 4) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) มีข้อตกลงเบื้องต้น (Assumptions) ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (สำราญ มีแจ้ง, 2544, น.53)

(1) คะแนน  $Y$  จะต้องมีการแจกแจงเป็นแบบปกติในแต่ละค่าของ  $X$  ถึงแม้  $X$  จะมีการกระจายเป็นโค้งปกติหรือไม่ก็ตาม แต่ถ้า  $y$  เป็นโค้งปกติ สามารถทดสอบนัยสำคัญของค่าสถิติต่าง

(2) คะแนน  $Y$  มีความแปรปรวนเท่ากันที่แต่ละจุด  $X$

(3) ความคลาดเคลื่อนจากการพยากรณ์ ( $e$ ) มีการแจกแจงเป็นแบบปกติและเป็นความคลาดเคลื่อนที่เกิดโดยบังเอิญ (Random) พร้อมกับมีความแปรปรวนเท่ากันทุกจุดของ  $X$

วิธีการคัดเลือกตัวแปร ผู้วิจัยได้ใช้การคัดเลือกตัวแปรแบบถอยหลัง (Backward Selection) วิธีการนี้โดยการนำตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดเข้าสมการ จากนั้นก็จะลบตัวแปรพยากรณ์ออกทีละตัว โดยจะหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการแต่ละตัวกับตัวแปรตาม เมื่อพบว่าตัวแปรอิสระใดที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ก็ทำการลบออกจากสมการ แล้วทำการทดสอบตัวแปรอิสระที่เหลือที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อตัวแปรตาม ให้อยู่ในสมการต่อไป จนกระทั่งพบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการ มีนัยสำคัญทางสถิติ ก็จะหยุดการคัดเลือก และได้สมการถดถอยที่มีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด โดยใช้สมการพยากรณ์ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็นการศึกษาเพื่อใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยจะอธิบายตัวแปรหนึ่ง เมื่อทราบค่าตัวแปรอีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์มีเหตุและมีผลต่อกันและกัน ซึ่งคะแนนทุกตัวเปลี่ยนเป็นรูปคะแนนมาตรฐาน จะทำให้ได้สมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงในรูปของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_Y = \beta_1 z_1 + \beta_2 z_2 + \dots + \beta_k z_k \quad (3-7)$$

เมื่อ  $Z_Y$  แทน คะแนนพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐานของตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์)

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$  แทน ค่าน้ำหนักเบต้าหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของคะแนนของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

$Z_1, Z_2, \dots, Z_k$  แทน คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

น้ำหนักเบต้า ( $\beta$ ) เป็นคะแนนมาตรฐาน ดังนั้น  $\beta$  เป็นค่าที่ชี้ถึงว่า เมื่อตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) (X) ตัวนั้นเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยคะแนนมาตรฐานจะทำให้ตัวแปรอิสระจะเปลี่ยนแปลงไป  $\beta$  หน่วยคะแนนมาตรฐาน

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย จากการสำรวจกลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค โดยเก็บข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องแล้ว ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย สามารถแสดงผลได้ดังนี้

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 4.1 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	273	43.5
หญิง	341	54.4
ไม่ระบุ	13	2.1
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศชาย 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 เพศหญิง 341 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 และ ไม่ประสงค์ระบุเพศ 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.2 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
20-24 ปี	460	73.4
25-29 ปี	74	11.8
30-34 ปี	31	4.9

ตารางที่ 4.2 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ (ต่อ)

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
35-39 ปี	16	2.6
40-44 ปี	16	2.6
อายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป	30	4.8
รวม	627	100.0

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีช่วงอายุ 20-24 ปี จำนวน 460 ราย คิดเป็น ร้อยละ 73.4 ช่วงอายุ 25-29 ปี จำนวน 74 ราย คิดเป็น ร้อยละ 11.8 ช่วงอายุ 30-34 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็น ร้อยละ 4.9 ช่วงอายุ 35-39 ปีจำนวน 16 ราย คิดเป็น ร้อยละ 2.6 ช่วงอายุ 40-44 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็น ร้อยละ 2.6 และช่วงอายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป จำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.3 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	126	20.1
ปริญญาตรี	449	71.6
ปริญญาโทขึ้นไป	52	8.3
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาดังนี้ ต่ำกว่าปริญญาตรี 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.1 ปริญญาตรี 449 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.6 และปริญญาโทขึ้นไป 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.4 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่รัฐ	30	4.8
พนักงานเอกชน	93	14.8
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	56	8.9
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	40	6.4

ตารางที่ 4.4 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	402	64.1
อื่น ๆ	6	1.0
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพดังนี้ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8 พนักงานเอกชน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.9 อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 นักเรียน/นักศึกษา 402 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.1 และ อาชีพอื่น ๆ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.5 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	335	53.4
15,001 – 30,000 บาท	162	25.8
30,001 – 45,000 บาท	60	9.6
45,001 - 60,000 บาท	21	3.3
60,001 – 75,000 บาท	13	2.1
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	36	5.7
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงรายได้ต่อเดือน ดังนี้ รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 335 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.4 รายได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8 รายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.6 รายได้ 45,001 - 60,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 รายได้ 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 รายได้ มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คิดเป็นร้อยละ 5.7



ตารางที่ 4.6 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายจ่ายต่อเดือน

รายจ่ายต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	213	34.0
5,001 – 10,000 บาท	210	33.5
10,001 – 15,000 บาท	100	15.9
15,001 – 20,000 บาท	28	4.5
20,001 – 25,000 บาท	20	3.2
มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป	56	8.9
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงรายจ่ายต่อเดือน ดังนี้ รายจ่ายต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 รายจ่าย 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.5 รายจ่าย 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.9 รายจ่าย 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 รายจ่าย 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.2 รายจ่าย มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.9

ตารางที่ 4.7 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเงินออมต่อเดือน

เงินออมต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	468	74.6
10,001 – 20,000 บาท	96	15.3
20,001 – 30,000 บาท	27	4.3
30,001 – 40,000 บาท	11	1.8
40,001 – 50,000 บาท	8	1.3
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	17	2.7
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเงินออมต่อเดือน ดังนี้ เงินออมต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 468 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.6 เงินออม 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 เงินออม 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 เงินออม 30,001 –

40,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 เงินออม 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 เงินออม มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.8 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเงินภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน

ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	503	80.2
10,001 – 20,000 บาท	66	10.5
20,001 – 30,000 บาท	24	3.8
30,001 – 40,000 บาท	13	2.1
40,001 – 50,000 บาท	4	0.6
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	17	2.7
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน ดังนี้ หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 503 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.2 หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.9 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	ความถี่	ร้อยละ
ทุกวัน	222	35.4
1-5 ครั้งต่อสัปดาห์	222	35.4
1 ครั้งต่อสัปดาห์	40	6.4
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	143	22.8
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ดังนี้ ทำธุรกรรมทางการเงินทุกวัน จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4 ทำธุรกรรมทางการเงิน 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.4 ทำธุรกรรมทางการเงิน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 ทำธุรกรรมทางการเงินไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 4.10 ความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	ความถี่	ร้อยละ
Internet Banking	81	12.9
Mobile Banking	496	79.1
E-Wallet เช่น Alipay, True Money, AISPAY และอื่นๆ	50	8.0
Total	627	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ดังนี้ Internet Banking จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.9 Mobile Banking จำนวน 496 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.1 E-Wallet เช่น Alipay, True Money, AISPAY และอื่น ๆ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์

เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
LINE	4.287	1.0255
FACEBOOK	4.054	1.1585
YOUTUBE	4.337	0.9288
INSTAGRAM	3.971	1.3034
TWITTER	3.124	1.4665
TIKTOK	2.730	1.5248
WE CHAT	1.823	1.2066
WHATS APP	1.804	1.1835
CLUBHOUSE	2.059	1.2555

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้ แอปพลิเคชัน YOUTUBE มีค่าเฉลี่ยการใช้งานสูงสุดที่ 4.337 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.9288 อันดับที่ 2 LINE มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 4.287 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.0255 อันดับที่ 3 FACEBOOK มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 4.054 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.1585 อันดับที่ 4 INSTAGRAM มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 3.971 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.3034 อันดับที่ 5 TWITTER มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 3.124 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.4665 อันดับที่ 6 TIKTOK มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 2.730 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.5248 อันดับที่ 7 CLUBHOUSE มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 2.059 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.2555 อันดับที่ 8 WE CHAT มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 1.823 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.2066 อันดับสุดท้ายคือ WHATS APP มีค่าเฉลี่ยการใช้งานที่ 1.804 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.1835

ตารางที่ 4.12 คะแนนจากการตอบแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจ

คะแนน	ความถี่	ร้อยละ
1	20	3.2
2	62	9.9
3	106	16.9
4	106	16.9
5	98	15.6
6	71	11.3
7	68	10.8
8	34	5.4
9	31	4.9
10	31	4.9
รวม	627	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทำคะแนนจากการทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้ดังต่อไปนี้ ที่ 1 คะแนน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.2 ที่ 2 คะแนน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.9 ที่ 3 คะแนน จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.9 ที่ 4 คะแนน จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.9 ที่ 5 คะแนน จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.6 ที่ 6 คะแนน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ

11.3 ที่ 7 คะแนน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ที่ 8 คะแนน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 ที่ 9 คะแนน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.9 ที่ 10 คะแนน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 4.13 การกำหนดค่าน้ำหนักของปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยประชากรศาสตร์	ค่าไคร้สแคว์	ค่าน้ำหนัก
เพศ	18.312	4.46
อายุ	51.476	12.53
ระดับการศึกษา	20.351	4.95
อาชีพ	78.734	19.17
รายได้ต่อเดือน	56.241	13.69
รายจ่ายต่อเดือน	54.707	13.32
เงินออมต่อเดือน	80.651	19.63
ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	50.306	12.25
รวม	410.778	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ เงินออมต่อเดือน ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 19.63 รองลงมาคือ อาชีพ ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 19.17 ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีค่าน้อยที่สุด คือ เพศ ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 4.46

ตารางที่ 4.14 ค่าน้ำหนักย่อยของปัจจัยประชากรศาสตร์แต่ละตัวแปร

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
เพศ	100	4.46
ชาย	43.5	1.94
หญิง	54.4	2.43
ไม่ระบุ	2.1	0.09
อายุ	100	12.53
20-24 ปี	73.4	9.20
25-29 ปี	11.8	1.48
30-34 ปี	4.9	0.61

ตารางที่ 4.14 คำน้่านักย่อยของปัจจัยประชากรศาสตร์แต่ละตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
35-39 ปี	2.6	0.33
40-44 ปี	2.6	0.33
อายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป	4.8	0.60
ระดับการศึกษา	100	4.95
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20.1	1.00
ปริญญาตรี	71.6	3.55
ปริญญาโทขึ้นไป	8.3	0.41
อาชีพ	100	19.17
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	4.8	0.92
พนักงานเอกชน	14.8	2.84
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8.9	1.71
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	6.4	1.23
นักเรียน/นักศึกษา	64.1	12.29
อื่นๆ	1	0.19
รายได้ต่อเดือน	100	13.69
ต่ำกว่า 15,000 บาท	53.4	7.31
15,001 – 30,000 บาท	25.8	3.53
30,001 – 45,000 บาท	9.6	1.31
45,001 – 60,000 บาท	3.3	0.45
60,001 – 75,000 บาท	2.1	0.29
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	5.7	0.78
รายจ่ายต่อเดือน	100	13.32
ต่ำกว่า 15,000 บาท	34	4.53
15,001 – 30,000 บาท	33.5	4.46
30,001 – 45,000 บาท	15.9	2.12
45,001 – 60,000 บาท	4.5	0.60
60,001 – 75,000 บาท	3.2	0.43



ตารางที่ 4.14 คำน้ำหนักย่อยของปัจจัยประชากรศาสตร์แต่ละตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	8.9	1.19
เงินออมต่อเดือน	100	19.63
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74.6	14.65
10,001 – 30,000 บาท	15.3	3.00
30,001 – 50,000 บาท	4.3	0.84
50,001 – 80,000 บาท	1.8	0.35
80,001 – 100,000 บาท	1.3	0.26
มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป	2.7	0.53
ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	100	12.25
ต่ำกว่า 15,000 บาท	80.2	9.82
15,001 – 30,000 บาท	10.5	1.29
30,001 – 45,000 บาท	3.8	0.47
45,001 – 60,000 บาท	2.1	0.26
60,001 – 75,000 บาท	0.6	0.07
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	2.7	0.33
รวม	410.778	100.00

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีค่าน้ำหนักมากกว่าเพศชาย ในช่วงอายุ 20-24 ปี นั้นมีค่าน้ำหนักมากที่สุด อยู่ที่ 73.4 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือระดับปริญญาตรี อยู่ที่ 71.6 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามมีอาชีพที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือนักเรียน/นักศึกษา อยู่ที่ 64.1 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือต่ำกว่า 15,000 บาทอยู่ที่ 53.4 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามรายจ่ายต่อเดือนที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือต่ำกว่า 15,000 บาท อยู่ที่ 34 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามเงินออมต่อเดือนที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 10,000 อยู่ที่ 74.6 ผู้ที่มาตอบแบบสอบถามมีภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มากที่สุดอยู่ที่ 80.2

ตารางที่ 4.15 การกำหนดค่าน้ำหนักของ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และช่องทางในการ  
ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์

ตัวแปร	ค่าไคร้สแคว์	ค่าน้ำหนัก
ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	56.032	58.01
ช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	40.552	41.99
รวม	96.584	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 58.01 มากกว่าช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ที่มีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 41.99

ตารางที่ 4.16 ค่าน้ำหนักย่อยของความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ ช่องทางในการทำ  
ธุรกรรมทางการเงินออนไลน์

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	100	58.01
ทุกวัน	35.4	20.54
1-5 ครั้งต่อสัปดาห์	35.4	20.54
1 ครั้งต่อสัปดาห์	6.4	3.71
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	22.8	13.23
ช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	100	41.99
Internet Banking	12.9	5.42
Mobile Banking	79.1	33.21
E-Wallet เช่น Alipay, True Money, AISPAY และอื่นๆ	8	3.36
รวม	96.584	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินที่ ทุกวันและ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ที่ 35.4 และช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ Mobile Banking อยู่ที่ 79.1

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ Correlation Analysis

	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	รายจ่าย	เงินออม	หนี้สิน	ความถี่	ช่องทาง ธุรกรรม
เพศ	1	.160**	.153**	.143**	.077	.110**	.090*	.138**	-.064	-.131**
อายุ	.160**	1	.281**	.762**	.627**	.506**	.432**	.439**	-.102*	-.092*
การศึกษา	.153**	.281**	1	.258**	.122**	.145**	.129**	.145**	-.063	.063
อาชีพ	.143**	.762**	.258**	1	.633**	.462**	.414**	.356**	-.101*	-.089*
รายได้	.077	.627**	.122**	.633**	1	.657**	.613**	.459**	-.196**	-.013
รายจ่าย	.110**	.506**	.145**	.462**	.657**	1	.419**	.453**	-.163**	-.030
เงินออม	.090*	.432**	.129**	.414**	.613**	.419**	1	.324**	-.091*	.018
หนี้สิน	.138**	.439**	.145**	.356**	.459**	.453**	.324**	1	-.023	-.037
ความถี่	-.064	-.102*	-.063	-.101*	-.196**	-.163**	-.091*	-.023	1	.106**
ช่องทาง ธุรกรรม	-.131**	-.092*	.063	-.089*	-.013	-.030	.018	-.037	.106**	1

จากตารางที่ 4.17 การทดสอบ Correlation Analysis จากการใช้ตารางสหสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ กันสูง (มากกว่า 0.6)

จากตารางสหสัมพันธ์ข้างต้นพบว่ามีตัวแปรหุ่น สองตัวแปรคือ อาชีพ และเพศ จึงได้ทำการกำหนดค่าตัวแปรดังกล่าวขึ้นใหม่ ดังนี้

1) เพศ กำหนดค่าให้ เพศชาย = 1 เพศอื่น = 0

2) อาชีพ โดยเลือก อาชีพที่มีสัดส่วนร้อยละ และค่าความถี่สูงสุดสองอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานเอกชน กำหนดค่าให้ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา = 1 อาชีพอื่น = 0 ส่วน อาชีพพนักงานเอกชน กำหนดค่าให้ = 1 และ อาชีพอื่น = 0

จากนั้นนำตัวแปรหุ่นที่แปลงค่าเรียบร้อยแล้ว นำไปทำการทดสอบรวมกับตัวแปรอิสระอื่น ๆ คือ การศึกษา รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน เงินออมต่อเดือน หนี้สินต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ พบว่า

ตารางที่ 4.18 ตัวแปรอิสระพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.243 <sup>a</sup>	.059	.041	2.258

a. Predictors: (Constant), เพศ อายุ การศึกษา อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ รายจ่าย เงินออม หนี้สิน ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ และ การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์

จากตารางที่ 4.18 พบว่าตัวแปรอิสระ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ รายจ่าย เงินออม หนี้สิน ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ และ การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ ในการทำธุรกรรม P2P Lending โดยได้ R Square .059 หรือ ร้อยละ 5.9

ตารางที่ 4.19 นัยสำคัญของการพยากรณ์ของตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.031	12	16.419	3.220	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3130.943	614	5.099		
Total		3327.974	626			

a. Dependent Variable: ความรู้ความเข้าใจ

b. Predictors: (Constant), เพศ อายุ การศึกษา อาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ รายจ่าย เงินออม หนี้สิน ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ และ การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์

จากตารางที่ 4.19 พบว่าค่าการพยากรณ์ตัวแปรตามนั้น มีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.971	.662		9.026	.000
เพศ	-.119	.192	-.026	-.621	.535
อายุ	-.086	.043	-.136	-2.012	.045
การศึกษา	.075	.078	.040	.959	.338
อาชีพนักเรียน/นักศึกษา	-.384	.328	-.080	-1.170	.243
อาชีพเจ้าหน้าที่ของรัฐพนักงาน	-.336	.319	-.052	-1.052	.293
เอกชน					
รายได้	-.020	.061	-.023	-.332	.740
รายจ่าย	.182	.086	.115	2.115	.035
เงินออม	-.020	.021	-.047	-.944	.346
หนี้สิน	-.013	.030	-.020	-.437	.663
ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน	.048	.020	.100	2.443	.015
ช่องทางธุรกรรมการเงินออนไลน์	-.005	.008	-.025	-.629	.529
การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์	-.041	.015	-.115	-2.777	.006

a. Dependent Variable: ความรู้ความเข้าใจ

จากตารางที่ 4.20 พบว่าจากตัวแปรอิสระข้างต้นทั้งหมด มีเพียง อายุ รายจ่ายต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้ ดังนั้นจึงนำเอาตัวแปรข้างต้นมาทำการทดสอบอีกครั้ง ได้ผลดังนี้

## 4.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4.21 สรุปตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 <sup>a</sup>	.050	.044	2.255

a. Predictors: (Constant), อายุ รายจ่าย ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์

จากตารางที่ 4.21 พบว่าตัวแปรอิสระ อายุ รายจ่าย ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ ในการทำธุรกรรม P2P Lending โดยได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.22 สรุปนัยสำคัญของการพยากรณ์ของตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.264	4	41.566	8.177	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3161.710	622	5.083		
Total		3327.974	626			

a. Dependent Variable: ความรู้ความเข้าใจ

จากตารางที่ 4.22 พบว่าค่าการพยากรณ์ตัวแปรตามนั้น มีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000

ตารางที่ 4.23 สรุปผลการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	5.601	.553			10.132	.000
อายุ	-.117	.029	-.186		-4.046	.000
รายจ่าย	.135	.073	.085		1.855	.064
ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน	.045	.019	.093		2.331	.020
การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์	-.037	.014	-.104		-2.578	.010



a. Dependent Variable: ความรู้ความเข้าใจ

จากตารางที่ 4.23 พบว่าจากตัวแปรอิสระข้างต้นทั้งหมด มี อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เท่านั้น ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย จากการสำรวจกลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค โดยเก็บข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผล

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย ในครั้งนี้จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีคะแนนความรู้ความเข้าใจที่มีค่าความถี่สูงสุดที่คะแนน 3 และ 4 จาก 10 คะแนน ที่ความถี่เท่ากัน คือ 106 คิดเป็น ร้อย 16.90 แล้วพบว่าจากตัวแปรอิสระทั้งหมด คือ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน เพศ การศึกษา รายจ่าย เงินออม หนี้สิน ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมการเงิน ออนไลน์ และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่าตัวแปรอิสระ ที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0 โดยมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000 จากตัวแปรอิสระข้างต้น พบว่า มี อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้

#### 5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตามนั้นคือ ความรู้ความเข้าใจความรู้ความเข้าใจ ในการทำธุรกรรม P2P

Lending สามารถอธิบายได้ว่า การที่มีอายุมากขึ้น มีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending ลดลง ส่วนความถี่ในการทำธุรกรรมการเงินที่มากขึ้นจะมีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending เพิ่มมากขึ้น แต่การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ มีค่า B เป็นลบ ซึ่งควรมีค่าเป็นบวก แสดงว่า เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ไม่ได้เป็นตัวแปรในลักษณะตัวเลข แต่เป็นแบบกลุ่มหรือนามบัญญัติ ซึ่งอาจจะไม่เหมาะที่จะนำมาวิเคราะห์เป็นตัวเลขได้ ดังนั้น การกำหนดขนาดของตัวแปรการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวเลขส่งผลให้ ค่าของตัวแปรไม่เป็นไปในทิศทางที่ควรจะเป็น

Koul and Eydgahi (2018) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ ประสิทธิภาพการขับขี่ อายุ กับความสนใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเชิงพรรณนา ในแบบภาคตัดขวาง โดยมีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นกรอบทางทฤษฎี วิธีการหลักในการรวบรวมข้อมูลคือการสำรวจออนไลน์ Pearson's Correlation and Multiple Linear Regression ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษานี้พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ มีผลต่อความรับรู้และความตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ แต่นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างประสิทธิภาพการขับขี่ และอายุ ที่มีผลการรับรู้และความสนใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ ดังนั้น อายุ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้และความสนใจในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ สอดคล้องกับบทสรุปของงานวิจัยนี้ ซึ่งก็พบว่า อายุ เป็นตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending เช่นกัน

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากคะแนนความรู้ความเข้าใจที่มีค่าความถี่สูงสุดที่คะแนนเพียง 3 และ 4 จาก 10 คะแนน ที่แสดงให้เห็นว่าคนไทยยังมีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending ยังไม่มากเท่าที่ควร แล้วจากตัวแปรอิสระข้างต้นทั้งหมดที่มี อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้

เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เท่านั้น ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้ นำไปสู่ข้อเสนอแนะดังนี้

1) อายุ ที่มากขึ้นมีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ลดลง ดังนั้นในบริบทปัจจุบันที่ ธุรกรรมนี้ยังไม่ถูกยอมรับ และถูกนำมาใช้งานจริง ก็อาจเกิดจาก ประชาชนที่มีอายุมาก ผู้มีอำนาจรัฐ ผู้กำหนดนโยบายทางการเงิน หรือแม้แต่ผู้บริหารสถาบันการเงิน ล้วนแล้วเป็นแต่ผู้ที่มีอายุมาก จึงยังมีความรู้ความเข้าใจถึงข้อดี ผลประโยชน์ ของการทำธุรกรรม P2P Lending นี้น้อยลง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มการรับรู้ โดยเน้นการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจไปที่บุคคลดังกล่าว เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ และนำไปสู่การใช้บริการจริง และช่วยการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบใหม่ได้มากขึ้นในอนาคต

2) การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ มีผลในทางบวกต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ดังนั้นควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุปรับตัวมาใช้งานเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น และการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่มีอายุสูง ก็ควรทำผ่านเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์เช่นกัน

3) ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ แสดงให้เห็นว่าคนที่มีความคุ้นเคยต่อการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์จะมีความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) มากกว่า ดังนั้นผู้ให้บริการควรเข้าไปร่วมมือกับหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการด้านการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ให้มากขึ้น พร้อมทั้งเสนอแนะว่าการทำธุรกรรมออนไลน์นี้จะช่วยลดการสัมผัส และช่วยในเรื่องมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) เนื่องจากตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ R Square .050 หรือร้อยละ 5.0 ยัง ถือว่ายังไม่มากเท่าที่ควร จึงขอเสนอแนะว่า การศึกษาครั้งต่อไป ควรเจาะจงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินได้ดี เช่น กลุ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มนักลงทุนใน Cryptocurrency (สกุลเงินดิจิทัล) หรือมีประสบการณ์ในการทำธุรกรรมเงินกู้ออนไลน์แบบอื่นมาก่อนอยู่แล้ว เป็นต้น

2) เนื่องจากธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) สำหรับบุคคลต่อบุคคล หรือรายย่อยกับรายย่อยโดยเฉพาะ ยังไม่มีการเปิดใช้งานอย่างเป็นทางการ จึงเสนอแนะว่า หากในอนาคตมีการเปิดใช้งานจริงอย่างเป็นทางการก็เป็นสามารถใช้เป็นทางเลือกในการศึกษาเรื่องการยอมรับในการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ต่อไป ทั้งนี้ยังสามารถเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาเป็น P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในแบบธุรกิจต่อธุรกิจ หรือในประเทศไทยนิยมเรียกว่า คราวด์ฟันดิง มากกว่า ซึ่งปัจจุบันมีการทำธุรกรรมกันเกิดขึ้นในประเทศไทยอยู่แล้วแทนได้



## บรรณานุกรม

- เกศวิฑู ทิพยศ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)* (Master's thesis). สืบค้นจาก <http://it.nation.ac.th/studentresearch/files/5509109f.pdf>
- เดชาธร ปริปัญญาพาสน์. (2561). *การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัย ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล* (Master's thesis). สืบค้นจาก <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/305010>
- ธัญย์พัทธ์ ไกร์วานิช. (2562). *เศรษฐกิจดิจิทัล*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562ก). *กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P lending platform*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2563/ThaiPDF/25630186.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562ข). *สินเชื่อออนไลน์ระหว่างบุคคล รูปแบบใหม่*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2562/ThaiPDF/25620096.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562ค). *กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ P2P lending platform*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2563/ThaiPDF/25630186.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563ข). *รายชื่อผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่ทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?fbclid=IwAR3nkAcMFtw4ZQg2jbb1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-8p2f14acs>
- ธนศ สุขสาตร์. (2559). *การศึกษาศวามพร้อมสำหรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://econ.nida.ac.th/2018/11/การศึกษาศวามพร้อมสำหรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน \(FinTech\) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.pdf](http://econ.nida.ac.th/2018/11/การศึกษาศวามพร้อมสำหรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.pdf)
- ปราณี สุทธรศรี, ณัฐภัชช์ พงษ์เลื่องธรรม, วิศรุต มาลสุขุม, และณัชพล จรุงพิพัฒน์กุล. (2562). *Sharing Economy: นัยต่อเศรษฐกิจไทย*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy\\_V8.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy_V8.pdf)



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรรณนิภา เร่งรัด. (2562). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับการทำธุรกรรมสินเชื่อ ระหว่างบุคคล กับบุคคลผ่านแพลตฟอร์มในมุมมองของผู้ให้กู้* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://www.mis.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/6102037246\\_Pannipa.pdf](http://www.mis.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/6102037246_Pannipa.pdf)
- วรรณณา คุณานานันท์. (2563). *การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้โซเชี่ยลแบงก์กิ้งในประเทศไทย* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2562). *การเสนอขายหลักทรัพย์ผ่านระบบคราวด์ฟันดิง*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/LawandRegulations/Crowdfunding.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2563). *ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/MARKETDATA/LISTOPERATOR.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำราญ มีแจ้ง. (2544). *การใช้สถิติสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ : นิชนเอดเวอร์ไทซ์กรุ๊ป.
- Adistyasari, N., Firmansyah, R. K., & Gunadi, W. (2020). Analyzing the Use of P2P Lending Mobile Applications in Greater Jakarta. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering*, 9(2), 2010-2020.
- Barry, E. (2021). *The history of US peer to peer lending*. Retrieved from <https://www.finder.com/p2p-lending-usa>
- Chen, D., Lai, F., & Lin, Z. (2014). A trust model for online peer-to-peer lending: a lender's perspective. *Information Technology and Management*, 15(4), 239-254.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harper & Row.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions, and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the Technology Acceptance Model: Three experiments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45(1), 19-45.
- Fuster, A., Plosser, M., Schnabl, P., & Vickery, J. (2019). The Role of Technology in Mortgage Lending. *Review of Financial Studies*, 32 (5), 1854-1899.
- Hawkins, D., & Mothersbaugh, D. (2010). *Business & Economics*. USA: McGraw-Hill Irwin.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice –Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management* (13<sup>th</sup> ed.). Pearson Prentice Hall.
- Koul, S., & Eydgahi, A. (2018). *Utilizing Technology Acceptance Model (TAM) for driverless car technology Adoption*. Retrieved from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4)
- Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics*, 43(1), 159-172.
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E., & Clegg, C. W. (2001). Explaining intranet use with the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Technology*, 16(4), 237-249.
- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, present, and future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(50), 750-782.
- Sipangkar, H., & Wijaya, C. (2020). Factors Affecting Intention to Investing in Peer-To-Peer Lending Platform Toward Universitas Indonesia Students. *Journal Impact Factor* (2020), 11, 751-763.
- Solomon, R. M. (2007). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. *An International Journal*, 3(2), 124-138.

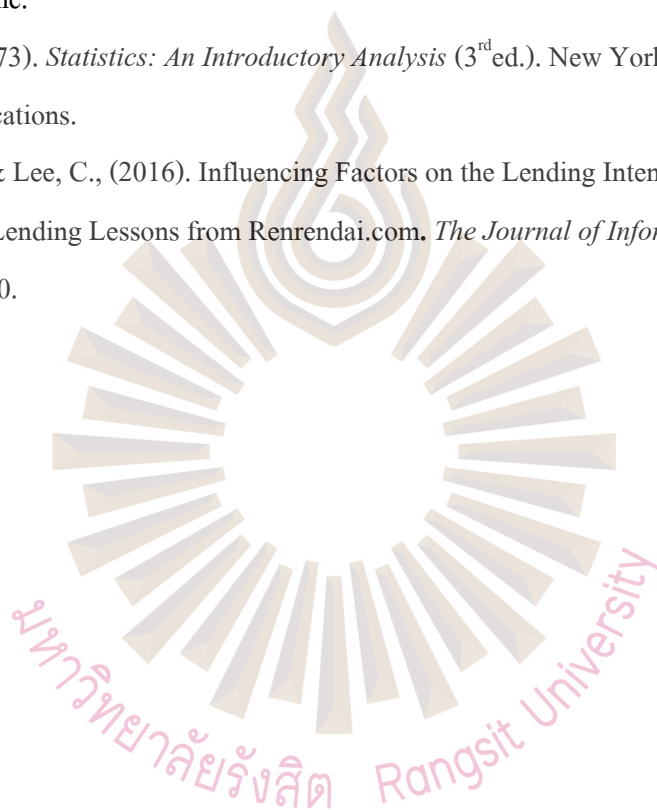
## บรรณานุกรม (ต่อ)

Venkatesh, V., Davis, F. D., & Morris, M. G. (2007). Dead or alive? The development, trajectory and future of technology adoption research. *Journal of the association for information systems*, 8(4), 267.

Walpole, R.E. (1983). *Elementary Statistical Concept* (2<sup>nd</sup> ed.). New York : McMillan Publishing. Co., Inc.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed.). New York. Harper and Row : Publications.

Young, Q. Y., & Lee, C., (2016). Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending Lessons from Renrendai.com. *The Journal of Information Systems*, 25(2), 79-110.







### แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล

(Peer to Peer Lending: P2P Lending) ในประเทศไทย

ปัจจุบันท่านมีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ใช่หรือไม่

ใช่  ไม่ - ยุติการสัมภาษณ์

ท่านสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป ใช่หรือไม่

ใช่  ไม่ - ยุติการสัมภาษณ์

ท่านสามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ใช่หรือไม่

ใช่  ไม่ - ยุติการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

ชาย  หญิง  ไม่ระบุ

2. อายุ

20-24 ปี  25-29 ปี  
 30-34 ปี  35-39 ปี  
 40-44 ปี  อายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโทขึ้นไป

4.อาชีพ

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ  
 พนักงานเอกชน  
 กู้ขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว  
 อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป  
 นักเรียน/นักศึกษา  
 อื่นๆ

## 5. รายได้ต่อเดือน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 15,001 – 30,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 45,001 – 60,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 60,001 – 75,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป |

## 6. รายจ่ายต่อเดือน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป |

## 7. เงินออมต่อเดือน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป |

## 8. ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป |

## ส่วนที่ 2 การใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต

## 1. ความถี่ในการ เข้าใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน

- ทุกวัน
- 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์
- 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

2. ท่านใช้เครื่องมือสื่อสารคอมพิวเตอร์ออนไลน์บ่อยแค่ไหน

ระดับความคิดเห็น (5 = มากที่สุด 4 = ค่อนข้างมาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด)

รายละเอียด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. LINE					
2. FACEBOOK					
3. YOUTUBE					
4. INSTAGRAM					
5. TWITTER					
6. TIKTOK					
7. WE CHAT					
8. WHATS APP					
9. CLUBHOUSE					

3. ท่านใช้ทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางใดมากที่สุด

- INTERNET BANKING
- MOBILE BANKING
- E-WALLET เช่น ALIPAY TRUE MONEY AISPAY และอื่นๆ

ส่วนที่ 3 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

(Peer to Peer Lending)

1. ข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อความที่ถูกต้องเกี่ยวกับ P2P Lending ในประเทศไทย

- การทำธุรกรรมสินเชื่อกันระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล
- การกู้เงินนอกระบบผ่านออนไลน์
- เทคโนโลยีจัดเก็บข้อมูลแบบกระจายศูนย์
- การโอนเงินระหว่างนาย A ไปหา นาย B



2. ข้อใดคือประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

- เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ในการทำธุรกรรมสินเชื่อ
- ทำให้มีคนที่เราใช้เทคโนโลยีเป็น
- ทำให้รัฐบาลมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ทำให้ผู้คนสามารถติดต่อกันได้ง่ายขึ้น

3. ข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อความที่ถูกต้องเกี่ยวกับ P2P Lending ในประเทศไทย

- มีการเริ่มเปิดให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้ในวงกว้างแล้วในประเทศไทย
- มีผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจ กำลังอยู่ในการเข้าร่วมทดสอบใน Regulatory Sandbox ซึ่งเป็นแนวทางการทดสอบและพัฒนานวัตกรรมที่นำเทคโนโลยีใหม่ ของธนาคารแห่งประเทศไทยนั้น มีเพียง 3 ราย ที่ทำการทดสอบอยู่ และมีการทดลองใช้งานจริงแล้วเป็น แต่ยังเป็นเฉพาะอยู่ในวงจำกัดเท่านั้น ยังไม่ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปได้ใช้ในวงกว้าง
- เป็นสินเชื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ที่ในต่างประเทศเท่านั้น ยังไม่ได้นำมาทดสอบหรือดำเนินการในประเทศไทย
- เป็นสินเชื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยธนาคารพาณิชย์

4. P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล ได้รับการกำกับดูแลจากหน่วยงานใด

- กระทรวงการคลัง
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
- ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

5. P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล มีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในอัตราสูงสุด ไร่อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ส่วนบุคคลในอัตราสูงสุดของธนาคารพาณิชย์

- ต่ำกว่า
- สูงกว่า
- เท่ากัน
- ไม่สามารถเปรียบเทียบได้

6. ข้อใดคืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้สูงสุดของการทำธุรกรรม P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคล

- 10% ต่อปี
- 15% ต่อปี
- 20% ต่อปี
- 25% ต่อปี

7. ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

- ผู้ประกอบการจะต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนในประเทศไทย
- ต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว และส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท
- มีจำนวนหุ้นที่บุคคลผู้มีสัญชาติไทยถืออยู่ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75
- กรรมการผู้มีอำนาจไม่สามารถเป็นผู้ให้กู้ในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

8. วงเงินกู้สินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ของบุคคลธรรมดาขอกู้ไว้เพื่ออุปโภคบริโภค ถูกกำหนดไว้อย่างไร

- ไม่เกิน 1 เท่าของรายได้
- ไม่เกิน 1.5-5 เท่าของรายได้
- ไม่เกิน 3-7 เท่าของรายได้
- ไม่เกิน 10 เท่าของรายได้

9. ข้อใดไม่ใช่คุณสมบัติของผู้ให้กู้ในการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

- เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการให้สินเชื่อและความเสี่ยงในการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending
- กรรมการหรือผู้มีอำนาจของผู้ประกอบการแพลตฟอร์ม P2P Lending หรือผู้เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าวเป็นผู้ให้กู้ด้วย สามารถให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของในแต่ละสัญญา
- จำนวนเงินที่ผู้ให้กู้สามารถให้กู้ได้ขึ้นอยู่กับสินทรัพย์ของผู้ให้กู้ที่สามารถแสดงรายละเอียดได้ เช่น กระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าบัญชีเงินฝาก
- ผู้ให้กู้ที่เป็นบุคคล และนิติบุคคลทั่วไปสามารถให้กู้ผ่านผู้ประกอบการรายรวมกันได้ ไม่เกิน 500,000 บาท ในรอบ 12 เดือน

10. ข้อใดไม่ใช่หลักฐานทางกฎหมายในการธุรกรรมการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ กู้ยืมเงินออนไลน์

- หลักฐานข้อความสนทนาในการขอกู้ยืมเงิน ผ่านแชท ออนไลน์
- หลักฐานบัญชีผู้ใช้ในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้กู้ยืมเงิน
- หลักฐานการโอนเงินผ่านธนาคาร หรือแอปพลิเคชันของธนาคาร
- หลักฐานภาพถ่ายระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้



## เฉลย

## ส่วนที่ 3 แบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

## (Peer to Peer Lending)

1. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 1

การทำธุรกรรมสินเชื่อกันระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัล

2. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 1

เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ในการทำธุรกรรมสินเชื่อ

3. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 3

P2P Lending ในแบบบุคคลต่อบุคคลเป็นสินเชื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ที่ไม่ต่างประเทศ  
เท่านั้น ยังไม่ได้นำมาทดสอบหรือ ดำเนินการในประเทศไทย

4. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 3

ธนาคารแห่งประเทศไทย

5. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 1

ต่ำกว่า

6. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 2

15% ต่อปี

7. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 4

กรรมการผู้มีอำนาจไม่สามารถเป็นผู้ให้กู้ในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending

8. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 2

ไม่เกิน 1.5-5 เท่าของรายได้

9. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 3

จำนวนเงินที่ผู้ให้กู้สามารถให้กู้ได้ขึ้นอยู่กับสินทรัพย์ของผู้ให้กู้ที่สามารถแสดง

รายละเอียดได้ เช่น กระแสเงินสดหมุนเวียนเข้าบัญชีเงินฝาก

10. คำตอบ = ตัวเลือกที่ 4

หลักฐานภาพถ่ายระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้



## ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P LENDING (PEER TO PEER LENDING) ในประเทศไทย

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย โดยสำรวจกลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป ครอบคลุมภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค โดยเก็บข้อมูลแล้วพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear Regression) ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญต่อตัวแปรตาม คือ อายุ รายจ่ายต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0 โดยมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000 ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ได้ โดยอายุมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending คือ ผู้มีอายุที่มากขึ้นจะมีผลทำให้มีความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ลดลง ส่วนการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ดังนั้นควรส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจ แก่ผู้ที่มีอายุสูงผ่านเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและนำไปสู่การใช้บริการ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบใหม่ได้มากขึ้นในอนาคต นอกจากนี้ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินก็แสดงให้เห็นว่า คนที่มีความคุ้นเคยต่อการทำธุรกรรมทางการเงินมีแนวโน้มว่าจะมีความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending ได้มากกว่า ดังนั้นควรขอความร่วมมือหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการด้านการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางในการทำธุรกรรมออนไลน์นี้ จะช่วยส่งเสริมมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

**คำสำคัญ** การกู้ยืมเงินแบบบุคคลกับบุคคล สินเชื่อออนไลน์ ความรู้ความเข้าใจ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

P2P Lending (Peer to Peer Lending) อาจเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้หลายราย แต่การให้กู้ยืมสินเชื่อบetweenบุคคล มีประวัติยาวนานนับสิบปีที่ บริษัทแรกที่เสนอการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์คือ Zopa ซึ่งเป็น บริษัท ในสหราชอาณาจักรที่ออกเงินกู้มากกว่า 2.9 พันล้านดอลลาร์นับตั้งแต่ก่อตั้งขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2548 ส่วนในสหรัฐอเมริกา การกู้ยืมเงินโดยไม่ผ่านธนาคารหรือ P2P นี้ เริ่มต้นในซาน ฟรานซิสโกในปี 2549 จุดเริ่มต้นมีเพียงเล็กน้อย เมื่อบริษัท Prosper เปิดตัวครั้งแรกในเดือนกุมภาพันธ์ 2549 ตามด้วย Lending Club ซึ่งปัจจุบันเป็นแพลตฟอร์มสินเชื่อบetweenบุคคล ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยเริ่มต้นมาจากการเป็นแค่เพียงแค่แอปพลิเคชันหนึ่งของ Facebook เท่านั้น โดยการให้กู้ยืมแบบ P2P เป็นรูปแบบสินเชื่อที่ค่อนข้างใหม่ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การจัดหาเงินทุนให้กับผู้กู้รายย่อยรวมถึงผู้ให้กู้รายย่อยและบุคคลทั่วไปที่ต้องการได้รับดอกเบี้ยจากเงินที่ให้กู้ยืม ผู้กู้สามารถสมัครผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับสินเชื่อส่วนบุคคลซึ่งมักไม่มีหลักประกัน ซึ่งได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากนักลงทุนหนึ่งราย หรือหลายรายก็ได้ (Barry, 2021) การดำเนินธุรกิจของ Peer-to-Peer Lending Platform จะเข้ามาเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของประชาชน และบุคคลที่ประกอบกิจการธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้สะดวกรวดเร็ว ผ่านทางช่องทางออนไลน์ ทั้งยังมีต้นทุนทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับแหล่งเงินทุนแบบดั้งเดิม โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครือข่ายและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำการตลาด การรับรู้ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์จากการทำธุรกรรมให้กับผู้บริโภค ได้รับทราบความสามารถในการเข้าข้อมูลข่าวสารทางการเงิน เพื่อให้ทราบถึงความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ช่วยให้ผู้ใช้บริการ ผู้กำกับดูแลใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การพัฒนาให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองที่ดี และได้รับรู้ และเข้าใจมากยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ ที่มีต่อธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending)
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ในประเทศไทย



### บททวนวรรณกรรม

ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ที่เกิดจากการรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครื่องมือที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และรวมถึงพฤติกรรมการใช้เครื่องมือในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่ช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับ ที่มา ลักษณะการทำงาน ผลประโยชน์ หน่วยงานเกี่ยวกับการกำกับดูแล อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ วงเงินกู้สินเชื่อ คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจ คุณสมบัติของผู้ให้กู้ รวมถึงกฎหมายที่รองรับในการทำธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending)

ในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นสินเชื่อออนไลน์รูปแบบใหม่ เป็นการกู้ยืมกันแบบบุคคลกับบุคคล มีตัวกลางเป็นแพลตฟอร์ม เข้ามาเป็นตัวกลางเพื่อจับคู่กันของ ผู้ต้องการกู้เงิน กับผู้ต้องการให้กู้เงิน หรือนักลงทุนรายย่อย แล้วช่วยดำเนินการในเรื่องของการทำสัญญาเงินกู้ แต่ในประเทศไทยผู้ที่เก็บรักษาเงิน จะไม่ใช่ตัวแพลตฟอร์มเองเป็นผู้เก็บรักษาเงิน ยังต้องมีตัวกลางที่ช่วยเก็บรักษาเงินแทน และให้บริการโอนเงิน และรับโอนเงินแทน ยกตัวอย่างเช่น ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น ทั้งนี้ในการกู้แบบบุคคลธรรมดา จะมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล แต่ถ้าเป็นการกู้ของนิติบุคคลจะเป็นหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้กำหนด คุณสมบัติผู้กู้ไว้ตามวัตถุประสงค์ และกำหนดวงเงินในการขอกู้ไว้ ดังนี้

- 1) บุคคลธรรมดา ขอกู้ไว้เพื่อ อุปโภคบริโภค วงเงินกู้ที่กำหนดไว้ คือ ไม่เกิน 1.5-5 เท่าของรายได้
- 2) บุคคลธรรมดา ขอกู้ไว้เพื่อประกอบธุรกิจ วงเงินกู้ที่กำหนดไว้ คือ ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนผู้ให้กู้ สามารถแบ่งออกเป็น บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล แบ่งเป็น นักลงทุนรายย่อย จำกัดการลงทุนไม่เกิน 5 แสนบาทต่อปี และนักลงทุนสถาบัน สามารถลงทุนได้ไม่จำกัด ทั้งนี้ อัตราดอกเบี้ย จะต้องไม่เกิน 15% ต่อปี ขึ้นอยู่กับการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ หากแพลตฟอร์มทำการประเมินแล้วว่า ผู้กู้มีความสามารถในการชำระหนี้ได้ดี อัตราดอกเบี้ยก็จะลดลงตามความสามารถของผู้กู้แต่ละราย และสำหรับผู้ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ Peer-to-Peer Lending Platform จะทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ในการทำสัญญากู้ยืมเงินระหว่างผู้ให้กู้ และผู้ขอกู้ที่เป็นบุคคลธรรมดา โดยผู้ประกอบการต้องเป็นบริษัทหรือบริษัทมหาชนจำกัดที่มีผู้ถือหุ้นสัญชาติไทยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 และต้องมีทุนขั้นต่ำ 5 ล้านบาทตลอดระยะเวลาการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ Peer-to-Peer Lending Platform ต้องจัดให้มีแนวทางการคุ้มครองผู้บริโภค และมาตรการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม เช่น

กระบวนการรู้จักลูกค้า การประเมินความเหมาะสม (Client Suitability) ของผู้ให้กู้ และการประเมินระดับความเสี่ยง (Credit Rating) ของผู้ขอกู้ ธปท. จะกำหนดหลักเกณฑ์รองรับผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจ โดยผู้สนใจสามารถติดต่อมายัง ธปท. เพื่อขอเข้าร่วม ทดสอบใน Regulatory Sandbox ของ ธปท. และเมื่อพร้อมให้บริการในวงกว้างแล้ว ธปท. จะเสนอกระทรวงการคลังเพื่อพิจารณาให้ใบอนุญาตต่อไป

การรับรู้หมายถึง การเปิดรับ (Exposure) เกิดจากการมีสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบก่อให้เกิดการรับรู้ความรู้สึก (Sensation) ซึ่งการรับรู้ความรู้สึกจะอาศัยประสาทสัมผัส (Senses) ทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การดมกลิ่น การลิ้มรส การมองเห็น การสัมผัส โดยการที่บุคคลแต่ละบุคคลจะรับรู้ของสิ่งเดียวกันแตกต่างกัน ไป นั้นเป็นผลมาจากการบวนการ 3 กระบวนการ (Kotler, 2003) คือ การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) และการเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention)

ความตั้งใจ (Attention) หมายถึง ความใส่ใจในการจำแนกรายละเอียดความรู้สึกที่เกิดขึ้นตาม ความรู้สึกในจิตใจ ความรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภค

ความเข้าใจหรือการตีความ (Comprehension/Interpretation) ในข้อมูลซึ่งไม่ได้หมายความว่า จะถูกต้องเสมอไป การตีความนั้นจะขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ทศนคติ และประสบการณ์ การประมวลความรู้สึกความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งรับรู้ซึ่งอาจส่งผลต่อการยอมรับในที่สุด การยอมรับของผู้ใช้ในระบะแรกกลายเป็นสิ่งสำคัญเมื่อมีผลกระทบทางการเงินจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ (Davis, 1993)การยอมรับเทคโนโลยี มี 2 ปัจจัยในการกำหนด การยอมรับแล้วนำไปซึ่งการใช้งานจริง ในกรณีศึกษา เทคโนโลยี P2P Lending มีดังนี้

1) การรับรู้ถึงผลประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived usefulness) ในกรณีศึกษา เทคโนโลยี P2P Lending นี้อาจยกตัวอย่างได้เช่น ประโยชน์การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประโยชน์จากต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่า จากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีต่ำกว่า สถาบันการเงินแบบดั้งเดิม เป็นต้น

2) การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived ease of use) ในกรณีศึกษา เทคโนโลยี P2P Lending นี้อาจยกตัวอย่างได้ เช่นความรวดเร็วในการได้รับเงินกู้ ขั้นตอนการสมัคร และการยื่นเอกสารง่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

การกู้ยืมเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสัญญาชนิดหนึ่งที่ผู้ให้ยืมส่งมอบหรือโอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินให้แก่ผู้ยืมเพื่อ ใช้สอยทรัพย์สินนั้นและผู้ยืมก็ตกลงว่าจะส่งคืนทรัพย์สินนั้นเมื่อได้ใช้สอยเสร็จแล้ว ประเภทของสัญญายืม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1. สัญญายืมใช้คงรูป และ 2. สัญญายืมใช้สิ้นเปลือง ซึ่งการกู้ยืมเงินนั้นจัดอยู่ใน ประเภทของสัญญายืมใช้สิ้นเปลือง คือ สัญญาที่ผู้ให้ยืมได้โอนกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินนั้นเป็นปริมาณมี กำหนดให้แก่ผู้ยืม และผู้ยืมตกลงว่าจะคืนทรัพย์สินเป็นประเภท ชนิดและปริมาณเช่นเดียวกันให้แทน ทรัพย์สินซึ่งให้ยืมนั้น และสัญญา ยืมนี้จะสมบูรณ์ต่อเมื่อส่งมอบทรัพย์สินที่ยืม ดังนั้น การกู้ยืมเงินหรือ สัญญากู้ยืมเงิน จึงเป็นสัญญา ยืมใช้สิ้นเปลือง ที่ “ผู้กู้ยืม” ไปขอกู้ยืมเงินจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ผู้ให้กู้ยืม” โดยผู้กู้ยืมสัญญา หรือตกลงว่าจะใช้เงินคืนให้ภายในกำหนดเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งในการกู้ยืมเงินนี้จะมีการ กำหนดดอกเบี้ยในการกู้ยืมด้วยหรือไม่ก็ได้ และสัญญากู้ยืมเงินจะสมบูรณ์ต่อเมื่อ ได้มีการส่งมอบเงินที่กู้ยืม กันแล้ว (สำนักงานกฎหมายและคดี, 2561, อ้างถึงใน ชันย์พัชร์ ไคร์วานิช, 2562ก, น. 51)

Chen, Lai, and Lin (2014) ได้ศึกษาการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ (P2P) แบบออนไลน์ เป็นวิธีการใหม่ที่จำเป็นสำหรับองค์กรขนาดเล็กและรายย่อยผ่านอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีหลักประกันและไม่ผ่านสถาบันการเงิน ในการจัดการกับความเสี่ยง ฉะนั้นการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ (P2P) แบบออนไลน์ต้องมีการปลูกฝังความไว้วางใจ จากทฤษฎีความไว้วางใจการศึกษาในปัจจุบัน ได้พัฒนารูปแบบความไว้วางใจแบบบูรณาการ โดยเฉพาะสำหรับบริบทP2PLending เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความไว้วางใจของผู้ให้กู้โมเดลนี้ได้รับการทดสอบเชิงประจักษ์โดยใช้ข้อมูลที่สำรวจจากผู้ให้กู้ออนไลน์ 785 ราย ซึ่งเป็นแพลตฟอร์ม P2P ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศจีน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทั้งความไว้วางใจในผู้กู้และความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลางเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นใจในการปล่อยกู้ของผู้ให้กู้ได้ อย่างไรก็ตามความไว้วางใจในผู้กู้มีความสำคัญมากกว่าความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลาง และไม่เพียง แต่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการปล่อยสินเชื่อของผู้ให้กู้โดยตรง แต่ยังส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในแพลตฟอร์มตัวกลางอีกด้วย ดังนั้นผู้กู้ควรให้ข้อมูลที่มีคุณภาพสูงสำหรับคำขอสินเชื่อและแพลตฟอร์มตัวกลางควรให้บริการที่มีคุณภาพสูงและการป้องกันความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

Young, Lee (2016) ได้ศึกษาการให้กู้ยืมแบบเพียร์ทูเพียร์ออนไลน์แบบเพียร์ทูเพียร์ (Purpose Online) หรือ P2P โดยก่อนหน้านี้การศึกษานี้ได้พัฒนารูปแบบบูรณาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสภาพแวดล้อมการให้ยืม P2P ออนไลน์ในประเทศจีนเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ให้กู้ในการให้ยืมเงินผ่านแพลตฟอร์มการให้ยืม P2P การออกแบบ / วิธีการ / แนวทางการตรวจสอบสมมติฐาน โดยได้พัฒนาแบบสอบถามโดยมีแบบสำรวจ 42

รายการ วัดรายการทั้งหมดด้วย five-point Likert-type scale จาก Sojump.com เพื่อรวบรวมแบบสอบถามและรวบรวม 246 คำตอบที่ถูกต้องจากสมาชิกที่ลงทะเบียนของ Renrendai.com องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ จากนั้นทำการทดสอบอคติวิธีการทั่วไป บทบาทการใกล้เคียงของความไว้วางใจในแพลตฟอร์มและผู้รู้ได้รับการทดสอบ ล่าสุดได้ทดสอบสมมติฐานผ่านแบบจำลองผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการ คุณภาพข้อมูล การรับประกัน โครงการ ความเอาใจใส่ต่อชื่อเสียงที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ให้กู้ในแพลตฟอร์มการให้ยืม P2P ออนไลน์ ประการที่สองการรับรู้ชื่อเสียงและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ให้กู้และผู้รู้และความตั้งใจในการให้ยืม ประการที่สามแนวโน้มความไว้วางใจมีผลในเชิงบวกต่อความไว้วางใจของผู้ให้กู้ต่อผู้รู้ ประการสุดท้ายการรับรู้ชื่อเสียง การรับรู้ความเสี่ยง ความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม และความไว้วางใจของผู้รู้สามารถส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการปล่อยสินเชื่อของผู้ให้กู้

นอกจากนั้น Adistyasari, Firmansyah, and Gunadi (2020) ได้ทำการวิจัยเพื่อค้นหาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้ P2P แอปพลิเคชันการให้ยืมรวมถึงผลกระทบต่อเชิงบวกการรับรู้ความสะดวกในการใช้งานการรับรู้ประโยชน์ความไว้วางใจผู้ใช้นวัตกรรมและการสนับสนุนจากรัฐบาลสำหรับทัศนคติต่อ โดยใช้แอปพลิเคชันการให้ยืม P2P และผลกระทบต่อเชิงบวกของทัศนคติต่อการใช้เพื่อเจตนาเชิงพฤติกรรมที่จะใช้ P2P แอปพลิเคชันการให้ยืม การศึกษาดำเนินการสุ่มตัวอย่าง 150 คนที่ไม่เคยขอสินเชื่อแบบ P2P ไปสมัครและมีภูมิลำเนาอยู่ในมหานครจาการ์ตา โดยใช้ข้อมูลและวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือบางส่วนน้อยที่สุดการเพื่อสร้างแบบจำลองสมการ โครงสร้างกำลังสอง (PLS-SEM) ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจและนวัตกรรมของผู้ใช้มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้สินเชื่อ P2P การใช้งานและทัศนคติต่อการใช้งานมีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันการให้ยืม P2P ในขณะเดียวกันรับรู้ว่าการใช้งานง่ายรับรู้ประโยชน์และการสนับสนุนจากรัฐบาลไม่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันให้ยืม P2P ในประเทศอินโดนีเซีย Sipangkar, Wijaya (2020) ศึกษาพบว่ามีปัจจัยสำคัญหลายประการที่นักศึกษาของ Universitas Indonesia ต่อความตั้งใจในการลงทุนใน P2P Lending ที่มีชื่อเสียงในด้านการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความปลอดภัยในการรับรู้ความปลอดภัยและแนวโน้มความไว้วางใจและความไว้วางใจเบื้องต้นเกี่ยวกับความตั้งใจในการลงทุน ดังนั้นแพลตฟอร์มการให้ยืมแบบ P2P จำเป็นต้องเพิ่มความสะดวกในการใช้งานแพลตฟอร์มทั้งบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถทำได้โดยให้คำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนหรือขั้นตอนสำหรับการใช้งานบนเว็บไซต์หรือในแอปพลิเคชัน ไม่เพียงเท่านั้นการให้ยืม

แบบ P2P จำเป็นต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าอินเทอร์เฟซผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) บนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของพวกเขาไม่ยุ่งและสับสนเพื่อให้นักเรียนสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย สำหรับการให้ยืม P2P ที่ยังไม่มีแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์มือถือควรเปิดใช้ทันทีเพื่อให้นักเรียนเข้าถึงแพลตฟอร์มการให้ยืม P2P ได้ง่ายขึ้นเนื่องจากนักเรียนไม่ชอบกระบวนการที่ซับซ้อน แพลตฟอร์มการให้ยืม P2P จะต้องคิดค้นและนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้อย่างต่อเนื่องเพื่อความปลอดภัยของเงินลงทุนและข้อมูลส่วนบุคคลของนักลงทุนไม่เพียง พร้อมแจ้งให้ผู้ใช้ทราบอย่างชัดเจนเกี่ยวกับข้อมูลความเป็นส่วนตัวที่จะนำไปใช้และไม่นำไปใช้ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักลงทุนเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด เนื่องจากปัจจุบันนักเรียนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของแพลตฟอร์มก่อนใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความปลอดภัยของความเป็นส่วนตัวของข้อมูล แพลตฟอร์มการให้ยืมแบบ P2P จะต้องฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภคในการให้บริการอย่างมืออาชีพและดีที่สุดแก่นักลงทุน เพื่อให้เป็นการลงทุนที่มีศักยภาพ การให้ยืมแบบ P2P ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการกระจายข้อได้เปรียบด้านบริการเมื่อเทียบกับคู่แข่งและการให้ยืมแบบ P2P ควรใช้โฆษณาที่เพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของคนหนุ่มสาวโดยการศึกษาและค้นหาสิ่งที่กำลังชอบอยู่ในขณะนี้และสิ่งที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่เยาวชน ผู้คน โดยเฉพาะนักเรียนเพื่อที่จะทำให้ชื่อเสียงของการให้ยืม P2P ดีขึ้น ความสนใจของนักเรียนที่มีความเสี่ยงสูงเพียงพอเพื่อให้สามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงและสามารถเพิ่มความมั่นใจในเบื้องต้นเพื่อให้ความตั้งใจในการลงทุนเพิ่มขึ้น การให้ยืมแบบ P2P จำเป็นต้องส่งเสริมโดยเน้นข้อดีทั้งหมดที่มีอยู่เพื่อดึงดูดความสนใจของนักเรียนที่มีแนวโน้มความไว้วางใจสูงพอ และสำหรับการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความตั้งใจในการลงทุนในการให้ยืมแบบ P2P จะเป็นการดีกว่าที่จะขยายเป้าหมายของการวิจัยให้กว้างขึ้นเช่นระหว่างมหาวิทยาลัยหรือบุคคลทั่วไปและพยายามหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางอ้อม (ผลทางอ้อม) จากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรตาม (ความตั้งใจในการลงทุน) พรพรรณนิภา เร่งรัด (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับการทำธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์มในมุมมองของผู้ให้กู้ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีทางการเงินและรู้จักธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม จำนวน 193 คน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจต่อแพลตฟอร์ม และความไว้วางใจต่อผู้กู้เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ให้กู้ยอมรับที่จะทำธุรกรรมสินเชื่อบetweenบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม แต่ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของผู้ให้กู้ที่จะให้ยืมเงินผ่านแพลตฟอร์มดังกล่าว



### วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการงานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ศิษยาภิบาลกลุ่มบุคคลที่สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตั้งแต่อายุ 20 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ เป็นประจำทุกวัน รวมวันละ 30 นาทีขึ้นไป โดย กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย 6 ภูมิภาค ภาคละ 100 ราย รวม 600 คน จากการเก็บข้อมูลแล้วพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม 678 ราย ได้ตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้อง ได้รับแบบสอบถาม 627 ราย

### ผลการศึกษา

การปรับค่าคะแนนเพื่อการใช้สถิติ Multiple Regression Analysis จะต้องดำเนินการให้ตัวแปรอิสระที่ใช้ มีระดับการวัดแบบนับได้ดังการปรับในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การกำหนดค่าน้ำหนักของปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยประชากรศาสตร์	ค่าไคร้สแคว์	ค่าน้ำหนัก
เพศ	18.312	4.46
อายุ	51.476	12.53
ระดับการศึกษา	20.351	4.95
อาชีพ	78.734	19.17
รายได้ต่อเดือน	56.241	13.69
รายจ่ายต่อเดือน	54.707	13.32
เงินออมต่อเดือน	80.651	19.63
ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	50.306	12.25
รวม	410.778	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ เงินออมต่อเดือน ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 19.63 รองลงมาก็คือ อาชีพ ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 19.17 ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีค่าน้อยที่สุด คือ เพศ ซึ่งมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ 4.46

ตารางที่ 2 คำนวณน้ำหนักย่อยของปัจจัยประชากรศาสตร์แต่ละตัวแปร

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
เพศ	100	4.46
ชาย	43.5	1.94
หญิง	54.4	2.43
ไม่ระบุ	2.1	0.09
อายุ	100	12.53
20-24 ปี	73.4	9.20
25-29 ปี	11.8	1.48
30-34 ปี	4.9	0.61
35-39 ปี	2.6	0.33
40-44 ปี	2.6	0.33
อายุตั้งแต่ 45 ปี ขึ้นไป	4.8	0.60
ระดับการศึกษา	100	4.95
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20.1	1.00
ปริญญาตรี	71.6	3.55
ปริญญาโทขึ้นไป	8.3	0.41
อาชีพ	100	19.17
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	4.8	0.92
พนักงานเอกชน	14.8	2.84
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8.9	1.71
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	6.4	1.23
นักเรียน/นักศึกษา	64.1	12.29
อื่นๆ	1	0.19
รายได้ต่อเดือน	100	13.69
ต่ำกว่า 15,000 บาท	53.4	7.31
15,001 – 30,000 บาท	25.8	3.53
30,001 – 45,000 บาท	9.6	1.31
45,001 – 60,000 บาท	3.3	0.45



ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก	ร้อยละ
60,001 – 75,000 บาท	2.1	0.29
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	5.7	0.78
รายจ่ายต่อเดือน	100	13.32
ต่ำกว่า 15,000 บาท	34	4.53
15,001 – 30,000 บาท	33.5	4.46
30,001 – 45,000 บาท	15.9	2.12
45,001 – 60,000 บาท	4.5	0.60
60,001 – 75,000 บาท	3.2	0.43
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	8.9	1.19
เงินออมต่อเดือน	100	19.63
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74.6	14.65
10,001 – 30,000 บาท	15.3	3.00
30,001 – 50,000 บาท	4.3	0.84
50,001 – 80,000 บาท	1.8	0.35
80,001 – 100,000 บาท	1.3	0.26
มากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป	2.7	0.53
ภาระหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน	100	12.25
ต่ำกว่า 15,000 บาท	80.2	9.82
15,001 – 30,000 บาท	10.5	1.29
30,001 – 45,000 บาท	3.8	0.47
45,001 – 60,000 บาท	2.1	0.26
60,001 – 75,000 บาท	0.6	0.07
มากกว่า 75,001 บาทขึ้นไป	2.7	0.33
รวม	410.778	100.00

นำตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญ ต่อตัวแปรตาม คือ อายุ รายจ่ายต่อเดือน ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสารคอมพิวเตอร์ มาทำการทดสอบได้ผลดังนี้

ตารางที่ 3 ตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 <sup>a</sup>	.050	.044	2.255

a. Predictors: (Constant), อายุ รายจ่าย ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรอิสระ อายุ รายจ่าย ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามคือความรู้ความเข้าใจ ในการทำธุรกรรม P2P Lending โดยได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0 พบว่าค่าการพยากรณ์ตัวแปรตามนั้นมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .000

ตารางที่ 4 การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	5.601	.553		10.132	.000
อายุ	-.117	.029	-.186	-4.046	.000
รายจ่าย	.135	.073	.085	1.855	.064
ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	.045	.019	.093	2.331	.020
การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์	-.037	.014	-.104	-2.578	.010

a. Dependent Variable: ความรู้ความเข้าใจ

จากตารางที่ 4 พบว่าจากตัวแปรอิสระข้างต้นทั้งหมด มี อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การใช้เครื่องมือสื่อสารสังคมออนไลน์ เท่านั้น ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้

### สรุปผลและอภิปรายผล

จากตัวแปรอิสระทั้งหมด คือ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน เพศ การศึกษา รายจ่าย เงินออมหนี้สิน ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ช่องทางทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ และ การใช้เครื่องมือ

สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression) พบว่าตัวแปรอิสระที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ R Square .050 หรือ ร้อยละ 5.0 จากตัวแปรอิสระที่ทดสอบ พบว่า มี อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และ การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) สามารถอธิบายได้ว่า การที่มีอายุมากขึ้น มีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending ลดลง ส่วนความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากขึ้นจะมีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจความรู้ความเข้าใจ ในการทำธุรกรรม P2P Lending เพิ่มมากขึ้น แต่การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ มีค่า B เป็นลบ ซึ่งควรมีค่าเป็นบวก แสดงว่า เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ ไม่ได้เป็นตัวแปรในลักษณะตัวเลข แต่เป็นแบบกลุ่มหรือนามบัญญัติ ซึ่งอาจจะไม่เหมาะที่จะนำมาวิเคราะห์เป็นตัวเลขได้ ดังนั้น การกำหนดขนาดของตัวแปรการใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวเลขส่งผลให้ ค่าของตัวแปรไม่เป็นไปในทิศทางที่ควรจะเป็น

Koul, Eydgahi (2018) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ ประสบการณ์การขับขี่ อายุ กับความสนใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาเชิงพรรณนา ในแบบภาคตัดขวาง โดยมีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นกรอบทางทฤษฎี วิธีการหลักในการรวบรวมข้อมูลคือการสำรวจออนไลน์ Pearson's correlation and multiple linear regression ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษานี้พบความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ การรับรู้ความสะดวกในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ มีผลต่อความรับรู้และความตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ แต่นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญระหว่างประสบการณ์การขับขี่ และอายุ ที่มีผลการรับรู้และความสนใจที่จะใช้รถยนต์ไร้คนขับ ดังนั้น อายุ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้และความสนใจในการใช้เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ สอดคล้องกับบทสรุปของงานวิจัยนี้ ซึ่งก็พบว่า อายุ เป็นตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้ความเข้าใจความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกรรม P2P Lending เช่นกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากตัวแปรอิสระข้างต้นทั้งหมด มีเพียง อายุ ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เท่านั้น ที่สามารถพยากรณ์ ตัวแปรตามก็คือ ระดับความรู้ความเข้าใจ ในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ได้ นำไปสู่ข้อเสนอแนะดังนี้

1. อายุ ที่มากขึ้นมีผลทำให้คนมีความรู้ความเข้าใจธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ลดลง ดังนั้นผู้ให้บริการควรเพิ่มการรับรู้ โดยการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่มีอายุสูง เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจและนำไปสู่การใช้บริการ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบใหม่ได้มากขึ้นในอนาคต

2. การใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ มีผลในทางบวกต่อความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ดังนั้นควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุปรับตัวมาใช้งานเครื่องมือสื่อสารออนไลน์มากขึ้น และการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่มีอายุสูง ก็ควรทำผ่านเครื่องมือสื่อสารออนไลน์นี้เช่นกัน

3. ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าคนที่มีความคุ้นเคยต่อการทำธุรกรรมทางการเงินจะมีความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) มากกว่า ดังนั้นควรขอความร่วมมือหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล P2P Lending (Peer to Peer Lending) ให้มากขึ้น พร้อมทั้งเสนอแนะว่าการทำธุรกรรมออนไลน์นี้จะช่วยลดการสัมผัส และช่วยในเรื่องมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

### บรรณานุกรม

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *สินเชื่อออนไลน์ระหว่างบุคคล รูปแบบใหม่*. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2562/ThaiPDF/25620096.pdf>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *รายชื่อผู้ให้บริการระบบ Peer-to-Peer Lending Platform ที่*

*ทดสอบภายใต้ Regulatory Sandbox*. สืบค้นจาก

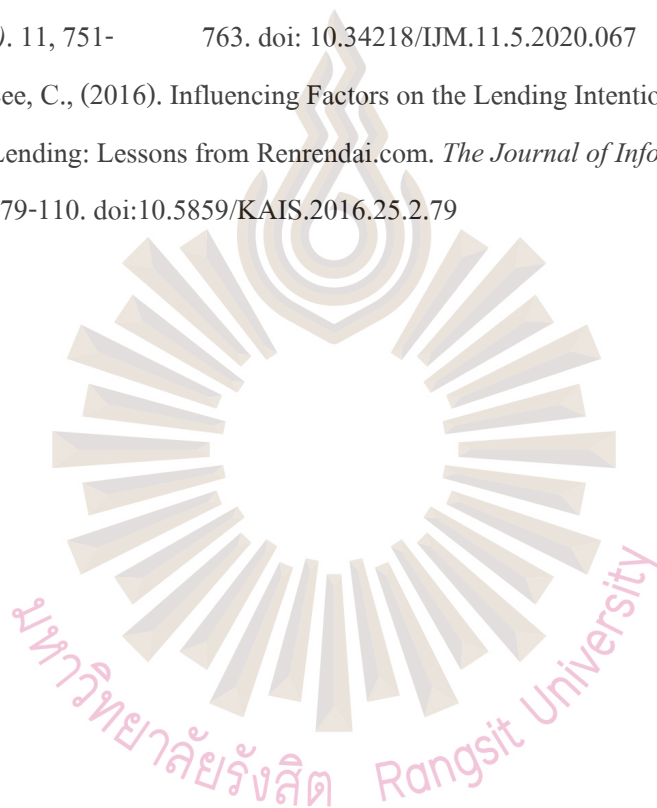
[https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?fbclid=IwAR3nkAc_MFtw4ZQg2jhb1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-8p2fl4acs)

[fbclid=IwAR3nkAc\\_MFtw4ZQg2jhb1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?fbclid=IwAR3nkAc_MFtw4ZQg2jhb1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-8p2fl4acs)

[8p2fl4acs](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?fbclid=IwAR3nkAc_MFtw4ZQg2jhb1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-8p2fl4acs)

- ปราณี สุทศรี, ณัฐภัชช์ พงษ์เลื่องธรรม, วิศรุต มาลสุขุม, และณัชพล จรุงพิพัฒน์กุล. (2562, สิงหาคม). *Sharing Economy: นัยต่อเศรษฐกิจไทย*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy\\_V8.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy_V8.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2562). *การเสนอขายหลักทรัพย์ผ่านระบบคราวด์ฟันดิง*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/LawandRegulations/Crowdfunding.aspx>
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2563). *ผู้ให้บริการระบบคราวด์ฟันดิง*. สืบค้นจาก <https://www.sec.or.th/TH/Pages/MARKETDATA/LISTOPERATOR.aspx>
- Barry, E. (2021, January 7). *The history of US peer to peer lending*. Retrieved from <https://www.finder.com/p2p-lending-usa>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions, and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the Technology Acceptance Model: Three experiments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45(1), 19-45.
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E., & Clegg, C. W. (2001). Explaining intranet use with the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Technology*, 16(4), 237-249.
- Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics*, 43(1), 159-172.
- Koul, S., Eydgahi, A. (2018). *Utilizing Technology Acceptance Model (TAM) for driverless car technology Adoption*. Retrieved from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4)

- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, present, and future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(50), 750-782.
- Solomon, R. M. (2007). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. (7th ed). Peason Education: New Marketing: *An International Journal* 3(2):124-138.
- Sipangkar, H., Wijaya, C. (2020). Factors Affecting Intention to Investing in Peer-To-Peer Lending Platform Toward Universitas Indonesia Students. *Journal Impact Factor* (2020). 11, 751- 763. doi: 10.34218/IJM.11.5.2020.067
- Young, Q. Y., Lee, C., (2016). Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending: Lessons from Renrendai.com. *The Journal of Information Systems*, 25(2):79-110. doi:10.5859/KAIS.2016.25.2.79





## **FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE AND UNDERSTANDING OF P2P LENDING (PEER TO PEER LENDING) IN THAILAND**

This is a study of the factors that influence understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand. A sample group of this study was people who were able to make online financial transactions. They must be above 20 years old, had access to the internet, and spent time on the internet at least 30 minutes a day. A sample group included people from 6 regions in Thailand. This study had 678 respondents and used multiple linear regression. Independent variables that influence dependent variable were age, monthly expenses, frequency of making financial transactions, and social media use. The study showed that independent variables could predict dependent variable to have R square .050 or 5% with a significance level of .000. Dependent variable was understanding of P2P Lending. Age had a significant negative correlation to understanding of P2P Lending, that meant elderly people had less understanding of P2P Lending, while social media use had positive correlation to understanding of P2P Lending. Therefore, there should be an encouragement for elderly people to learn through social media so it was easy for them to understand and could lead to their use of services and access to new more source of funds in the future. Moreover, frequency of financial transactions showed that people who were more familiar with financial transactions were likely to understand more about P2P Lending. Hence, there should be cooperation from organizations that provide online financial transactions to support social distancing measures, which conformed to the current COVID-19 pandemic situation.

Keywords: P2P Lending, Online, Online Loan, Understanding

### **Background and Significance of the Study**

P2P Lending (Peer to Peer Lending) might be new for many loanees, but it has been used for more than 10 years. The first company that offered Peer to Peer Lending was Zopa Company in the United Kingdom. Zopa had offered over 2.9 billion dollars loan since it established in February, B.E. 2548. In the United States, lending money without bank involved or P2P started in San Francisco in 2549. It was a small start when Prosper Company established in



February, B.E. 2549, before Lending Club became the biggest peer to peer lending platform in the world. Lending Club started simply on Facebook application. P2P is the new form of loan that aims to provide capital for minor lenders and ensure that minor lenders and individuals get the interest from money they have lent. Borrowers can register through an online platform for Peer to Peer Lending which are not often have collateral, they can be sponsored by one or more than one investor (Barry, 2021 The occurrence of Peer-to-Peer Lending Platform will be an alternative way for people and business owners to conveniently access to funds through online platforms, plus the loan interest rate is not in a high level compared with the originals. This study aims to learn about factors that influence the perception of financial news, network and devices used in marketing, convenience in making financial transactions, benefits from making transactions, and ability to access financial information for the purpose of obtaining understanding and factors that influence understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending). The result of the study could benefit service providers and administrators to use as a guideline to revise and develop their business for user's easier access, better response, better perception, and better understanding.

### **Objectives**

- 1) To study about understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending).
- 2) To study factors that influence understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) in Thailand.

### **Literature Review**

Understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending) that came from the internet users in Thailand's perception of financial news, devices used for making financial transactions, and behaviors of using devices to make online financial transactions could help with the understanding of histories, operations, benefits, corporations that involved in administration of the loan interest rates, loan limits, qualifications of lenders, including the law that complies with P2P Lending (Peer to Peer Lending).

P2P Lending is regarded as a new type of loan in Thailand, it is the loan between two individuals which happens through an intermediary platform, which helps pairing borrowers with

lenders or private investors and arranges loan agreement. However, it is not a responsibility of a platform to keep the money, there has to be an intermediary to keep the money and provide money withdrawal or money transfer services such as commercial banks. Nevertheless, personal loan would be administrated by Bank of Thailand, while corporate loan would be administrated by Securities and Exchange Commission (SEC).

Bank of Thailand has prescribed qualifications of borrowers according to the objectives and limit the loan as follows.

1) Personal loan which is made for personal consumption would be limited to 1.5-5 times of the borrower's income.

2) Personal loan which is made for business expenses would be limited to 50 million baht. Lenders could be individuals or juristic persons, which could be divided into private investors and institutional investors. Private investor could not invest more than 500,000 baht per year while institutional investors could invest unlimitedly. Nevertheless, the loan interest rate must not be above 15% per year, depends on the assessment of borrower's ability to pay debt. If the platform considers that the borrower has ability to pay debt, the loan interest rate would be lower according to each borrower's ability. A company who offers Peer to Peer Lending will be an intermediary to arrange loan agreement between lenders and individual borrowers, and the company must be limited company or public limited company which has at least 75% of the shareholders who holds Thai nationality and 5% of capital during the time of doing business. Besides, Peer-to-Peer Lending Platform must provide guideline for Customer Protection and appropriate Risk Management such as Know Your Customer (KYC) procedures and Client Suitability Assessment for lenders, and Credit rating assessment of borrowers. Bank of Thailand would prescribe regulations for individuals who have intention to start a business, individuals have to contact Bank of Thailand to request permission to participate in an assessment called Regulatory Sandbox. Once an individual is ready to provide services, Bank of Thailand would propose to The Ministry of Finance to request a license.

### Meaning of Perception

Exposure is what happens when a person experiences with the stimuli which cause Sensation. There are 5 classical human senses: sound, smell, taste, sight, and touch. Each person can perceive one thing differently because of 3 processes (Kotler, 2003): Selective Attention, Selective Distortion, and Selective Retention.

Attention means the intention to distinguish details of senses that develop in customer's mind and perception.

Comprehension / Interpretation in details is not necessarily accurate. The interpretation depends on belief, attitude, and experience. Processing comprehension that comes from perception might eventually result in acceptance. User's acceptance in the first period becomes important when there is a huge financial impact, especially with new technologies. (Davis, 1993). Technological acceptance is influenced by 2 factors. Accepting leads to practical usage in the case study about P2P Lending technology as follows.

1) Perceived usefulness. The case study of P2P Lending technology might be an example of usefulness of ability to access a source of capital and usefulness from lower financial cost because the loan interest rate is lower than traditional financial institutions.

2) Perceived ease of use. The case study of P2P Lending technology might be an example of how quick users can receive a loan, register, and send document through the internet.

Lending money through electronic system is an agreement where a lender transfers or delivers ownership of their asset to a borrower to use, and a borrower promises to return the asset when he/she no longer needs them. There are 2 types of loan agreements: 1) Loan for use. 2) Loan for consumption. Lending money is a loan of consumption, which a lender transfers ownership of the asset in a certain amount to a borrower and a borrower agrees to return the asset in the same type and amount he/she borrowed. This agreement would be completed when the asset is returned to a lender. Therefore, lending money or loan agreement is a loan for consumption where a "borrower" borrows money from another person who is a "Lender", a borrower promises or agrees to return the money within the time they mutually agree. Loan interest is optional in lending money and the agreement would be completed only when a borrower returns the money.

(Office of Legal Affairs and Litigation, 2561, Tanpat Kraiwanit, 2562๗, p.51)

Study of Online Peer to Peer (P2P) by Chen, Lai, and Lin (2014) showed a new approach that could be necessary for small and medium enterprises to access the capital through the internet without collateral or financial institutions to manage risks, hence online P2P had to build trust from trust-building theory. The study had been developing the integrated trust model, especially in the context of P2P Lending to understand factors that influenced lender's trust. This model had been empirically tested by using data from 785 online lenders from the biggest P2P platform in China. The result indicated that trust in borrowers and intermediary platform were 2 significant factors that built trust for lenders to lend their money. However, trust in borrowers was more important than the intermediary platform, not only to boost the lender's trust to lend their money, but to enhance creditability of the intermediary platform. Therefore, lenders should provide reliable information along with the request and the intermediary platform should also provide high quality services and effective security system. Young, Lee (2016) studied about Online Peer to Peer Lending (Purpose Online) or P2P, prior to this study, there had been a development of an integrated model, especially in the context of Online P2P in China in order to understand the key factors that influenced the intention of lenders to lend their money through P2P Lending Platform, including procedures and guidelines to test the hypothesis by creating a questionnaire that surveyed on 42 subjects. Each subject was measured by five-point Likert-type scale from Sojump.com to collect data for the questionnaire, 246 correct answers from members who registered in Renrendai.com, and creditable component. After that, there was a general bias test on the reconciliation between trust in the platform and lenders, followed by testing hypothesis through the model. The first result of the study indicated that quality of the services, quality of the information, program guarantee, attention to the reputation significantly affected lender's trust in the Online P2P Lending Platform. The second result indicated the perception of reputation and risks significantly influenced lender's trust and intentions to lend their money. The third result indicated that the trust tendency positively influenced the tendency between lenders and borrowers. The last result indicated that the perception of reputation, risks, creditability of the platform, and trust from borrowers directly influenced the intention of lenders to lend their money.

In addition, Adistyasari, Firmansyah, and Gunadi (2020) studied to discover factors that influenced the intention to use P2P Lending application to lend money, and also to discover positive effects such as perception of convenience, usefulness, user's trust, innovation and support from the government in terms of using P2P Lending application, and attitudes toward using P2P Lending in term of behavioral intention. A sample group consisted of random 150 people who had never used P2P Lending application before, the profiles showed that their hometown was Jakarta. The study used data and the analysis method used in hypothesis testing which was partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). The result showed that user's trust and user's innovation were factors that tended to positively influence attitude toward using P2P Lending. Using and attitude toward using had positive effects on behavioral intention in terms of using P2P Lending application. Meanwhile, perception of ease of use, usefulness, and support from the government negatively influenced attitude toward using P2P Lending application in Indonesia. The study of Sipangkar, Wijaya (2020) indicated that there were many important factors that influenced students in Universitas Indonesia in terms of intention to invest in P2P Lending, which was well-known for perception of risks, security, tendency of trust, and basic trust about intention to invest. Therefore, P2P Lending Platform needed to improve its convenience to use both website and application by providing clear instructions on how to use website or application. Moreover, P2P Lending needed to ensure that User Interface (UI) and User Experience (UX) on the website or application were not confusing, so students could use them conveniently. Any P2P Lending without a mobile application should consider developing it promptly because students disliked confusing processes. P2P Lending platform needed to constantly invent and apply advance technologies for safety of the capital and personal data of investors. The platform needed to inform users about which part of personal information would be used, including the purpose of use. At that time, students focus on the platform's safety before using, especially the safety of personal information. P2P Lending platform needed to train entrepreneurs who contacted directly with consumers to provide the best and the most professional services to investors for the effective investment. P2P Lending should focus on dispersing advantages in terms of services compared with the rivals. In addition, P2P Lending should make their commercials to attract young people by researching about what they currently liked in common and what was popular among them,

especially students, to boost up the reputation of P2P Lending. Student's interest was risky enough to decrease perception of risk and increase essential confidence to invest more. P2P Lending needed to promote by emphasizing all the strong point to attract students who tended to have enough trust in P2P Lending. Commenting on further study of intention to invest in P2P Lending, it was preferable to expand the target of the study to be broader such as students between universities or the public. It was also necessary to search for more information about indirect relationship (indirect result) between independent variables and dependent variable (intention to invest). Pannipa Rengrud (2562) studied factors that influenced acceptance of making loan transaction between individuals through platforms in the view of lenders. A sample group consisted of 193 people who had experiences on financial technologies and knew about making loan transaction between individuals through platforms. The result showed that trusting in platforms and trusting in borrowers were factors that encouraged lenders to accept loan transaction between individuals through platforms. However, perception of usefulness and risk did not influenced intention of lenders to lend their money through platforms.

### **Research Methodology**

This study had a scope on population and sample group as follows. People who were able to make online financial transactions. They must be above 20 years old, had access to the internet, and spent time on the internet at least 30 minutes a day. A sample group included people from 6 regions in Thailand, 100 people from each region. The total amount in a sample group was 600 people. From the process of collecting data through questionnaire, there were 678 respondents. however, after the examination, there were 627 respondents who answered correctly.

### **Results**

To adjust the scores to use Multiple Regression Analysis, independent variables needed to be put into a countable scale as follows.



Table 1. Defining factor loadings of demographic factors.

Demographic factors	Chi-square values	Factor Loadings
Gender	18.312	4.46
Age	51.476	12.53
Education	20.351	4.95
Occupation	78.734	19.17
Monthly Income	56.241	13.69
Monthly Expenses	54.707	13.32
Monthly Savings	80.651	19.63
Monthly Debts	50.306	12.25
Total	410.778	100.00

From Table 1, demographic factors with the most factor loading was monthly savings, which was 19.63, followed by occupation, which was 19.17. Meanwhile, the least factor loading was gender, which was 4.46.

Table 2. Sub-factor loadings of each demographic factor.

Variables	Factor loadings	Percentage
Gender	100	4.46
Male	43.5	1.94
Female	54.4	2.43
Unidentified	2.1	0.09
Age	100	12.53
20-24 years old	73.4	9.20
25-29 years old	11.8	1.48
30-34 years old	4.9	0.61
35-39 years old	2.6	0.33
40-44 years old	2.6	0.33
Above 45 years old	4.8	0.60



Variables	Factor loadings	Percentage
Education Level	100	4.95
Below Bachelor's Degree	20.1	1.00
Bachelor's Degree	71.6	3.55
Master's Degree or higher	8.3	0.41
Occupation	100	19.17
Government Officer/ State Enterprise	4.8	0.92
Employee/Government Employee		
Company Worker	14.8	2.84
Merchant/Self-Employed	8.9	1.71
Freelance	6.4	1.23
Student/College Student	64.1	12.29
Others	1	0.19
Monthly Income	100	13.69
Below 15,000 Baht	53.4	7.31
15,001 – 30,000 Baht	25.8	3.53
30,001 – 45,000 Baht	9.6	1.31
45,001 – 60,000 Baht	3.3	0.45
60,001 – 75,000 Baht	2.1	0.29
Above 75,001 Baht	5.7	0.78
Monthly Expenses	100	13.32
Below 15,000 Baht	34	4.53
15,001 – 30,000 Baht	33.5	4.46
30,001 – 45,000 Baht	15.9	2.12
45,001 – 60,000 Baht	4.5	0.60
60,001 – 75,000 Baht	3.2	0.43
Above 75,001 Baht	8.9	1.19
Monthly Savings	100	19.63
Below 10,000 Baht	74.6	14.65

Variables	Factor loadings	Percentage
10,001 – 30,000 Baht	15.3	3.00
30,001 – 50,000 Baht	4.3	0.84
50,001 – 80,000 Baht	1.8	0.35
80,001 – 100,000 Baht	1.3	0.26
Above 100,001 Baht	2.7	0.53
Monthly Debts	100	12.25
Below 15,000 Baht	80.2	9.82
15,001 – 30,000 Baht	10.5	1.29
30,001 – 45,000 Baht	3.8	0.47
45,001 – 60,000 Baht	2.1	0.26
60,001 – 75,000 Baht	0.6	0.07
Above 75,001 Baht	2.7	0.33
Total	410.778	100.00

Independent variables that significantly influenced dependent variable were age, monthly expenses, frequency of making financial transaction, and social media usage. After bringing these variables to the test, the results were as follows.

Table 3 Independent variables that significantly predicted dependent variable which was understanding.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 <sup>a</sup>	.050	.044	2.255

a. Predictors: (Constant); age, expenses, frequency of making financial transaction, and social media usage.

From table 3, independent variables which were age, expenses, frequency of making financial transaction, and social media usage could predict dependent variable, which was

understanding in P2P Lending, to be R Square .050 or 5% , and predictive value of dependent variable had significance level at .000.

Table 4. Multiple Linear Regression Analysis

Model	Unstandardized		Standardized		Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	5.601	.553		10.132	.000
Age	-.117	.029	-.186	-4.046	.000
Expenses	.135	.073	.085	1.855	.064
Frequency of Making Financial Transaction	.045	.019	.093	2.331	.020
Social Media Usage	-.037	.014	-.104	-2.578	.010

a. Dependent Variable: Understanding

From table 4, among all independent variables above, there were only age, frequency of making financial transaction, and social media usage that could predict dependent variable, which was understanding in P2P Lending (Peer to Peer Lending).

### Conclusion and Discussion

From all independent variables, which are age, occupation, monthly income, gender, education, expenses, savings, debts, frequency of making financial transaction, ways of making online financial transaction, and social media usage. Multiple Linear Regression Analysis showed that age, frequency of making financial transaction, and social media usage were independent variables that could predict dependable variable to be R square .050 or 5% when dependable variable was understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending). This could be explained as the more age, the less understanding P2P Lending. The more frequency of making financial transaction, the more understanding of P2P Lending. However, social media usage had B negative, which should be positive, that meant social media was not numerical variable, but they were

categorical or nominal variable, which might not be suitable for numerical analysis. Therefore, defining the size of social media usage as numbers had caused the result of the variable to distort from what it should be.

Koul, Eydgahi (2018) studied correlation between perception of usefulness of autonomous car technology, perception of convenience to use autonomous car, driving experience, age, and interest to use autonomous car. This study was a cross-sectional descriptive study and used technology acceptance model as a concept theory. The observation method was an online survey. Pearson's correlation and multiple linear regression was used to analyze the data. The result of this study indicated significant positive correlation to perception of usefulness of autonomous car. Perception of convenience to use autonomous car influenced interest to use autonomous car. Moreover, there were significant negative correlation between driving experience and age that influenced perception and interest to use autonomous car.

Hence, age was the variable that had significant negative correlation to interest to use autonomous car. This result conformed to the conclusion of this study, which age was the variable that had significant negative correlation to understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending).

### **Suggestions**

From all independent variables, there were age, frequency of making financial transaction, and social media usage that could predict dependent variable, which was understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending). This led to the suggestions as follows.

1. Elderly people tended to have less understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending). Therefore, service providers should give them knowledge and clear instruction, so it is easy for them to understand, use the service, and access to new form of capital in the future.

2. Social media usage positively influenced understanding of P2P Lending (Peer to Peer Lending). Therefore, there should be encouragement for elderly people to use social media more. Besides, training process should be done through social media as well.

3. Frequency of making financial transaction indicated that people who were familiar to financial transaction tended to understand P2P Lending (Peer to Peer Lending) more. Therefore, there should be cooperation between organizations or institutes that provide financial transaction

to promote more about P2P Lending (Peer to Peer Lending), plus this online transaction could reduce touching and help with social distancing measures, which conforms to the current COVID-19 pandemic situation.

## References

- Bank of Thailand. (2562). *Peer-to-Peer Lending*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/FIPCS/Documents/FPG/2562/ThaiPDF/25620096.pdf>
- Bank of Thailand. (2563). *List of the providers of Peer-to-Peer Lending Platform testes under Regulatory Sandbox*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx?fbclid=IwAR3nkAcMFtw4ZQg2jbh1TQQQg4ircakhQtHJBdfnnpizT89gD-8p2fl4acs>
- Prani Suthsri, Napat Ponglueangthum, Witsarut Malsukhum, Natchapol Jaroonpipatkool. (2562, August). *Sharing Economy: Meaning to Thai Economy*. Retrieved from [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy\\_V8.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/SharingEconomy_V8.pdf)
- The Securities and Exchange Commission. (2562). *Property Crowdfunding*. Retrieved from <https://www.sec.or.th/TH/Pages/LawandRegulations/Crowdfunding.aspx>
- The Securities and Exchange Commission. (2563). *Crowdfunding Providers*. Retrieved from <https://www.sec.or.th/TH/Pages/MARKETDATA/LISTOPERATOR.aspx>
- Barry, E. (2021, January 7). *The history of US peer to peer lending*. Retrieved from <https://www.finder.com/p2p-lending-usa>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions, and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38(3), 475-487.
- Davis, F. D., & Venkatesh, V. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the Technology Acceptance Model: Three experiments. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45(1), 19-45.

- Koul, S., Eydgahi, A. (2018). *Utilizing Technology Acceptance Model (TAM) for driverless car technology Adoption*. Retrieved from [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242018000400037#B4)
- Horton, R. P., Buck, T., Waterson, P. E., & Clegg, C. W. (2001). Explaining intranet use with the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Technology*, 16(4), 237-249.
- Holden, R. J., & Karsh, B. T. (2010). The Technology Acceptance Model: Its past and its future in health care. *Journal of Biomedical Informatics*, 43(1), 159-172.
- Lee, Y., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, present, and future. *Communications of the Association for Information Systems*, 12(50), 750-782.
- Solomon, R. M. (2007). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. (7th ed). Peason Education: New Marketing: *An International Journal* 3(2):124-138.
- Sipangkar, H., Wijaya, C. (2020). Factors Affecting Intention to Investing in Peer-To-Peer Lending Platform Toward Universitas Indonesia Students. *Journal Impact Factor* (2020). 11, 751-763. doi: 10.34218/IJM,11.5.2020.067
- Young, Q. Y., Lee, C., (2016). Influencing Factors on the Lending Intention of Online Peer-to-Peer Lending: Lessons from Renrendai.com. *The Journal of Information Systems* 25(2), 79-110. doi:10.5859/KAIS.2016.25.2.79

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ชิตี พรหมสูงวงษ์
วัน เดือน ปีเกิด	1 กรกฎาคม 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดร้อยเอ็ด ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, 2554 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐกิจ ดิจิทัล, 2564
ที่อยู่ปัจจุบัน	602/96 หมู่ 4 ตำบลบางพูน อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัด ปทุมธานี 12000

