

แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบ
บุคลิกภาพและแบบประเมินเจตคติต่อเงิน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและ
การจัดการนวัตกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Peer to peer lending platform from alternative data (personality test and Money
Script)



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Technopreneurship and Innovation
Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

GRADUATE SCHOOL

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพและแบบประเมินเจตคติต่อเงิน
โดย	น.ส.รังรองรัตน์ อินทร์พุง
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งเกียรติ รัตนบานชื่น
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ต้อยคำภีร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุพธนา ฉัยพรรณรัตน์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.จารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งเกียรติ รัตนบานชื่น)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ต้อยคำภีร์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภาพสกุล)

6380175520 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: platform, peer to peer lending platform, alternative data, Big Five test, Money Script test

Rangrongrut Inpayoong : Peer to peer lending platform from alternative data (personality test and Money Script). Advisor: Asst. Prof. Roongkiat Ratanabanchuen, Ph.D. Co-advisor: Prof. ARUNYA TUICOMEPEE, Ph.D.

The purpose of this research was to identify variables affecting credit analysis for use in the development of Peet to peer lending platform based on alternative data (personality test and Money Scripts. The samples group of this research is 400 people selected through Quota sampling and convenience sampling which separated into 250 people with credit bureau histories at or equal to the CC risk level (62.5 percent of the sample) and those with credit bureau histories lower than or equal to the DD risk level 150 people (37.5 percent of the total sample) In this study, the data was analyzed by logistic regression method. The result of this research were as follows: housing type, status, occupation, monthly income status, and personality variables from the Big Five; neuroticism and openness to experience. Townhouses and condos resulted in a significant decrease in credit scoring of 1.427 and 1.311 compared to home housing. Married status resulted in a significant increase in credit scoring of 0.663 compared to the single status. The self-employed occupation resulted in a significant decrease in credit scoring of 1.822 compared to the reference variable of civil servant. High monthly income has a positive effect on beta-based lending considerations in the equation.

Field of Study: Technopreneurship and
Innovation Management

Academic Year: 2021

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร. รุ่งเกียรติ รัตนบานชื่น และ ศ.ดร. อรัญญา ต้อยคำภีร์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ สละเวลาในการตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งให้องค์ความรู้และแนวทางในการวิจัยด้วยความเมตตาโดยตลอด ผู้วิจัยได้นำคำแนะนำของท่านมาปรับใช้เพื่อให้งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณศูนย์ประเมินทางจิตวิทยา คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่อนุเคราะห์ให้นำแบบประเมินบุคลิกภาพ Big Five มาใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัวอินทร์พุง ได้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้ให้ความสนับสนุนทั้งกำลังใจและกำลังทรัพย์เพื่อนำไปใช้ในการทำงานวิจัย และการศึกษาระดับปริญญาโทในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณพี่ปิ้ง พี่สาวที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำในวิธีการเขียนงานวิจัย ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

รังรองรัตน์ อินทร์พุง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ 1	11
บทนำ.....	11
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย	11
1.2 คำถามของงานวิจัย	15
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย	16
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	16
1.7 ระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน	18
บทที่ 2	19
ทบทวนวรรณกรรม	19
2.1 Peer to Peer Lending Platform ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย.....	19
2.2 แนวคิดแบบทดสอบทางจิตวิทยา	24

2.3 แนวคิดในการใช้ credit scoring ในการอนุมัติสินเชื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ข้อมูล ทางเลือกในการอนุมัติสินเชื่อ.....	30
บทที่ 3	34
วิธีการวิจัย.....	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้วิจัย ประกอบด้วย	35
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	37
3.5 การพิทักษ์สิทธิ์ของงานวิจัย.....	39
3.6 การป้องกันการคาดเดาผลลัพธ์ของแบบทดสอบ	39
3.7 การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์.....	39
บทที่ 4	41
วิธีการวิจัย.....	41
4.2 ข้อมูลบุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five.....	43
4.3 ข้อมูลเจตคติต่อเงิน	44
4.4 ข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร.....	45
4.5 แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือก แบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน.....	45
บทที่ 5	54
อภิปรายผล	54
5.1 อภิปรายผลการวิจัยจากแบบทดสอบ	54
5.2 สรุปผลการออกแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จาก ข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน.....	56
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย.....	58
5.4 ข้อเสนอแนะ	59

บทที่ 6	60
การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	60
6.1 การประเมินทางเทคโนโลยี (Technology Assessment)	60
6.2 การประเมินทางการตลาด (Market Assessment)	61
6.3 การนำเทคโนโลยีไปสู่เชิงพาณิชย์ (Technology Commercialization).....	63
6.4 ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibilities).....	64
Appendix	69
บรรณานุกรม.....	78
ประวัติผู้เขียน	84



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงาน	18
ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป.....	41
ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของบุคลิกภาพ Big Five.....	44
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเจตคติต่อเงิน	44
ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของคะแนนเครดิตบูโร.....	45
ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปร	47
ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์	51
ตาราง 8 การทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระที่ใช้ในโมเดล (Omnibus Tests of Model Coefficients)	53
ตาราง 9 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Model Summary)	53
ตาราง 10 ความถูกต้องของสมการทำนาย	53
ตารางที่ 11 ตารางค่าธรรมเนียมและจำนวนรายการต่อปี	66
ตารางที่ 12 งบกำไรขาดทุน	67
ตารางที่ 13 งบแสดงฐานะทางการเงิน	68

สารบัญรูปร่าง

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการขออนุญาตประกอบกิจการ P2P Lending (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562b).....	21
ภาพที่ 2 ระบบบุคลิกภาพทฤษฎี Big Five (Laher, 2013).....	24
ภาพที่ 5 ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม.....	37
ภาพที่ 6 หน้าเว็บไซต์ลงทะเบียน.....	56
ภาพที่ 7 หน้าเว็บไซต์สำหรับกรอกข้อมูลทั่วไป.....	57
ภาพที่ 8 หน้าเว็บไซต์แบบทดสอบบุคลิกภาพ.....	57
ภาพที่ 9 หน้าเว็บไซต์แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน.....	58
ภาพที่ 10 ผลการทำแบบทดสอบ.....	58

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ข้อมูลจากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เรื่องการเข้าถึงสินเชื่อส่วนบุคคลของประชากรในประเทศไทยในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 ระบุว่า มีจำนวนบัญชีผู้เข้าถึงสินเชื่อส่วนบุคคล 17,872,564 ล้านบัญชี คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 637,849 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) ซึ่งเมื่อคิดเทียบกับจำนวนประชากรในประเทศไทยแล้วยังถือเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในการเข้าถึงสินเชื่อส่วนบุคคลของประชากรในประเทศไทย เนื่องจากยังมีอุปสรรคในการเข้าถึงสินเชื่อของธนาคารและผู้ประกอบธุรกิจสินเชื่อที่มีใช้สถาบันการเงิน เช่น การขาดหลักฐานทางการเงินที่สำคัญเพื่อใช้ในการพิจารณาการให้สินเชื่อ ทำให้ประชาชนอาจประสบปัญหาความต้องการเงินเพื่อนำไปใช้ในจ่ายในสินค้าอุปโภคและบริโภค อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน ช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้นไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่แหล่งเงินทุนจากธนาคารเท่านั้น ในช่วงปี 2000s บริษัท ZOPA ในประเทศอังกฤษ ได้พัฒนานวัตกรรมทางการเงินที่เรียกว่าการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ Peer to Peer Lending ขึ้น จากการที่ทางทีมผู้บริหารเล็งเห็นถึงข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาระบบหรือแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อผู้กู้และผู้ที่ต้องการเงินกู้เข้าด้วยกัน (T., 2020) ซึ่งแพลตฟอร์มดังกล่าวได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จ ส่งผลให้หลายบริษัทในสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศทั่วโลกสนใจและสร้างแพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending จนทำให้ แพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending เป็นนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ที่ น่าสนใจ

ประเทศไทยเองก็เป็นหนึ่งในประเทศที่ได้นำนวัตกรรมดังกล่าวเข้ามาปรับใช้ด้วย โดยในปัจจุบัน ประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย และประกาศกระทรวงการคลังได้ออกประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2562 มีข้อความอนุญาตให้ประกอบกิจการ Peer to peer lending platform ในประเทศไทยได้ โดยระบุคุณสมบัติของผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจ Peer to peer landing platform ได้แก่ 1. ต้องเป็นนิติบุคคลไทย 2. มีทุนจดทะเบียนมากกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท 3. ต้องมีคนไทยถือหุ้นมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 75 และ 4. ห้ามประกอบธุรกิจอื่น ยกเว้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวกับการให้บริการ Peer to peer lending platform เช่น ธุรกิจติดตาม ทวงถามหนี้ ซึ่งสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจสามารถสมัครขอทดสอบใน regulatory sandbox ของ ธปท. และเข้ารับการทดสอบใน regulatory sandbox ซึ่งเป็นการให้บริการในขอบเขตที่จำกัด เพื่อให้มั่นใจว่าผู้สมัครมีการให้บริการที่เหมาะสม เมื่อ ธปท. เห็นถึงความพร้อมของการออกจาก sandbox บริษัทต้องดำเนินการขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจ Peer to peer lending platform จากกระทรวงการคลัง โดยสามารถยื่นได้ผ่าน ธปท. เพื่อให้บริการในวงกว้าง และท้ายที่สุด ผู้ประกอบ ธุรกิจสามารถให้บริการในวงกว้างโดยต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลัง และ ธปท. กำหนด ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจสามารถติดต่อไปยังฝ่ายเทคโนโลยีทางการเงิน ธปท. (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562a)

แพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending ที่อยู่ภายใต้การทดสอบ Regulatory Sandbox ของ ธนาคารแห่งประเทศไทยทั้งหมด 3 บริษัท ได้แก่ บริษัท ดีพอสปาร์คส์ เพียร์ เลนดิง จำกัด, บริษัท เนสท์ดีฟลาย จำกัดและบริษัท เพียร์ พาวเวอร์ แพลตฟอร์ม จำกัด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) และ ธปท. ทำหน้าที่กำกับดูแลแพลตฟอร์มที่เป็นตัวกลางในการจับคู่ผู้กู้ที่เป็นบุคคลธรรมดา กับ ผู้ลงทุนที่เป็นได้ทั้งบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล โดย ธปท. ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำกับดูแล ผู้ประกอบธุรกิจ Peer-to-Peer Lending Platform เป็นที่เรียบร้อยแล้วในวันที่ 2 พฤษภาคม 2562 ให้มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล โปร่งใส ตรวจสอบได้ กรรมการ หรือผู้มีอำนาจในการจัดการ ของแพลตฟอร์มต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต มีความรู้ความสามารถ ไม่เคยทำงานที่แสดงถึงการขาด มาตรฐานวิชาชีพ และไม่มีปัญหาด้านสถานะทางการเงิน (ไม่เป็น NPL) แพลตฟอร์มต้องมีระบบงานที่ มั่นคง น่าเชื่อถือ สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีมาตรฐานในการให้บริการโดยเฉพาะเรื่อง ความมั่นคงปลอดภัย มีการคุ้มครองผู้ใช้บริการและข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Privacy) มีการเปิดเผยข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างครบถ้วน และมีคำเตือนให้ผู้ใช้บริการตระหนักถึงความ เสี่ยงของตน ทั้งนี้ เพื่อมุ่งเน้นการปกป้องผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ และดูแลความเสี่ยงที่ อาจเกิดขึ้นกับเสถียรภาพระบบการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2 พฤษภาคม 2562)

อย่างไรก็ดีแพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending มีความเสี่ยงในหลายด้าน เช่น ความเสี่ยงที่ ผู้กู้ อาจไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนอาจไม่ได้รับเงินคืน เนื่องจากการ ให้สินเชื่อไม่ใช้การฝากเงิน ผู้ลงทุนจึงไม่ได้รับการคุ้มครอง นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง ของนักลงทุนเนื่องจากไม่สามารถยกเลิกการให้สินเชื่อก่อนครบกำหนดสัญญาได้ และที่สำคัญ Peer to Peer Lending เป็นธุรกรรมการให้สินเชื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการใน

วงกว้าง สัญญาสินเชื่อสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วโดยที่ผู้กู้และผู้ลงทุนไม่จำเป็นต้องรู้จักกันเป็นต้น

จากข้อจำกัดในด้านการขาดหลักฐานทางการเงินที่สำคัญเพื่อใช้ในการพิจารณาการให้สินเชื่อ ทำให้ประชาชนอาจประสบปัญหาความต้องการเงินเพื่อนำไปใช้ในจ่ายในสินค้าอุปโภคและบริโภคนั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงการนำข้อมูลทางเลือกหรือ Alternative data มาใช้ในการช่วยพิจารณาการวิเคราะห์สินเชื่อ โดยข้อมูลทางเลือกที่ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญนั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย และต้องมีความเป็นไปได้ในการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูล ประกอบกับหลัก 5Cs ในการวิเคราะห์สินเชื่อ ที่ประกอบไปด้วย อุปนิสัยของลูกค้ำ (CHARACTER) ความสามารถในการชำระหนี้ (CAPACITY) เงินทุน (CAPITAL) หลักประกัน (COLLATERALS) สถานการณ์ (CONDITION) โดยในด้านอุปนิสัยของลูกค้ำ นั้นหมายถึงการวิเคราะห์คุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้กู้ เช่น สถานะ การศึกษา อายุ หน้าที่การงาน ประวัติการชำระสินเชื่อ และข้อมูลอื่น ๆ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) เพื่อพิจารณาความน่าเชื่อถือของผู้กู้และความตั้งใจในการชำระเงินกู้ ผู้วิจัยมองว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการนำมาวิเคราะห์สินเชื่อ ทำให้ผู้วิจัยมองหาแนวทางในการนำข้อมูลที่น่าเชื่อถือของผู้ขอกู้มาวิเคราะห์ ซึ่งการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้นี้ เช่น งานวิจัยเรื่อง Psychometrics as a tool to improve credit Information ที่ศึกษาการทำ credit scoring โดยใช้ข้อมูลแบบทดสอบทางจิตวิทยา และพบปัญหาในการชำระคืนเงินจากการปล่อยเงินกู้ให้แก่ผู้ที่ไม่สมควรได้รับการปล่อยกู้เมื่อพิจารณาจากผลแบบทดสอบทางจิตวิทยา (Arráiz et al., 2016) และงานวิจัยเรื่อง personal values and credit scoring ที่ได้มีการกล่าวถึงการใช้แบบประเมินทางจิตวิทยาเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์สินเชื่อ แล้วพบว่าตัวแปรทางด้านจิตวิทยามีผลต่องบกระแสเงินสดและอัตราการล้มละลายของบริษัท (Liberati & Camillo, 2018) โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน เนื่องจากเป็นแบบประเมินที่มีข้อมูลอยู่แล้วในประเทศไทย ดังนี้

แบบประเมินแรก คือ แบบทดสอบบุคลิกภาพที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นข้อมูลทางเลือกในงานวิจัยในครั้งนี้คือ แบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบทดสอบห้าปัจจัย (Big Five) เป็นแบบทดสอบที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางโดยได้ถูกนำไปใช้ทดสอบมากกว่า 50 ประเทศ ใน 6 ทวีปทั่วโลก (Gurven et al., 2013) ซึ่งแบบทดสอบ Big Five ได้ถูกนำไปใช้ทดสอบในเรื่องเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รูปแบบการเรียนรู้ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความแตกต่างทางเพศ ความผิดปกติทางบุคลิกภาพ การถ่ายทอดทางพันธุกรรม โครงสร้างสมอง และความสำเร็จในการทำงาน เป็นต้น แบบทดสอบ Big Five ชี้ให้เห็นถึงความเหมือนกันระหว่างคุณลักษณะของมนุษย์ แม้ว่าจะมี

วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ ชีวิตทางสังคม อุดมการณ์ และรูปแบบอื่นของการแสดงออกทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน แบบทดสอบ Big Five นั้นได้ถูกนำไปใช้ในการทดสอบลิงจิมแปนซีที่ในสวนสัตว์ โดยพิจารณาจากการให้คะแนนของผู้ดูแลในสวนสัตว์ (King et al., 1997) แบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five นี้เป็นแบบวัดที่เข้าใจได้ง่าย มีคำถามที่ไม่ซับซ้อน โดยแบบทดสอบ Big Five เป็นแบบทดสอบที่อธิบายถึงความแตกต่างของบุคลิกภาพในห้ามิติ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism: N) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience: O) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (Agreeableness: A) และ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) (Ltd., 2021) ซึ่งความแตกต่างทั้ง 5 รูปแบบนี้จะบอกถึงความแตกต่างด้านบุคลิกภาพทางด้านเจตคติ การรับรู้ การตัดสินใจ และวิธีการดำเนินชีวิต ซึ่งไม่มีแบบใดถูกหรือผิด ทำให้ผู้ที่ได้ทำการทดสอบไม่รู้สึกถึงความคับข้องใจ อับอาย หรือกังวลในการทำแบบทดสอบ

แบบประเมินที่สอง คือ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน (Money Script) ซึ่งใช้ประเมินความเชื่อหลัก (core beliefs) เกี่ยวกับเงินที่ผลักดันพฤติกรรมทางการเงินของคนเราให้แตกต่างกันไป ทั้งที่มีประสิทธิภาพ และด้อยประสิทธิภาพ นักจิตวิทยาและที่ปรึกษาด้านการเงิน เช่น Klontz และ Klontz (2009) ระบุว่าเจตคติด้านการเงิน สามารถแบ่งออกได้ 4 แบบ กล่าวคือ การหลีกเลี่ยงเงิน (Money Avoidance) การบูชาเงิน (Money Worship) ความระมัดระวังทางการเงิน (Money Vigilance) เงินคือสถานะ (Money Status) การวิจัยที่ผ่านมาเช่น Klontz และ Britt ศึกษาความสัมพันธ์ของเจตคติต่อเงินและพฤติกรรมทางการเงินต่ออาชีพ และความไม่ซื่อสัตย์ทางการเงินต่อครอบครัว พบว่ายิ่งบุคคลมีเจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน แบบบูชาเงิน แบบเงินคือสถานะมากเท่าใด ก็จะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่ควบคุมไม่ได้มากขึ้นเท่านั้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลมีเจตคติด้านการเงินแบบระมัดระวังทางการเงินมากเท่าใด ก็จะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่ควบคุมไม่ได้น้อยลง (Klontz & Britt, 2012)

ตั้งข้อความข้างต้นที่กล่าวถึงช่องว่างในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผู้วิจัยจึงมองเห็นโอกาสในการนำนวัตกรรมทางการเงินและข้อมูลทางเลือกมาผสมผสานกันเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนทั่วไปให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ถูกกฎหมาย สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านช่องทางออนไลน์ โดยไม่จำเป็นต้องติดต่อไปที่สาขา และตอบโต้ตามความต้องการของประชาชนจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยการปล่อยกู้โดยไม่ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน และสามารถอนุมัติได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสร้างช่องทางการลงทุนใหม่ให้กับนักลงทุนรายย่อยเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้ลงทุนใน

การกระจายความเสี่ยงที่สามารถเลือกรูปแบบการลงทุนใหม่ ซึ่งอาจให้ผลตอบแทนที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์ทางการเงินรูปแบบเดิมบนระดับความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนยอมรับได้

1.2 คำถามของงานวิจัย

1.2.1 ข้อมูลทางเลือก (Alternative data) แบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อทางการเงินของบุคคลหรือไม่ อย่างไร

1.2.2 ตัวแบบของแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินควรเป็นอย่างไร

1.2.3 แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินมีความเป็นไปได้ในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทางเลือก (Alternative data) แบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินที่ส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อทางการเงินของบุคคล

1.3.2 เพื่อออกแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

1.3.3 เพื่อทดสอบและพัฒนาแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 เพื่อศึกษาการยอมรับและความเป็นไปได้ในการนำแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และการสร้างนวัตกรรมต่อไป

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มีขอบเขตในการพัฒนาแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน โดยออกแบบแพลตฟอร์มเพื่อทำการเก็บข้อมูลทางเลือกจากแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อ

เงิน ที่ส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อทางการเงินของคุณ และ การทดสอบความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ของแพลตฟอร์ม

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษา ประชาชนทั่วไปที่มีข้อมูลเครดิตบูโร นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นศึกษานักลงทุนรายย่อยของประเทศไทยที่สนใจลงทุนในช่องทางการลงทุนทางเลือกใหม่

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนาตัวแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน โดยออกแบบและพัฒนา พร้อมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ของแพลตฟอร์มดังกล่าวระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

1.4.4 ขอบเขตด้านการใช้งาน

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ของแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินสามารถเป็นแนวทางที่สำคัญให้กับภาคธุรกิจที่ต้องการพัฒนาแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อนำไปต่อยอดการให้บริการของตนเองและพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจต่อไปในอนาคต

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1.5.1 องค์ความรู้ในด้านข้อมูลทางเลือกที่ส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อทางการเงินของคุณ

1.5.2 แนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

1.5.3 ทราบความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ของการใช้งานแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 แพลตฟอร์ม (Platform) หมายถึง ตัวกลางในการจัดการและแสดงผลการให้และการขอสินเชื่อแก่ผู้ขอกู้และนักลงทุนนอกจากนี้ยังแสดงข้อมูล credit rating และรายละเอียดของผู้ขอกู้เพื่อประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนในการปล่อยกู้

1.6.2 การกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ (Peer to Peer Lending) หมายถึง นวัตกรรมทางการเงินด้านการให้สินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีแพลตฟอร์มเป็นตัวกลางในการจัดการระหว่างผู้ขอกู้และผู้ให้กู้

1.6.3 ข้อมูลทางเลือก (Alternative data) หมายถึง ข้อมูลทั่วไปหรือพฤติกรรมการใช้งานสิ่งต่าง ๆ เช่น ข้อมูลการชำระเงินค่าสาธารณูปโภค พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ หรือข้อมูลการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

1.6.4 แบบทดสอบบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน หมายถึง แบบทดสอบทางจิตวิทยาที่ใช้วิเคราะห์วิธีการคิด และลักษณะนิสัยพื้นฐานของบุคคล

1.6.5 ตัวแบบ หมายถึง แอปพลิเคชัน Peer to Peer Lending จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ

1.6.6 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ ซึ่งหมายความรวมถึงผู้ขอกู้และผู้ให้กู้หรือนักลงทุน

1.6.7 นักลงทุนหรือผู้ให้กู้ หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคล ที่นำเงินมาลงทุนโดยการปล่อยสินเชื่อให้แก่บุคคลอื่น ผ่านแพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

1.6.8 ผู้ขอกู้ บุคคลที่ได้รับสินเชื่อจากการใช้บริการของแพลตฟอร์ม Peer to Peer Lending จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

1.7 ระยะเวลาและแผนการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงาน

	2564					2565			
	8	9	10	11	12	1	2	3	4
1 ศึกษาแนวคิดทบทวนวรรณกรรม และ เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	■	■							
2 จัดทำโครงร่างวิทยานิพนธ์			■	■					
3 ยื่นแบบเสนออนุมัติสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์				■					
4 สอบโครงร่างวิทยานิพนธ์				■					
5 วางแผนการเก็บข้อมูลและจัดทำ แบบสอบถาม				■	■				
6 สัมภาษณ์แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง					■	■			
7 นำเสนอผลงานวิชาการ								■	
8 จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์								■	■
9 ดำเนินการสอบป้องกันวิทยานิพนธ์									■

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ และความเป็นไปได้ในการนำแพลตฟอร์มไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ จำเป็นต้องอาศัยความรู้จากหลากหลายสาขาวิชา โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้แพลตฟอร์มและความเป็นไปได้ในการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ทำให้ผู้วิจัยมีความจำเป็นในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้แก่

2.1 Peer to Peer Lending Platform ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย

2.2 แนวคิดแบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

2.3 แนวคิดในการใช้ credit scoring ในการอนุมัติสินเชื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ข้อมูลทางเลือกในการอนุมัติสินเชื่อ

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 Peer to Peer Lending Platform ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยการให้บริการในรูปแบบ Peer to Peer Lending สามารถเริ่มดำเนินการได้เมื่อธนาคารแห่งประเทศไทยมีประกาศธนาคารแห่งประเทศไทยที่ สนส. 4/2562 เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคล (Peer to Peer Lending Platform) ซึ่งหลักเกณฑ์ได้กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจสามารถประกอบธุรกิจ ได้เฉพาะการเป็นช่องทางหรือตัวกลางในการให้สินเชื่อผ่านระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ประกอบธุรกิจ จะต้องมีการระบบงานรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม มีการคัดกรองผู้ให้กู้และผู้กู้ที่เป็นบุคคลธรรมดา มีการประเมินความเสี่ยงของผู้กู้ รวมทั้งต้องมีการเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง โปร่งใสและเป็นธรรม และมีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนอย่างเหมาะสม

Peer to Peer Lending เป็นการกู้ยืมระหว่างบุคคล (ผู้กู้กับผู้ให้กู้) ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีแพลตฟอร์ม (Platform) เช่น เว็บไซต์ (Website) หรือแอปพลิเคชัน (Application) เป็นตัวกลางในการจับคู่ระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้ (Matchmaker) และจัดให้มีการทำสัญญาสินเชื่อ (ธนาคาร

แห่งประเทศไทย, 2562) โดยอาจมีหรือไม่มีรางวัลประกันก็ได้ Peer to Peer Lending จึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินแทนธนาคารหรือสถาบันการเงิน

โดยการทำธุรกรรมการขอสินเชื่อแบบ Peer to Peer Lending นั้น ผู้ขอกู้หนึ่งรายจะมีผู้ให้กู้รวมได้มากกว่าหนึ่งราย ในขณะที่เดียวกันผู้ให้กู้หนึ่งรายก็สามารถกระจายการปล่อยกู้ได้หลายราย เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม อัตราดอกเบี้ย Peer to Peer Lending จะสูงกว่าสินเชื่อของสถาบันการเงิน แต่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมในระบบ ที่อาจมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงมาก โดยผู้ขอกู้มีโอกาสที่จะได้รับข้อเสนออัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าการกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ และในขณะที่ผู้ให้กู้จะได้รับผลตอบแทนสูงกว่าการฝากเงิน หรือการลงทุนแบบอื่น เช่น การซื้อพันธบัตรรัฐบาล

Peer-to-Peer Lending จึงเป็นการนำเทคโนโลยีมาทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสและทางเลือกในการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่ประชาชน รวมถึงผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าถึงการกู้ยืมหรือสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้

การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจ Peer to Peer Lending Platform ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีประกาศ สนส. 4/2562 ว่าด้วยเรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล (Peer to Peer Lending Platform) ณ วันที่ 9 เมษายน 2562 และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 30 เมษายน 2562 เป็นต้นไป สามารถสรุปสาระสำคัญดังต่อไปนี้

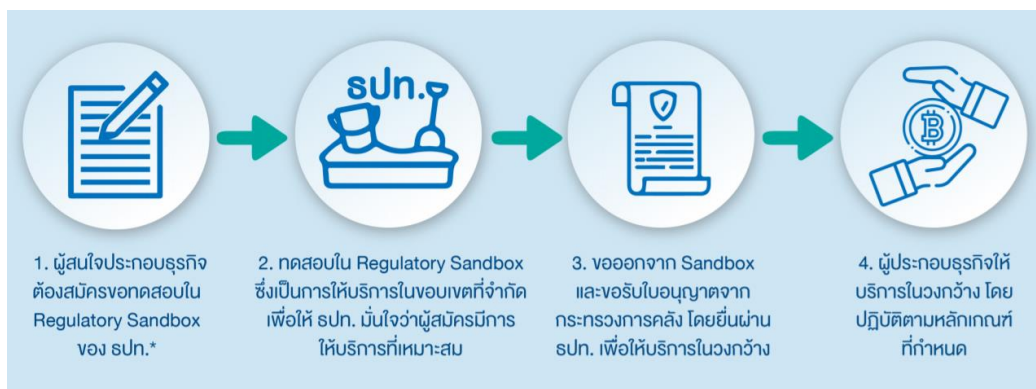
2.1.1 ขอบเขตการบังคับใช้

บังคับใช้กับผู้ประกอบธุรกิจหรือระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคล ที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน

2.1.2 หลักเกณฑ์ในการยื่นคำขออนุญาตและการต่ออายุความการอนุญาต

การยื่นคำขออนุญาต

ผู้ที่ประสงค์จะประกอบธุรกิจ Peer-to-Peer Lending จะต้องหารือกับธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายกรณีก่อนการยื่นขออนุญาต และต้องเข้าร่วมทดสอบระบบใน Regulatory Sandbox กับธนาคารแห่งประเทศไทย จนพร้อมให้บริการในวงกว้างในประเทศไทยก่อน จึงจะสามารถยื่นคำขออนุญาตผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยได้ นอกจากนี้ในการยื่นขออนุญาตประกอบธุรกิจ Peer to Peer Lending ต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ให้ยื่นผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการขออนุญาตประกอบกิจการ P2P Lending (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562b)

การต่ออายุการอนุญาต

ให้ผู้ประกอบธุรกิจยื่นคำขออนุญาตผ่านธนาคารแห่งประเทศไทยตามที่กำหนดใน คู่มือล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 90 วันทำการก่อนวันครบกำหนดการอนุญาต

2.1.3 ขอบเขตการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบธุรกิจสามารถประกอบธุรกิจได้เฉพาะการเป็นช่องทางหรือตัวกลาง (Matchmaker) ที่ก่อให้เกิดการทำสัญญาการให้สินเชื่อระหว่างผู้ให้กู้และผู้กู้ผ่านระบบหรือเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น โดยสกุลเงินในการให้สินเชื่อต้องเป็นสกุลเงินบาท

2.1.4 คุณสมบัติของผู้ประกอบธุรกิจ

1. จะต้องเป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งในประเทศไทย
2. มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วและส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท
3. มีจำนวนหุ้นที่บุคคลผู้มีสัญชาติไทยถืออยู่ไม่ต่ำกว่า 75 %
4. ห้ามประกอบธุรกิจอื่น ยกเว้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวกับการให้บริการ P2P lending platform เช่น ธุรกิจติดตามทวงถามหนี้
5. ต้องไม่รับเงินหรือเก็บรักษาเงิน ทรัพย์สิน หรือหลักประกัน ของผู้ใช้บริการอันเนื่องมาจาก ธุรกิจสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคล เว้นแต่เป็นค่าบริการ ค่าธรรมเนียมหรือ ค่าใช้จ่ายอื่น

2.1.5 คุณสมบัติของผู้ให้กู้และผู้กู้

1. คุณสมบัติผู้ขอกู้

เป็นบุคคลธรรมดาที่มีความสามารถในการชำระหนี้ ไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจ ไม่เป็นกรรมการ ผู้มีอำนาจในการจัดการ หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และได้รับสินเชื่อไปตามที่กำหนดในหลักเกณฑ์

2. วงเงินขอกู้เพื่ออุปโภคบริโภค
ผู้ขอกู้สามารถได้รับวงเงินสินเชื่อได้ไม่เกิน 1.5 - 5 เท่า ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หรือบัญชีเงินฝากของผู้กู้เฉลี่ยต่อเดือน
3. วงเงินขอกู้เพื่อประกอบอาชีพ
ผู้กู้สามารถได้รับวงเงินสินเชื่อได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท ซึ่งหากมีการอนุมัติวงเงินกู้บางส่วนจากแหล่งอื่นอยู่แล้วในปัจจุบันและต้องการวงเงินกู้เพิ่มเติมในส่วนที่ขาด สามารถขอผู้ผ่านระบบได้โดยวงเงินที่ได้รับอนุมัติต้องเป็นไปตามความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้
4. คุณสมบัติผู้ให้กู้
ต้องมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการให้สินเชื่อและความเสี่ยงของการให้สินเชื่อผ่านระบบ และต้องไม่เป็นผู้ประกอบธุรกิจ
5. วงเงินให้สินเชื่อผู้ลงทุนรายใหญ่
สามารถให้สินเชื่อได้โดยไม่จำกัดจำนวน
6. วงเงินให้สินเชื่อผู้ลงทุนรายย่อย
ต้องมีมูลค่าการให้สินเชื่อผ่านผู้ประกอบธุรกิจทุกรายรวมกันไม่เกิน 500,000 บาท ในรอบ 12 เดือน
7. อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม
อัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนจากการให้สินเชื่อในสัญญาการให้สินเชื่อระหว่างผู้ให้กู้และผู้กู้ ต้องไม่เกินอัตราตามที่ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์กำหนด หรือไม่เกิน 15% ต่อปี อัตราค่าบริการ ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เรียกเก็บนั้น ผู้ประกอบธุรกิจต้องเรียกเก็บโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมต่อผู้ใช้บริการ และเป็นไปตามที่จ่ายจริงหรือพอสมควรแก่เหตุ

2.1.6 มาตรฐานการบริการจัดการและระบบงาน

1. จัดให้มีระบบงานที่มั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ และสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง
2. จัดให้มีการตรวจสอบตัวตนของผู้ใช้บริการ โดยให้มีกระบวนการในการรู้จักผู้ใช้บริการ (Know Your Customer: KYC) ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน ก่อนเริ่มให้บริการ มีกระบวนการตรวจสอบหาข้อเท็จจริง (Customer Due Diligence: CDD) และต้องมีการยืนยันตัวตน (Authentication) อย่างเหมาะสม
3. มีระบบการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้กู้ (Credit-Worthiness) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดอัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนสำหรับผู้กู้และผู้ให้กู้

4. มีระบบประเมินความเหมาะสมของผู้ให้กู้ (Client Suitability Assessment)
5. มีการกำหนดวงเงินและประเภทสินเชื่อให้สอดคล้องตามลักษณะของผู้ให้กู้และผู้กู้
6. มีระบบรองรับผู้ให้กู้สามารถยกเลิกคำสั่งการให้สินเชื่อได้ก่อนปิดรับคำสั่ง 48 ชั่วโมง รวมถึงคืนเงินแก่ผู้ให้กู้ภายใน 3 วัน
7. มีกระบวนการแจ้งผู้ให้กู้อบรมข้อมูลและเงื่อนไขล่วงหน้าก่อนการให้สินเชื่อ เพื่อให้ผู้ให้กู้อบรมถึงเงื่อนไขและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น
8. มีกระบวนการและกำหนดระยะเวลาในการจัดการกับเรื่องร้องเรียนของผู้ใช้บริการเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ รวมถึงช่องทางการติดต่อสอบถามข้อมูลและแจ้งเรื่องร้องเรียน
9. มีการเปิดเผยข้อมูลตามที่ประกาศกำหนด และมีระบบเก็บข้อมูลย้อนหลังเพื่อการตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถตรวจสอบได้เมื่อร้องขอ

2.1.7 การบริหารจัดการความเสี่ยงในกระบวนการและระบบงาน

1. มีการบริหารจัดการความเสี่ยงในกระบวนการและระบบงาน โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Risk)
2. มีการทบทวน ปรับปรุงพัฒนาระบบงานและกระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
3. มีการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management: BCM) และแผนรองรับการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP)
4. หากมีการใช้บริการจากบุคคลภายนอก (Outsourcing) หรือการใช้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจากบุคคลภายนอก (Information Technology Outsourcing) ต้องรับผิดชอบเสมือนดำเนินการด้วยตนเอง

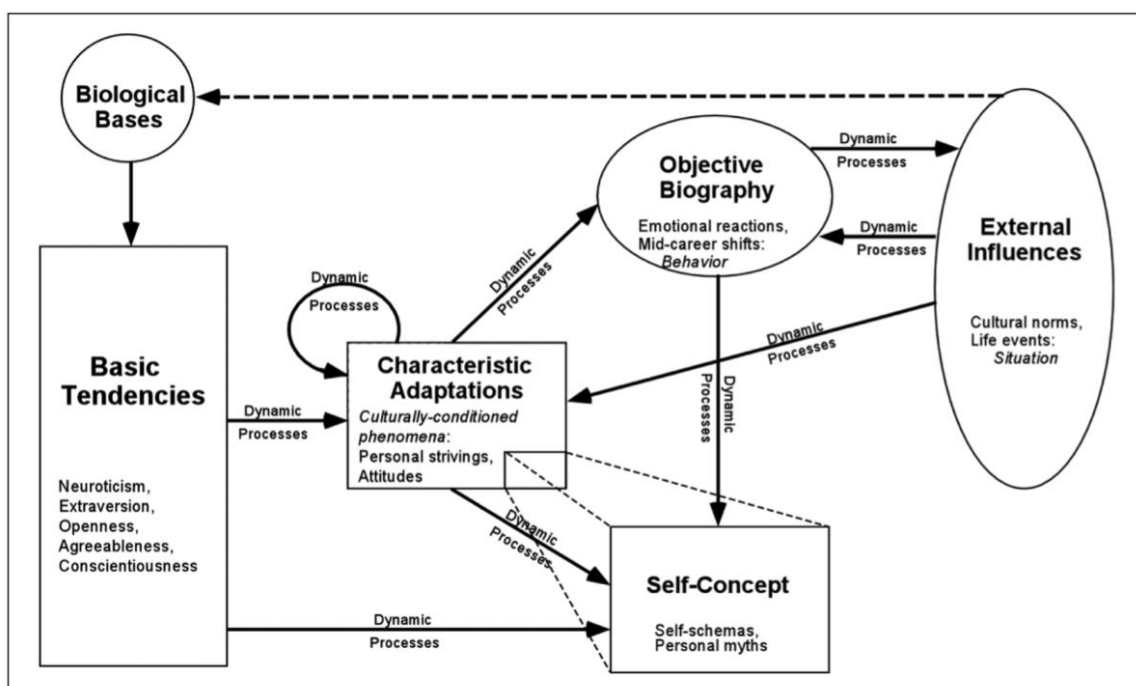
2.1.8 สิ่งที่ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) และ ผู้ประกอบธุรกิจจะทดสอบร่วมกันในการเข้า

Regulatory Sandbox

1. ระบบงานต่าง ๆ ต้องมี Security / Integrity / Availability ที่เหมาะสมสำหรับการบริการ
2. มีระบบ Credit Scoring ที่มีประสิทธิภาพ
3. มีกระบวนการ Collection หรือการติดตามหนี้ที่เหมาะสม
4. มีการกันสินทรัพย์ของผู้ให้กู้ ออกจากการดำเนินงานของ Platform
5. มีกระบวนการ e-KYC ให้ถูกต้อง ซึ่งเป็น Prerequisite สำหรับการให้บริการทันที
6. สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้บริการ ผู้บริโภคในภาพรวมได้

2.2 แนวคิดแบบทดสอบทางจิตวิทยา

2.2.1 แบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five



ภาพที่ 2 ระบบบุคลิกภาพทฤษฎี Big Five (Laher, 2013)

Big Five Theory หรือ Five-Factor Theory (FFT) อธิบายพัฒนาการของบุคลิกภาพในแต่ละบุคคลในทุกช่วงวัย จากภาพ จะสามารถตีความหมายได้เป็นภาพแสดงการทำงานของบุคลิกภาพ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง หรือในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อบ่งบอกถึงพัฒนาการทางบุคลิกภาพของบุคคล (McCrae, 1996, 2008b) โดยในช่วงแรกนั้นได้รับการยอมรับว่า Big Five Theory นั้นสามารถใช้ได้ดีในช่วงวัยของผู้ใหญ่ อย่างไรก็ตาม ได้มีการทบทวนวิจัยขึ้นในภายหลัง และได้แสดงว่าบุคลิกภาพนั้นมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามแต่ละวัย โดยเริ่มต้นตั้งแต่อายุ 30 ปี (Ravenna Helson, 2002) ตามสมมติฐานของ McCrae และ Costa ในปี 2008 ที่ได้ศึกษาว่า บุคลิกภาพของบุคคลจะมีการพัฒนาขึ้นตามช่วงอายุตั้งแต่ ในช่วง 30 ปีแรกไปจนถึงอายุขัย

ภาพที่ 2 ได้แสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างระบบส่วนกลางกับระบบต่อพ่วง โดยมีเครื่องหมายลูกศรที่แสดงถึงความสัมพันธ์แบบกระบวนการไดนามิก จากการแสดงถึงชุดของกระบวนการที่ต่อเนื่องในการไหลไปยังอีกจุดหนึ่ง (Flux) และการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างของ

กระบวนการไดนามิกรูปแบบดังกล่าวได้แก่ การรับรู้ การเผชิญปัญหา การแสดงบทบาทสมมติ การให้เหตุผล การวางแผนระยะยาว การเปรียบเทียบทางสังคม การเอาใจใส่แบบเลือกสรร การปฏิเสธเชิงรับ การเรียนรู้โดยปริยาย และการปราบปราม McCrae and Costa ค้นพบความสัมพันธ์ของกระบวนการดังกล่าวนี้ และคิดว่าสิ่งนี้ควรกลายเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกสำหรับนักทฤษฎีบุคลิกภาพ (McCrae, 2008a)

นอกจากนี้ รูปภาพที่ 2 ยังแสดงถึงส่วนประกอบของระบบบุคลิกภาพตามทฤษฎี Big Five โดยมีส่วนของระบบส่วนกลางหรือเป็นแกนหลักในรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และส่วนประกอบต่อพ่วงหรือระบบต่อพ่วงอยู่ในรูปวงรีได้แก่ ฐานชีวภาพ (Biological Bases) อิทธิพลภายนอก (External Influences) และ อัตชีวประวัติของวัตถุ (Objective Biography) เชื่อมต่อเป็นส่วนประกอบต่อพ่วง ซึ่งฐานชีวภาพและอิทธิพลภายนอกเป็นข้อมูลที่จะถูกนำเข้าสู่ระบบบุคลิกภาพที่แสดงถึงการแสดงออกของบุคลิกภาพกับร่างกายและสิ่งแวดล้อม ซึ่งฐานชีวภาพนั้นคือยีน และโครงสร้างของระบบสมอง ส่วน Objective Biography คือผลลัพธ์และการกระทำ ความคิด หรือความรู้สึกของบุคคลที่แสดงออกมาตลอดช่วงอายุขัย ซึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง Objective Biography จะแสดงออกถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของบุคคลนั้น (Allik & McCrae, 2004) อย่างไรก็ตาม ทฤษฎี Big Five ไม่ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของอิทธิพลภายนอก

เช่นเดียวกับทฤษฎีบุคลิกภาพอื่น ทฤษฎี Big Five มีข้อสันนิษฐานว่าสถานการณ์ และพฤติกรรม มีผลต่อการกระทำ (McCrae, 2008b) โดยระบบส่วนกลางประกอบไปด้วย แนวโน้มพื้นฐาน (Basic Tendencies) คือทัศนคติ ทักษะ ความเชื่อ และการปรับเปลี่ยนลักษณะอื่น ในบริบททางวัฒนธรรม แนวโน้มพื้นฐานจึงเป็น ศักยภาพทางจิตวิทยาที่เป็นนามธรรมของแต่ละบุคคล ถึงแม้ว่าบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด แต่แนวโน้มพื้นฐานของแต่ละบุคคลนั้นไม่เหมือนกันแม้จะมีความผูกพันกันทางสายเลือด (Allik & McCrae, 2004) ส่วนลักษณะนิสัย (Characteristic Adaptations) ของแต่ละคนมีพัฒนาการตามสภาพแวดล้อม ดังนั้น แนวโน้มพื้นฐานจึงถูกสันนิษฐานว่ามีเสถียรภาพ ในขณะที่ลักษณะนิสัยจะเปลี่ยนแปลงและคล้อยตามสภาพแวดล้อมภายนอก ระบบส่วนกลางตัวสุดท้ายได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self Concept) ซึ่ง แนวคิดเกี่ยวกับตนเองเป็นหนึ่งในลักษณะนิสัย แต่เป็นส่วนหนึ่งของลักษณะนิสัยที่มีความสำคัญ จึงได้ถูกแยกออกมาเป็นอีกหนึ่งส่วนประกอบ โดย แนวคิดเกี่ยวกับตนเองนั้นคือ มุมมองที่ได้รับของตนเองจากประสบการณ์ชีวิตและผลตอบรับทางสังคม ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับตนเองสามารถกำหนดรูปแบบได้ตามลักษณะ เช่น บางคนอาจเพิกเฉยต่อความสามารถหรือความสำเร็จที่ตัวเองกระทำ แต่กลับให้

ความสำคัญกับสิ่งที่ตนทำผิดพลาด แนวคิดเกี่ยวกับตนเองนี้มีความสำคัญมากในทฤษฎี Big Five เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการที่แต่ละบุคคลตอบแบบสอบถาม

ทฤษฎี Big Five เป็นหนึ่งในทฤษฎีสำคัญที่จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจในบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลได้จากแบบสอบถาม โดยแนวโน้มพื้นฐานมีศักยภาพที่จะอธิบายบุคลิกภาพจากมุมมองทั้งทางชีววิทยาและจิตวิทยา ในขณะที่กระบวนการแบบไดนามิกจะช่วยอธิบายกลไกในแนวทางการรับรู้ รวมทั้งลักษณะนิสัยและการแสดงออกของแต่ละบุคคล เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่าทั้งหมดล้วนเป็นองค์ประกอบให้เกิดบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Laher, 2013)

แบบทดสอบ Big Five ได้รับการพัฒนาโดย Costa และ McCrae ฉบับแปลไทยโดย หยกฟ้า อิศรานนท์ ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 60 ข้อ โดยเป็นแบบคำถามตัวเลือก โดยผู้ทำแบบทดสอบจะต้องเลือกตัวเลือกที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงของตนเองมากที่สุด โดยแบบทดสอบดังกล่าวจะสามารถแปลผลออกมาได้ 5 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism: N) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience: O) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (Agreeableness: A) และ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) (Thiel, 2020)

บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism: N) บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์เป็นการรวบรวมสิ่งเร้าที่มากระตุ้นให้บุคคลเกิดอารมณ์ทางลบ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์หรือบุคคลที่มีลักษณะหวั่นไหว (Reactive person) มีแนวโน้มที่จะเกิดอารมณ์ทางลบได้ง่าย เช่น รู้สึกวิตกกังวล โกรธ หดหู่ มองโลกในแง่ร้าย และมักตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ด้วยอารมณ์ที่มากกว่าปกติ สิ่งเร้าเพียงเล็กน้อยก็เพียงพอจะทำให้เกิดอารมณ์ทางลบได้ และใช้ระยะเวลาในการจัดการกับอารมณ์ค่อนข้างนาน ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลที่มีบุคลิกภาพในลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะขาดความสามารถในการควบคุมอารมณ์ และการจัดการความเครียด บุคคลแบบหวั่นไหวจะมีความพึงพอใจน้อยกว่าบุคคลทั่วไป ในทางกลับกันหากบุคคลมีบุคลิกภาพแบบมีความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional stability) หรือมีความยืดหยุ่นทางอารมณ์สูง (Resilient person) สิ่งเร้าที่มากระตุ้นนั้นต้องมีความเข้มข้นมาก จึงจะสามารถทำให้บุคคลที่มีความยืดหยุ่นทางอารมณ์เกิดอารมณ์ทางลบได้ ทำให้บุคคลที่มีบุคลิกภาพในลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะประสบกับอารมณ์ทางลบยาก หรือเกิดเพียงช่วงระยะเวลาสั้น เป็นบุคคลที่อดทนต่อสถานการณ์ที่ตึงเครียด หรือภาวะกดดันได้ดี และไม่ตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ด้วยอารมณ์ ใช้เหตุผลได้ดี และตระหนักถึงอารมณ์ของตนเองได้มาก อย่างไรก็ตาม บุคคลที่

มีบุคลิกภาพแบบมีความมั่นคงทางอารมณ์ก็มีโอกาสประสบกับอารมณ์ทางลบได้บ่อยครั้ง เช่นเดียวกับกับอารมณ์ทางบวก

บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบเปิดเผยเป็นการรวมกลุ่มของ ลักษณะความสัมพันธ์ที่มีกับบุคคลอื่นซึ่งก่อให้เกิดความสบายใจ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extrovert) มักจะเป็นผู้ที่ชอบเข้าสังคม มีพลัง และอารมณ์ทางบวกสูง มีความกระตือรือร้น กล้าแสดงออก ชอบพูดคุย ชอบความตื่นเต้น ร่าเริง รักความสนุกสนาน เป็นมิตร ทำให้สร้างสัมพันธ์ กับบุคคลอื่นได้ง่าย และรวดเร็ว มักจะไม่ปฏิเสธบุคคลอื่น โดยบุคคลลักษณะนี้จะมีภาวะผู้นำสูง และ มักจะมีบทบาทในสังคม ในทางกลับกันหากบุคคลมีการเปิดเผยตัวน้อย หรือมีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introvert) มักจะชอบอยู่คนเดียว ไม่ชอบการเข้าสังคม ไม่ชอบกิจกรรม แยกตัว มีอิสระสูง ไม่ชอบ เข้าไปทำความรู้จักบุคคลอื่นก่อน รวมถึงจะรู้สึกสบายใจมากกว่าหากได้อยู่เพียงลำพัง ทำให้มีแนวโน้ม ที่จะใช้เวลาในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นน้อย และอาจถูกมองว่าไม่ค่อยเป็นมิตร อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัวจะไม่ต้องการรู้จักผู้อื่น ไม่ร่าเริง หรือหดหู่ เพียงแต่ไม่แสดงออก และถูกเร้าจากปัจจัยภายนอกได้ยากกว่า

บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience: O) บุคลิกภาพแบบ เปิดรับประสบการณ์ใหม่ เป็นการรวมกลุ่มความสนใจของบุคคลต่อสิ่งอื่นที่อยู่รอบข้าง บุคคลที่เปิดรับ ประสบการณ์สูง หรือบุคคลที่มีลักษณะชอบสำรวจ (Explorer) จะมีแนวโน้มที่จะสนใจใคร่รู้ในเรื่อง ต่าง ๆ และ สนใจอย่างลึกซึ้ง มีความคิดสร้างสรรค์เต็มเปี่ยมไปด้วยจินตนาการ คิดหาแนวทางใหม่ ในการใช้ชีวิต มีความยืดหยุ่นในตัวเองสูง ให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึก โดยเฉพาะความรู้สึก ซาบซึ้ง และชื่นชมยินดี นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีความเฉลียวฉลาดสูงมักจะมีบุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์ เนื่องจากมีความสามารถในการคิดสังเคราะห์เชิงสัญลักษณ์โดยเชื่อมโยงประสบการณ์ ในเรื่องต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทั้งคณิตศาสตร์ตรรกะ เรขาคณิต ภาษา ดนตรีการแสดงท่าทาง หรือ ศิลปะต่าง ๆ สามารถชื่นชมด้วยการมองดู บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่นี้จึงสะท้อน ความหมายในเชิงรูปแบบทางปัญญาและการคิด ในทางกลับกันบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบไม่เปิดรับ ประสบการณ์ใหม่ (Closeness to experience) หรือ บุคคลที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยม (Preserver) มักจะไม่เปิดรับสิ่งใหม่ หรือมีความสนใจในเรื่องทั่วไปไม่กว้างขวาง หรือลึกซึ้ง สนใจเฉพาะเรื่องใด เรื่องหนึ่ง ชอบเรื่องที่มีลักษณะเรียบง่าย ตรงไปตรงมา เข้าใจง่าย ชอบทำอะไรตามกรอบหรือแผนที่ มี อยู่ ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (Agreeableness: A) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม เป็นการยอมรับ บรรทัดฐานที่ดีมากำกับกระทำของตนเอง บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบคล้อยตามมีแนวโน้มที่จะรับเอา บรรทัดฐานที่ดีของผู้อื่นมาใช้ในการทำหน้าที่ของตน ทั้งจากคู่สมรส ผู้นำศาสนา หรือสังคมส่วนใหญ่ โดยจะให้ความสำคัญกับการร่วมมือ มักชอบเป็นผู้ตามมากกว่าผู้นำ ยอมรับบรรทัดฐานกลุ่ม คล้อย ยามผู้อื่น ชอบความกลมกลืน บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบคล้อยตามนี้จะถูกมองว่าเป็นมิตร ชอบ ช่วยเหลือ และประนีประนอมกับผู้อื่น ในทางกลับกัน บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบคล้อยตามต่ำ มีบุคลิกภาพแบบเป็นปรปักษ์ (Antagonism) หรือชอบท้าทาย (Challenger) มีแนวโน้มที่จะสนใจ ความต้องการของตนเองมากกว่า มีแนวโน้มที่จะทำในสิ่งที่ตนต้องการ ชอบการมีอำนาจ ควบคุม และ ไม่ค่อยเสนอตัวทำอะไรเพื่อผู้อื่น ทำให้ถูกมองว่าไม่เป็นมิตร ไม่สุภาพ ไม่ให้ความร่วมมือ และไม่ ประนีประนอม

บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก เป็น คุณลักษณะความใส่ใจต่อการบรรลุเป้าหมาย บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกสูง มักจะมีระเบียบ วินัยในตนเอง ให้ความสำคัญกับการทำตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ให้สำเร็จ มีการควบคุมตนเองสูง (Self-control) มีความอดทน และสามารถจัดการกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้เป็นอย่างดีอาจถูกมองว่า น่าเชื่อถือ นิยมความสมบูรณ์แบบ และทุ่มเทให้กับการทำงาน ในทางกลับกันบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบมี จิตสำนึกต่ำ หรือมีบุคลิกภาพแบบขาดการวางทิศทางให้ตนเอง (Lack of direction) มักจะทำอะไร โดยไม่มีแผนการล่วงหน้า ขาดการผูกมัดตนเองกับเป้าหมาย มีความพยายามในการทำงานน้อย อาจ ถูกมองว่าเป็นบุคคลที่ขาดความรอบคอบ ไม่น่าเชื่อถือ มักทำสิ่งต่าง ๆ ผิดพลาด และไม่มี ความทะเยอทะยาน

2.2.2 แบบประเมินเจตคติต่อเงิน (Money Script)

แบบประเมินเจตคติต่อเงิน (Money Script) ใช้ประเมินแก่นความคิดความเชื่อ (core beliefs) ของบุคคลเกี่ยวกับเงิน ซึ่งเป็นตัวผลักดันให้บุคคลมีพฤติกรรมทางการเงินที่แตกต่างกันไป ทั้ง ที่มีประสิทธิภาพและด้อยประสิทธิภาพ นักจิตวิทยาและที่ปรึกษาด้านการเงิน Klontz และ Klontz พัฒนาแบบประเมินเจตคติต่อเงินมี 4 แบบ (Klontz & Klontz, 2009) ได้แก่

แบบที่ 1 เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (Money Avoidance) เป็นรูปแบบความคิดความ เชื่อที่ว่าเงินนั้นไม่ดี เงินจะกระตุ้นความวิตกกังวล ทำให้เกิดความกลัว และเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับ ความรู้สึกน่ารังเกียจ โดยผู้ที่หลีกเลี่ยงเงินจะรู้สึกเหมือนว่าพวกเขาไม่คู่ควรกับเงิน (Klontz, 2011) โดยมีแนวคิดว่าการหลีกเลี่ยงเงินจะนำไปสู่พฤติกรรมทางการเงินที่ผิดปกติ อาทิ การปฏิเสธที่

จะรับรู้เรื่องเงิน ปฏิเสธเงินที่จะได้รับเงินโดยไม่จำเป็น ไม่ใช่จ่าย และไม่ชอบความเสี่ยงที่มากเกินไป (Klontz & Klontz, 2009) โดยผู้ที่มีระดับการหลีกเลี่ยงเงินระดับสูงมักจะข้องเกี่ยวกับการสร้างความเสียหายทางการเงินกับตนเอง หลีกเลี่ยงที่จะใช้เงินซื้อสิ่งของที่จำเป็น กังวลเกี่ยวกับการใช้เงินเกินบัญชี และใช้บัตรเครดิตในทางที่ผิด Klontz และคณะ (2011) กล่าวว่าผู้ที่หลีกเลี่ยงเงินนั้นมีแนวโน้มที่จะมีรายได้สุทธิในระดับต่ำ มักจะเป็นบุคคลที่อายุน้อยและโสด โดยความเชื่อนี้จะลดลงเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น

แบบที่ 2 เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (Money Worship) กลุ่มของความเชื่อที่ว่ามีเงินมากจะช่วยแก้ปัญหาได้ ช่วยทำให้อะไรดีขึ้นได้ (Klontz & Kahler, 2008) แม้ว่าปัจจุบันความเชื่อนี้จะแพร่หลายเป็นอย่างมากในยุคนี้ แต่ก็มีข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมากว่าเงินไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสุขแต่อย่างใด แม้ว่าจะมีรายได้มากกว่า \$75,000 ต่อปี (Kahneman & Deaton, 2010) โดยมีแนวคิดว่าการบูชาเงินจะนำไปสู่พฤติกรรมทางการเงินที่ผิดปกติ อาทิ พฤติกรรมชอบเก็บสะสมกักตุนของ ชอบความเสี่ยงโดยไม่มีเหตุผล เสพติดการพนัน ดิตงาน ใช้จ่ายเงินเกินตัว หรือความผิดปกติในการไม่สามารถยับยั้งการซื้อของได้ (Klontz & Klontz, 2009) และใกล้เคียงกับการหลีกเลี่ยงเงินที่เจตคติในการบูชาเงินมักพบในคนที่อายุน้อยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ (Klontz, 2011) และจากงานวิจัยพบว่า ความเชื่อที่บูชาเงินนี้ทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของที่ควบคุมไม่ได้ การมอบอำนาจทางการเงินของตนให้คนอื่น และปฏิเสธที่จะรับรู้การเงินของตนเอง (Klontz & Britt, 2012) นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่ไม่วางแผนความเสี่ยงของตนเอง (Britt et al., 2015) และมักจะมีหนี้บัตรเครดิตที่ต้องคอยหมุนเป็นประจำ (Klontz, 2011)

แบบที่ 3 เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (Money Status) การที่เงินกลายมาเป็นสถานะของบุคคลได้นั้นหมายถึง คุณค่าในตนเองที่มีค่าเท่ากับรายได้สุทธิของบุคคล ซึ่งดูสอดคล้องกับโลกแห่งการแข่งขันในทุกวันนี้ (Klontz, 2011) เจตคติที่ว่าเงินคือสถานะเชื่อมโยงกับการมีทรัพย์สินในครอบครองที่มากกว่าคนอื่น เพื่อให้สิ่งของเหล่านั้นเป็นการยืนยันเงินของตนสถานะของตนให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างชนชั้นทางเศรษฐกิจและสังคม โดย Klontz และคณะ (2012) พบว่าบุคคลที่มีคะแนนเจตคติที่ให้เงินเป็นสถานะนี้จะมีแนวโน้มของพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของที่ควบคุมไม่ได้ ความผิดปกติในการเล่นพนัน พึ่งพาการเงินบุคคลอื่น และมีความลับทางการเงินกับคู่สมรสของตน (Klontz & Britt, 2012)

แบบที่ 4 เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (Money Vigilance) ไม่ว่ารายได้สุทธิของบุคคลจะเป็นอย่างไร ผู้ที่มีระดับความระมัดระวังในเงินระดับสูงมองว่าเงินเป็นเรื่องที่น่าหลบซ่อน

เป็นความลับ มีแนวโน้มที่จะมองเงินด้วยความตื่นตัว ระมัดระวัง เป็นห่วงเหมือนกับว่าเงินเป็นปัญหา หรืออันตราย (Klontz, 2011) มีแนวโน้มที่จะวางแผนบริหารความเสี่ยงทางการเงินให้กับตนเอง มากกว่า (Britt et al., 2015) งานวิจัยที่ผ่านมายังระบุอีกว่าเจตคติที่ระมัดระวังทางการเงินเป็นปัจจัย ป้องกัน (protective factor) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจตคติในรูปแบบนี้มีผลลดระดับของพฤติกรรม การใช้จ่ายซื้อของที่ควบคุมไม่ได้ ความผิดปกติในการเล่นพนัน การให้อำนาจทางการเงินกับบุคคลอื่น และมีความลับทางการเงินกับคู่สมรสของตน (Klontz & Britt, 2012)

2.3 แนวคิดในการใช้ credit scoring ในการอนุมัติสินเชื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ข้อมูล ทางเลือกในการอนุมัติสินเชื่อ

พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545 ได้ให้คำนิยามข้อมูลเครดิตว่า ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลูกค้าที่ขอสินเชื่อ ซึ่งประกอบด้วย 1. ข้อเท็จจริงที่บ่งชี้ถึงตัวลูกค้า และคุณสมบัติ ของลูกค้าที่ขอสินเชื่อ โดยสำหรับกรณีบุคคลธรรมดา หมายถึง ชื่อ ที่อยู่ วันเดือนปีเกิด สถานภาพ การสมรส อาชีพ เลขที่ประจำตัวประชาชน และเลขประจำผู้เสียภาษีอากร (ถ้ามี) และ 2. ประวัติการ ขอและการได้รับอนุมัติสินเชื่อ และการชำระสินเชื่อของลูกค้าที่ขอสินเชื่อ รวมทั้งประวัติการชำระ ราคาสินค้าหรือบริการโดยบัตรเครดิต (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2545)

การคำนวณ credit scoring หมายถึง การพยากรณ์ว่าผู้ขอกู้จะสามารถชำระเงินคืนได้ตรง ตามกำหนดหรือไม่ โดยส่วนใหญ่การคำนวณจะสามารถพยากรณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลา 12-18 เดือน ในการคำนวณ credit scoring แบบดั้งเดิมมักใช้ข้อมูล จำนวนปีในการทำงาน รายได้ อายุ และข้อมูลเครดิตบูโร (credit bureau) โดยข้อมูลเครดิตบูโรจะถูกคำนวณมาจาก ข้อมูลการ ชำระหนี้ที่ผ่านมาจากสถาบันการเงินต่าง ๆ รวมทั้งสัดส่วนของประชากรในรหัสไปรษณีย์ที่ผลิตนิต ชำระหนี้ เป็นต้น (Thomas et al., 2017)

credit scoring นั้นเปรียบเสมือนไม้บรรทัดวัดความเสี่ยง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) เนื่องจากข้อมูลเครดิตจะแสดงถึงประวัติการชำระหนี้ที่สะท้อนถึงพฤติกรรมและวินัยทางการเงินของ เจ้าของข้อมูล แสดงถึงความตั้งใจในการชำระหนี้และความน่าเชื่อถือหรือที่เรียกว่า "เครดิต" ที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ สถาบันการเงินจึงใช้ประโยชน์จากรายงานข้อมูลเครดิตเป็นปัจจัย หนึ่งที่ใช้ร่วมกับปัจจัยอื่น ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ เช่น ความสามารถในการหารายได้ ความ เป็นไปได้ของธุรกิจ หลักประกัน ดังนั้น ย่อมกล่าวได้ว่าผู้ที่มีประวัติการชำระหนี้ดีมีโอกาสดำเนินสินเชื่อ ในอัตราที่เหมาะสม (คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลเครดิต, 2546) ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน

ต่าง ๆ จึงใช้ credit scoring เป็นเครื่องมือประกอบการวิเคราะห์สินเชื่อ และอนุมัติสินเชื่อ โดยเฉพาะสินเชื่อรายย่อย เช่น สินเชื่อบัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อบ้าน และสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์

credit scoring แบ่งออกเป็น 2 ประเภท 1. Application score (A-score) เพื่อการอนุมัติสินเชื่อใหม่ และ 2. Behaviour score (B-score) เพื่อติดตามสินเชื่อ โดย A-score มักใช้ข้อมูลจากใบสมัครการขอสินเชื่อและข้อมูลเครดิตบูโรมาประกอบการคำนวณ ส่วนข้อมูล B-score จะใช้ข้อมูลพฤติกรรมการชำระหนี้และการใช้วงเงินของผู้ขอสินเชื่อรวมทั้งข้อมูลเครดิตบูโร มาพิจารณาติดตามความเสี่ยงของลูกค้าในการชำระเงิน Behavioral scoring models ได้ถูกนำมาใช้ในการคำนวณ credit scoring โดยมักคำนวณมาจากพฤติกรรมการใช้จ่าย ซึ่งสามารถดูได้จากข้อมูลการรับ-จ่ายเงินของบัญชีธนาคาร ข้อมูลจำนวนเงินที่เหลืออยู่ในบัญชีในระยะเวลา 6 เดือน และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในบัญชีในช่วงสามเดือนที่ผ่านมา (Thomas, 2000) อย่างไรก็ตาม การคำนวณ credit scoring นั้นมักจะคำนวณโดยการใช้ Behavioral scoring models ผสมผสานกันกับข้อมูลเครดิตบูโร (Henley, 1997) เนื่องจากการคำนวณทั้งสองรูปแบบนั้นมีความสัมพันธ์กันที่สามารถอธิบายได้จากการการผสมผสานระหว่างด้านสังคม – ประชากรศาสตร์และด้านการเงิน (Meier & Sprenger, 2010)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทในชีวิตประจำวัน และถูกนำมาใช้ในการคำนวณ credit scoring มากขึ้น การนำข้อมูลอื่น นอกเหนือจากข้อมูลดั้งเดิมมาใช้คำนวณ credit scoring จึงได้รับความนิยม โดยการคำนวณ credit scoring รูปแบบใหม่มักใช้ข้อมูลทางเลือก (Alternative data) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข้อมูลการทดสอบทางด้านจิตวิทยาใช้ในการคำนวณ

การศึกษาของ Bailey Klinger ในปี 2013 พบว่า ความใจร้อนมีผลต่อการผิดนัดชำระหนี้ (Meier & Sprenger, 2007) ในปี 2013 จึงได้มีการศึกษาต่อโดยการนำข้อมูลเครดิตของบริษัท 275 บริษัทในประเทศเปรู ทั้งบริษัทขนาดเล็ก และบริษัทขนาดกลางมาวิจัยร่วมกับข้อมูลการทดสอบทางจิตวิทยาทั้ง 66 ตัวแปร พบว่า ข้อมูลการทดสอบทางจิตวิทยามีผลต่อการวิเคราะห์ credit scoring โดยมี AUC อยู่ที่ 0.7 นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวได้ทำการทดลองโดยใช้ credit scoring model ของ 4 ประเทศในแถบแอฟริกา กับข้อมูลบริษัทในเปรูมาทำการทดสอบความสัมพันธ์ แล้วพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลการทดสอบทางจิตวิทยาและข้อมูล credit scoring มี AUC อยู่ที่ 0.56-0.58 ซึ่งมีความเป็นไปได้ในการที่จะเกิดการผิดนัดชำระหนี้ตั้งแต่ประมาณ 60 วันขึ้นไป (Bailey Klinger, 2013)

ต่อมาในปี 2016 ได้มีการศึกษาโดยใช้ข้อมูล credit scoring จาก Entrepreneurial Finance Lab (EFL) ร่วมกับข้อมูลแบบทดสอบทางจิตวิทยา พบว่าผู้ที่ได้รับการอนุมัติเงินกู้จากการคำนวณ credit scoring model แบบดั้งเดิม และจะไม่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อหากใช้ข้อมูลแบบทดสอบทางจิตวิทยาร่วมในการคิด credit scoring มักมีปัญหาในการชำระคืนเงินต้น อย่างไรก็ตาม การทดลองดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาทดลอง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมาจากผู้ขอกู้ที่มีแหล่งเงินกู้ที่มาจากธนาคารเท่านั้น (Arráiz et al., 2016)

ในปี 2018 ได้มีการวิจัยโดยใช้ข้อมูลผู้ประกอบการขนาดเล็กในประเทศเคนยา โดยมีตัวแปรทางจิตวิทยาที่นำมาทำการวิจัย ได้แก่ การวัดความมีสติ ความมั่นคงทางอารมณ์ การเปิดกว้างต่อประสบการณ์และความเชื่อตรง โดยมีผลลัพธ์ความสัมพันธ์ระหว่างแบบทดสอบทางจิตวิทยาและ credit scoring อยู่ที่ AUC เท่ากับ 0.67 อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของ credit scoring ที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีการใช้ข้อมูลแบบทดสอบทางจิตวิทยา เมื่อเทียบกับการคำนวณ credit scoring แบบดั้งเดิม (Dlugosch et al., 2018)

ในปีเดียวกันนั้น ได้มีการวิจัยโดยนำตัวแปรทางจิตวิทยา 6 ตัวแปร ได้แก่ ความมีส่วนร่วม หน้าที่ สิ่งที่เพิ่มขึ้นมา เนื้อแท้ อุดมคติ และระดับความอ่อนน้อมถ่อมตน โดยผู้วิจัยพบว่า ทั้ง 6 ตัวแปรส่งผลต่อ กระแสเงินสด และคะแนน solvency score หรือคะแนนที่บอกว่าบริษัทมีโอกาสในการล้มละลายหรือไม่ นอกจากนี้ การนำตัวแปรทั้ง 6 มาร่วมวิเคราะห์ credit scoring ส่งผลให้ AUC เพิ่มขึ้นจากเดิมอยู่ที่ 0.554 เป็น 0.850 (Liberati & Camillo, 2018)

ข้อมูลจากงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า ข้อมูลแบบทดสอบบุคลิกภาพมีผลต่อการคำนวณ credit scoring ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการนำข้อมูลบุคลิกภาพมาเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญในการทำวิจัย เนื่องจากงานวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมว่าด้วยการคิดของมนุษย์มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของมนุษย์ (Kahneman, 2011) และตามแนวทางการจัดการบุคคลแสดงให้เห็นว่าบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยลักษณะเหล่านี้เป็นลักษณะเฉพาะที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยจะมาจากสภาพจิตใจเป็นหลัก เช่น ค่านิยม ความต้องการ หรือบุคลิกภาพ จึงอาจกล่าวได้ว่าบุคลิกภาพและสภาพจิตใจอาจมีผลกระทบต่อพฤติกรรมทางการเงินของบุคคล (Özşahin et al., 2019) ปัจจัยทางจิตวิทยาจำเป็นต้องได้รับการทดสอบเพื่อทำความเข้าใจ และอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ นักจิตวิทยา Sara Hampson ยังได้กำหนดกระบวนการทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล เช่น ความคิด อารมณ์ แรงจูงใจ และการรับรู้ว่าเป็นกลไกที่พัฒนาอิทธิพลของลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลเมื่อเวลาผ่านไป (Hampson, 2012) ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับแนวคิดบุคลิกภาพแบบ Big Five ของ Costa และ McCrae ที่แบ่ง

บุคลิกภาพของบุคคลออกเป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness และ Neuroticism โดยในแต่ละลักษณะนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำบุคลิกภาพทั้ง 5 ลักษณะข้างต้นมาทำการวิจัยถึงความสัมพันธ์ในการพิจารณาขอสินเชื่อ ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันอย่างไรโดยจะทำการทดสอบตามวิธีการวิจัยในบทต่อไป

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติด้านการเงิน และพฤติกรรมการจัดการทางการเงิน ในการนำมาเป็นปัจจัยในการคำนวณ credit scoring นอกจากนี้ งานวิจัยในปี 2015 ได้มีการศึกษาผลกระทบของทัศนคติเกี่ยวกับเงินที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และความพึงพอใจทางการเงิน โดยงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความหมายของความมั่งคั่งทางการเงินอาจได้รับอิทธิพลจากตัวแปรที่มีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคล เช่น การรักเงิน ระดับความปรารถนา และความนิยมทางวัตถุ โดยการศึกษาที่ตรวจสอบผลกระทบของทัศนคติต่อเงินที่เกี่ยวข้องกันระหว่างรายได้สุทธิส่วนบุคคลกับรายได้ของหน่วยครอบครัวและวัดความพึงพอใจทางการเงินและความมั่งคั่งทางการเงิน (Gasiorowska, 2015)

นอกจากนี้งานวิจัยในปี ค.ศ. 2012 ของ Klontz และ Britt ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีเจตคติทางการเงินแบบ money avoidance, money status, and money worship มักประสบปัญหาสถานภาพทางการเงิน และเจตคติทางการเงินของบุคคลสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้เงินที่ไม่เป็นระเบียบได้ เช่น ความไม่ซื่อสัตย์ทางการเงิน (Klontz & Britt, 2012) ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าควรนำแบบทดสอบเจตคติทางการเงินมาเป็นหนึ่งในตัวแปรในการวัด credit scoring ของบุคคล เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการให้สินเชื่อ

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการให้สินเชื่อ ซึ่งผู้วิจัย
มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้วิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.6 การป้องกันการคาดเดาผลลัพธ์ของแบบทดสอบ
- 3.7 การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3.1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้เป็นประชาชนทั่วไปที่มีข้อมูลเครดิตบูโร
ในช่วงเวลาระหว่าง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ประชากรทั่วไปที่มีข้อมูลเครดิตบูโร จำนวน 400 คน จากการคำนวณขนาด
กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้เป็นที่มีข้อมูลประชาชนทั่วไปที่มีข้อมูล
เครดิตบูโร ซึ่งมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณกลุ่ม
ตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (มารยาท โยทองยศ, 2547) โดยกำหนดค่า
ความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณ คือ

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่าง

P คือ สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม หรือ 0.50

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ โดยมีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

E คือ ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น หรือ 0.05

แทนค่า

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

$$= 384.16$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 384.16 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

สำหรับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ผสมผสานกับการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) โดยแบ่งออกเป็นผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรในระดับความเสี่ยงสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.5 ของตัวอย่างทั้งหมด) และ ผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD จำนวน 150 คน (ร้อยละ 37.5 ของตัวอย่างทั้งหมด)

3.2 เครื่องมือที่ใช้วิจัย ประกอบด้วย

3.2.1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2.2 แบบทดสอบ Big Five ได้รับการพัฒนาโดย Costa และ McCrae (McCrae, 2008b) ฉบับแปลไทยโดย หยกฟ้า อิศรานนท์ ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 60 ข้อ มี 5 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism: N) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience: O) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (Agreeableness: A) และ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) ข้อคำถามแต่ละข้อของแบบทดสอบเป็นแบบคำถามตัวเลือก 5 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยและเห็นด้วยพอ ๆ กัน เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยผู้ทำแบบทดสอบจะต้องเลือกตัวเลือกที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงของตนเองมากที่สุด ผู้วิจัยใช้แบบทดสอบฉบับภาษาไทยในงานวิจัยของ หยกฟ้า อิศรานนท์ เรื่อง อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และความไม่สอดคล้องระหว่าง การเห็นคุณค่าแห่งตนโดยนัย และการเห็นคุณค่าแห่งตนที่รับรู้ ต่อสุขภาวะทางจิต : การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน (อิสรานนท์, 2551) ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์แบบทดสอบจาก

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการวิจัยครั้งนี้แบบทดสอบนี้มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือ หรือ Cronbach's Alpha ด้านบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ เท่ากับ 0.970 ด้านบุคลิกภาพแบบเปิดเผย เท่ากับ 0.971 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ เท่ากับ 0.974 บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม เท่ากับ 0.974 และ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก เท่ากับ 0.971 (รายละเอียด ดังในภาคผนวก)

3.2.3 แบบประเมินเจตคติต่อเงิน ใช้ประเมินแก่นความคิดความเชื่อ (core beliefs) ของบุคคลเกี่ยวกับเงิน \แบบประเมินเจตคติต่อเงินมี 44 ข้อ แบ่งเป็น 4 แบบ ได้แก่ เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (Money Avoidance) เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (Money Worship) เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (Money Status) และ เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (Money Vigilance) การตอบโดยให้ผู้ทำแบบทดสอบเลือกตอบคำถามด้วย การประเมินตนเองและระบุลักษณะที่ตรงกับตนเองมากที่สุด ซึ่งแบ่งระดับความใกล้เคียงตนเองออกเป็น 6 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยบางส่วน เห็นด้วยบางส่วน เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ผู้วิจัยใช้แบบทดสอบฉบับภาษาไทยในงานวิจัยของ ชลพรรัช จริญญาพงษ์ เรื่องอิทธิพลของเจตคติต่อเงิน ความตึงเครียดทางการเงิน และความหมายในชีวิตที่มีต่อภาวะซึมเศร้าของคนทำงานที่มีหนี้สิน ซึ่งแบบทดสอบนี้พัฒนามาจากแบบทดสอบ Money Scripts ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย Bradley T. Klontz และ Ted Klontz (Klontz & Klontz, 2009) ในการวิจัยครั้งนี้แบบทดสอบนี้มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือ หรือ Cronbach's Alpha ด้านเจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน เท่ากับ 0.983 ด้านเจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน เท่ากับ 0.985 เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ เท่ากับ 0.983 และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน เท่ากับ 0.985 (รายละเอียด ดังในภาคผนวก)

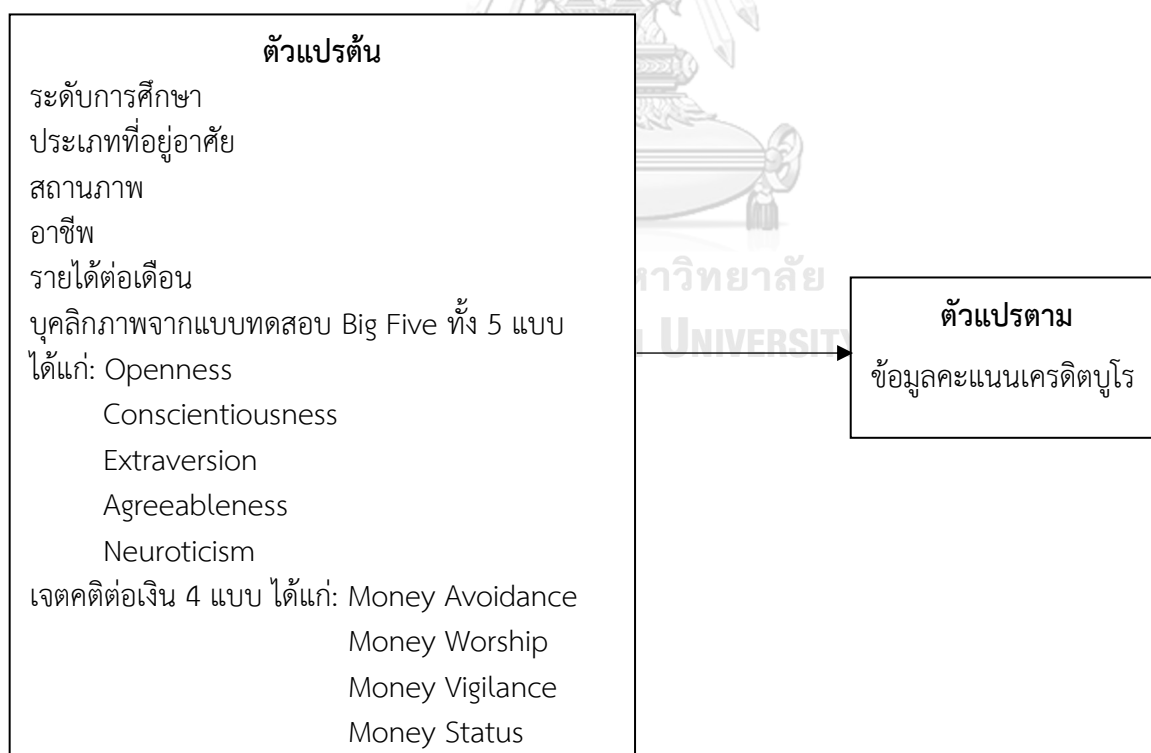
3.2.4 แบบสอบถามข้อมูลเครดิตบูโร ผู้วิจัยทำการสอบถามคะแนนเครดิตโดยผู้ตอบคำถามต้องดำเนินการขอตรวจสอบคะแนนเครดิตบูโรจากช่องทางต่าง ๆ เช่น ทาง ATM และทาง Mobile application โดยคะแนนเครดิตบูโร คือ คะแนนประวัติเครดิตที่สถาบันการเงินและธนาคารใช้เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการชำระหนี้ การคำนวณเครดิตสกอร์มีหลายวิธีด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละธนาคารหรือสถาบันการเงิน แต่สิ่งที่มีถูกนำมาคำนวณหลัก ได้แก่ สถานะทางการเงิน ประวัติการผ่อนชำระหนี้และการขอสินเชื่อ ภาระหนี้สินอื่น รวมไปถึงอาชีพ และรายได้สุทธิต่อเดือน เป็นต้น (Peerpowerteam, 2017) โดยคะแนนเครดิตบูโรสามารถแบ่งออกเป็น 8 ระดับ ได้แก่ AA BB CC DD EE FF GG HH โดยระดับที่มีคะแนนดีที่สุดคือระดับ AA (ธนาคารกรุงเทพจำกัดมหาชน, 2021)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลรูปแบบออนไลน์ เพื่อความสะดวกในการให้ข้อมูลและทำแบบสอบถามโดยผู้วิจัยทำการติดต่อไปยังกลุ่มบุคคลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook page และ Facebook group ที่รวบรวมบุคคลที่ต้องการขอสินเชื่อออนไลน์ โดยทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา พร้อมทั้งการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย โดยแบบสอบถามไม่ได้มีการระบุตัวตนของผู้เข้าร่วมวิจัย และยืนยันที่จะนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ทำการเก็บแบบสอบถามครบถ้วนแล้วจะนำไปจัดทำเป็นแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน ผ่านวิธี logistic regression (ไถยวรรณ, 2555) ซึ่งมีตัวแปรต้นที่คาดว่าจะส่งผลต่อตัวแปรตามดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

จากภาพ จะสามารถสร้างสมการเพื่อใช้ในการคำนวณได้ดังนี้

$$P(x_i) = \frac{1}{\{1 + \exp[1 - (\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_{14} x_{14})]\}}$$

เมื่อ $P(x_i)$ คือ โอกาสที่ผู้ขอกู้จะได้รับสินเชื่อตามปัจจัยที่เลือกมาศึกษา

โดย $P(x_i) = 0$ คือ ผู้ขอกู้ไม่สมควรได้รับสินเชื่อ หรือมีคะแนนเครดิตบูโรในกลุ่มต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD หรือ มีคะแนนระหว่าง 300 - 698 และ $P(x_i) = 1$ คือ ผู้ขอกู้สมควรได้รับสินเชื่อ หรือมีคะแนนเครดิตบูโรในกลุ่มสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC หรือ มีคะแนนระหว่าง 699 - 900

β_0 คือ ค่าคงที่

β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบ logistic ของแต่ละตัวแปร โดย

x_1 คือ ระดับการศึกษา

x_2 คือ ประเภทที่อยู่อาศัย

x_3 คือ สถานภาพ

x_4 คือ อาชีพ

x_5 คือ รายได้ต่อเดือน

x_6 ถึง x_{10} คือ บุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five ทั้ง 5 แบบ ได้แก่

Openness, Conscientiousness, Extraversion,

Agreeableness, Neuroticism

x_{11} ถึง x_{14} คือ เจตคติต่อเงิน 4 แบบ ได้แก่: Money Avoidance, Money Worship, Money Vigilance, Money Status

จากสมการด้านบน ผู้วิจัยสามารถตั้งสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

H_0 : ระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five ทั้ง 5 แบบ ได้แก่: Openness Conscientiousness Extraversion Agreeableness Neuroticism และเจตคติต่อเงิน 4 แบบ ได้แก่: Money Avoidance Money Worship Money Vigilance Money Status มีผลต่อผลการพิจารณาขอสินเชื่อของบุคคล

H_1 : ระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five ทั้ง 5 แบบ ได้แก่: Openness Conscientiousness Extraversion Agreeableness Neuroticism และเจตคติต่อเงิน 4 แบบ ได้แก่: Money Avoidance Money Worship Money Vigilance Money Status ไม่มีผลต่อผลการพิจารณาขอสินเชื่อของบุคคล

3.5 การพิทักษ์สิทธิของงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย โดยแนะนำตัว อธิบายจุดประสงค์ของการเก็บ ข้อมูล จำนวนข้อคำถาม และชี้แจงว่าการทำแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ หากรู้สึกไม่สะดวกใจที่จะตอบคำถาม ผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถถอนตัวออกจากการทำแบบสอบถามได้ตลอดเวลา

3.6 การป้องกันการคาดเดาผลลัพธ์ของแบบทดสอบ

แบบสอบถามด้านจิตวิทยาที่ใช้ในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบ หลายตัวเลือก ซึ่งทำให้ยากต่อการคาดเดาคำตอบเพื่อให้ตรงตามผลลัพธ์ที่ต้องการ อีกทั้งแพลตฟอร์มยังมีกระบวนการให้การเรียงลำดับคำถามแบบสุ่ม ซึ่งช่วยเพิ่มความยากในการคาดเดาในอีกหนึ่งระดับ นอกจากนี้การแปลความหมายของคำถามจะถูกอ้างอิงตามหลักจิตวิทยา ซึ่งแต่ละแบบในการตอบคำถามจะสามารถแปลความหมายได้แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้ที่ทำแบบทดสอบไม่สามารถคาดเดาได้ว่าแต่ละคำตอบจะส่งผลอย่างไรต่อผลลัพธ์ในการขอสินเชื่อ

3.7 การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการตัวแบบสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบธุรกิจเชิงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดในการศึกษา ดังนี้

3.5.1 การประเมินทางเทคโนโลยี (Technology Assessment) เป็นการประเมินพื้นฐานของเทคโนโลยี ระดับขั้นและประเภทของเทคโนโลยี พร้อมทั้งรูปแบบการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

3.5.2 การประเมินทางการตลาด (Market Assessment) เป็นการศึกษาวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ปัจจุบันทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายในที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

3.5.3 การนำเทคโนโลยีไปสู่เชิงพาณิชย์ (Technology Commercialization) โดยประเมินการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ผ่านแผนธุรกิจในด้านการผลิต และการตลาด

3.5.4 ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibilities) โดยวิเคราะห์จากสมมติฐานทางการเงิน และการประมาณการงบการเงิน เพื่อหาผลตอบแทนจากการลงทุน และอัตราส่วนทางการเงินสำหรับประเมินความน่าสนใจของธุรกิจ

โดยรายละเอียดการศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จะนำเสนอในบทที่ 6 การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์



บทที่ 4

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ และความเป็นไปได้ในการนำแพลตฟอร์มไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน และแบบสอบถามข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรในระดับความเสี่ยงสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC จำนวน 250 คน และผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD จำนวน 150 คน ผลการศึกษาสามารถแบ่งได้ 5 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.2 ข้อมูลบุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five

4.3 ข้อมูลเจตคติต่อเงิน

4.4 ข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร

4.5 แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน

4.1 ข้อมูลทั่วไป

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3	0.75
ปริญญาตรี	367	91.75
ปริญญาโท	30	7.50
บ้านเดี่ยว	110	27.50
ทาวน์เฮาส์	180	45.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทที่อยู่อาศัย		
คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์/ หอพัก	71	17.75
บ้านพักข้าราชการ	26	6.50
บ้านเอื้ออาทร	13	3.25
สถานภาพ		
โสด	284	71.00
แต่งงานแล้ว	116	29.00
อาชีพ		
ข้าราชการ	59	14.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	107	26.75
พนักงานบริษัทเอกชน	133	33.25
ธุรกิจส่วนตัว	64	16.00
ค้าขาย	21	5.25
ฟรีแลนซ์	16	4.00
รายได้ต่อเดือน		
15,000 - 20,000 บาท	110	27.50
20,001-25,000 บาท	120	30.00
25,001-30,000 บาท	97	24.25
30,001-35,000 บาท	21	5.25
35,001-40,000 บาท	21	5.25
40,001-50,000 บาท	37	9.25
50,001 บาทขึ้นไป	13	3.25

4.1.1 ระดับการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 91.75 ปริญญาโท ร้อยละ 7.50 และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 0.75

4.1.2 ประเภทที่อยู่อาศัย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีที่อยู่อาศัยเป็นทาวน์เฮาส์ ร้อยละ 45 บ้านเดี่ยว ร้อยละ 27.50 คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์/หอพัก ร้อยละ 17.75 บ้านพักข้าราชการ ร้อยละ 6.50 และบ้านเช่า ร้อยละ 3.25

4.1.3 สถานภาพ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด ร้อยละ 71 และแต่งงานแล้ว ร้อยละ 29

4.1.4 อาชีพ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.75 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 16 ข้าราชการ ร้อยละ 14.75 ค้าขาย ร้อยละ 5.25 และฟรีแลนซ์ ร้อยละ 4

4.1.5 รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 27.50 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 30 25,001-30,000 บาท ร้อยละ 24.25 30,001-35,000 บาท ร้อยละ 5.25 35,001-40,000 บาท ร้อยละ 5.25 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 9.25 และ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.25

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 ข้อมูลบุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five

ข้อมูลบุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (Agreeableness) และ บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) โดยใช้ค่าสถิติ อันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของบุคลิกภาพ Big Five

บุคลิกภาพ Big Five	\bar{X}	SD	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด
บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์	36.9	11.059	25	59
บุคลิกภาพแบบเปิดเผย	36.8	11.348	25	60
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่	36.3	11.727	24	59
บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม	36.3	11.739	24	60
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	36.5	11.532	24	60

ผลการศึกษาข้อมูลบุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five พบว่า บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 36.90$) รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย ($\bar{X} = 36.79$) ลำดับถัดมา บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ($\bar{X} = 36.51$) ลำดับถัดมาบุคลิกภาพแบบคล้อยตาม ($\bar{X} = 36.31$) และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ($\bar{X} = 36.28$) โดยคะแนนสูงสุดและต่ำสุดอยู่ที่ 24 และ 60

4.3 ข้อมูลเจตคติต่อเงิน

ข้อมูลเจตคติต่อเงิน ได้แก่ เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (Money Avoidance) เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (Money Worship) เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (Money Status) และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (Money Vigilance) โดยใช้ค่าสถิติ อันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเจตคติต่อเงิน

เจตคติต่อเงิน	\bar{X}	SD	คะแนนต่ำสุด	คะแนนสูงสุด
เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน	36.85	14.939	14	64
เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน	37.16	15.326	22	64
เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ	37.07	15.185	21	64
เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน	37.04	15.314	23	66

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเจตคติต่อเงิน พบว่า เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 37.16$) รองลงมาคือ เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ ($\bar{X} = 37.07$) ลำดับถัดมา เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน ($\bar{X} = 37.04$) และเจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน ($\bar{X} = 36.85$)

4.4 ข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร

การวิเคราะห์ข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร โดยใช้ค่าสถิติอันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรในระดับความเสี่ยงสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC ร้อยละ 62.50 และเป็นผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD ร้อยละ 37.50

ตารางที่ 5 จำนวนและค่าร้อยละของคะแนนเครดิตบูโร

คะแนนเครดิตบูโร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโร ในระดับความเสี่ยงสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC	250	62.5
ผู้ที่มีประวัติเครดิตบูโรต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD	150	37.5

4.5 แพลตฟอร์มการกั๊ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน

การวิเคราะห์แพลตฟอร์มการกั๊ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบประเมินเจตคติต่อเงิน โดยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์แบบทวิ (Binary Logistic Regression) ด้วยวิธี ทางตรง (Enter) เพื่อนำตัวแปรอิสระทั้งหมดที่สนใจเข้าสู่สมการถดถอยเพื่อพยากรณ์ตัวแปรตามในขั้นตอนเดียว โดยกำหนด

ตัวแปรตาม (Y) ข้อมูลคะแนนเครดิตบูโร วัด 2 ค่า ได้แก่ (1) คือ ผู้ขอกู้สมควรได้รับสินเชื่อหรือมีคะแนนเครดิตบูโรในกลุ่มสูงกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง CC หรือ มีคะแนนระหว่าง 699 – 900 และ (0) ผู้ขอกู้ไม่สมควรได้รับสินเชื่อ หรือมีคะแนนเครดิตบูโรในกลุ่มต่ำกว่าหรือเท่ากับระดับความเสี่ยง DD หรือ มีคะแนนระหว่าง 300 - 698

ตัวแปรอิสระ (X) ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 14 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม บุคลิกภาพแบบมี

จิตสำนึก เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน

4.5.1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

จากผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรระดับการศึกษา (X1) ประเภที่อยู่อาศัย (X2) สถานภาพ (X3) และรายได้ต่อเดือน (X5) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ อาชีพ (X4) บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (X6) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (X7) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (X8) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (X9) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X10) เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (X11) เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (X12) เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (X13) และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (X14) ซึ่งหมายความว่าหากตัวแปรระดับการศึกษา (X1) เพิ่มขึ้น ตัวแปรประเภที่อยู่อาศัย (X2) สถานภาพ (X3) และรายได้ต่อเดือน (X5) จะเพิ่มขึ้น และตัวแปรอาชีพ (X4) บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (X6) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (X7) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (X8) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (X9) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X10) เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (X11) เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (X12) เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (X13) และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (X14) จะลดลง

ตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

	ระดับการศึกษา (X1)	ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)	สถานภาพ (X3)	อาชีพ (X4)	รายได้ต่อเดือน (X5)	บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (X6)	บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (X7)	บุคลิกภาพแบบเปิดรับใหม่ (X8)	บุคลิกภาพแบบคล้ายตาม (X9)	บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X10)	เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (X11)	เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (X12)	เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (X13)	เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (X14)
ระดับการศึกษา (X1)	Pearson Correlation	1	.122*	-.125*	.212**	-0.097	-.103*	-.130**	-.124*	-.128*	-.129**	-.136**	-.130**	-.128*
	Sig. (2-tailed)		0.015	0.012	0.000	0.052	0.039	0.009	0.013	0.011	0.010	0.006	0.009	0.010
ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)	Pearson Correlation	0.022	1	-0.024	0.028	-0.078	-0.074	-0.069	-0.078	-0.065	-0.091	-0.084	-0.082	-0.077
	Sig. (2-tailed)			0.628	0.578	0.122	0.139	0.170	0.118	0.197	0.068	0.095	0.102	0.126
สถานภาพ (X3)	Pearson Correlation	.122*	0.094	1	.257**	-.133**	-.143**	-.159**	-.143**	-.143**	-.138**	-.146**	-.132**	-.130**
	Sig. (2-tailed)		0.061	0.040	0.000	0.008	0.004	0.001	0.004	0.004	0.006	0.003	0.008	0.009
อาชีพ (X4)	Pearson Correlation	-.125*	-0.040	1	.297**	-0.012	-0.020	-0.015	-0.021	-0.009	-0.027	-0.026	-0.019	-0.027
	Sig. (2-tailed)		0.427	0.427	0.000	0.812	0.697	0.765	0.679	0.861	0.590	0.610	0.705	0.593

	ระดับ การศึกษา (X1)	ประเภท ที่อยู่ อาศัย (X2)	สถานภาพ (X3)	อาชีพ (X4)	รายได้ ต่อ เดือน (X5)	บุคลิกภาพ แบบไม่ มั่นคงทาง อารมณ์ (X6)	บุคลิกภาพ แบบ เปิดเผย (X7)	บุคลิกภาพ แบบเปิดรับ ประสบการณ์ ใหม่ (X8)	บุคลิกภาพ แบบคล้อย ตาม (X9)	บุคลิกภาพ แบบมี จิตสำนึก (X10)	เจตคติ ต่อเงิน แบบ หลีกเลี่ยง เงิน(X11)	เจตคติ ต่อเงิน แบบ บูชา เงิน (X12)	เจตคติ ต่อเงิน แบบ เงินคือ สถานะ (X13)	เจตคติต่อ เงินแบบ ระมัดระวัง ทางการเงิน (X14)
เจตคติต่อเงิน แบบเงินคือ สถานะ (X13)	-0.130**	-0.082	-0.132**	-0.019	-0.250**	.948**	.948**	.955**	.955**	.947**	.982**	.980**	1	.984**
Pearson Correlation														
เจตคติต่อเงิน แบบ ระมัดระวัง ทางการเงิน (X14)	0.009	0.102	0.008	0.705	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Pearson Correlation														
Significance level (2-tailed)	0.128*	0.077	0.130**	0.027	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Pearson Correlation														
Significance level (2-tailed)	0.010	0.126	0.009	0.593	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Pearson Correlation														
Significance level (2-tailed)	0.010	0.126	0.009	0.593	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

4.5.2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์

Logit (Yc)=0.511 - 1.427* ประเภทที่อยู่อาศัยแบบทาวน์เฮา -1.311*(ประเภทที่อยู่อาศัย) แบบคอนโด+ 0.663* (สถานภาพ) - 1.822* (อาชีพธุรกิจส่วนตัว) + 0.153* (รายได้ต่อเดือน) + 0.153* (บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์) - 0.137* (บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่)

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่มิมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ใช้สัญลักษณ์ *) ส่วนตัวแปรระดับการศึกษา (X1) บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (X7) บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (X9) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X10) เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (X11) เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (X12) เจตคติต่อเงินแบบเงินคือสถานะ (X13) และเจตคติต่อเงินแบบระมัดระวังทางการเงิน (X14) นั้นเป็นตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับตัวแปรประเภทที่อยู่อาศัย ได้มีการกำหนดตัวแปร dummy โดยให้ค่า dummy 0 ได้แก่ ที่อยู่อาศัยแบบบ้าน

ตัวแปรสถานะภาพได้มีการกำหนดตัวแปร dummy โดยให้ค่า dummy 0 ได้แก่ สถานภาพโสด

ตัวแปรอาชีพได้มีการกำหนดตัวแปร dummy โดยให้ค่า dummy 0 ได้แก่ อาชีพพนักงานราชการ

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ค่าคงที่ (Constant)	0.511	0.103	24.463	1	0.000*	1.667
ระดับการศึกษา (X1)-ปริญญาตรี	0.739	2.392	0.000	1	0.999	8.196
ระดับการศึกษา (X1)-ปริญญาโท	1.847	2.392	0.000	1	0.999	6.465
ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)-ทาวน์เฮา	-1.427	0.347	16.909	1	0.000*	0.240
ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)-คอนโด	-1.311	0.433	9.163	1	0.002*	0.269
ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)-บ้านพักข้าราชการ	-0.817	0.593	1.902	1	0.168	0.442

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
ประเภทที่อยู่อาศัย (X2)- บ้านเอื้ออาทร	0.063	1.146	0.003	1	0.956	1.065
สถานภาพ (X3)	0.663	0.317	4.383	1	0.036*	1.94
อาชีพ (X4)- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.583	0.482	1.460	1	0.227	0.558
อาชีพ (X4)- พนักงานบริษัทเอกชน	-0.678	0.480	1.997	1	0.158	0.508
อาชีพ (X4)-ธุรกิจส่วนตัว	-1.822	0.574	10.093	1	0.001*	0.162
อาชีพ (X4)-ค้าขาย	-1.585	0.820	3.735	1	0.053	0.205
อาชีพ (X4)-ฟรีแลนซ์	-1.533	0.849	3.257	1	0.071	0.216
รายได้ต่อเดือน (X5)	0.153	0.062	7.527	1	0.006*	1.165
บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (X7)	0.018	0.063	0.081	1	0.776	1.018
บุคลิกภาพแบบเปิดรับ ประสบการณ์ใหม่ (X8)	-0.137	0.062	6.927	1	0.008*	0.872
บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม (X9)	0.056	0.062	0.836	1	0.361	1.058
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (X10)	-0.024	0.054	0.205	1	0.65	0.976
เจตคติต่อเงินแบบหลีกเลี่ยงเงิน (X11)	-0.017	0.05	0.124	1	0.725	0.983
เจตคติต่อเงินแบบบูชาเงิน (X12)	-0.055	0.051	1.136	1	0.286	0.947
เจตคติต่อเงินแบบเงินคือ สถานะ (X13)	0.043	0.057	0.565	1	0.452	1.043
เจตคติต่อเงินแบบระมัดระวัง ทางการเงิน (X14)	1.429	0.801	3.181	1	0.075	4.175

*มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบหรือตรวจสอบสมการ เป็นการทดสอบสมการถดถอยโลจิสติกส์ พบว่าค่าสถิติทดสอบไคสแควร์มีค่าเท่ากับ 140.312 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่

ใช้ในสมการเหมาะสม หรืออาจกล่าวได้ว่ามีตัวแปรอิสระบางตัวที่มีผลสำคัญต่อการทำนายผลข้อมูล คะแนนเครดิตบูโร ดังตารางที่ 8

ส่วนตารางที่ 9 พบว่าค่า -2 Log likelihood มีค่าเท่ากับ 388.939 และมีค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (R) หรืออาจกล่าวได้ว่าสมการ นั้นสามารถทำนายการเกิดเหตุการณ์จากข้อมูลจริงได้ถูกต้องเท่ากับร้อยละ 29.6 (A ของ Cox& Snell) และร้อยละ 40.3 สำหรับ Nagelkerke R:

สำหรับตารางที่ 10 แสดงประสิทธิภาพของสมการถดถอยโลจิสติกส์ที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ กล่าวคือ สมการนี้ทำนายกลุ่มผู้ขอกู้สมควรได้รับสินเชื่อ ได้ถูกต้อง ร้อยละ 81.20 และทำนายกลุ่มผู้ขอกู้ไม่สมควรได้รับสินเชื่อ ได้ถูกต้อง ร้อยละ 57.30 โดยเฉลี่ยแล้วสมการถดถอยโลจิสติกส์ดังกล่าวนี้สามารถทำนายได้ถูกต้องร้อยละ 72.30

ตาราง 8 การทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระที่ใช้ในโมเดล (Omnibus Tests of Model Coefficients)

ค่าทางสถิติ	Chi-square	df	Sig.
Step	140.312	14	0.000*
Block	140.312	14	0.000*
Model	140.312	14	0.000*

ตาราง 9 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Model Summary)

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	388.939	0.296	0.403

ตาราง 10 ความถูกต้องของสมการทำนาย

กลุ่มตัวอย่างจริง	ผลการทำนายจากสมการ		
	ผู้ขอกู้ไม่สมควรได้รับ สินเชื่อ (0)	ผู้ขอกู้สมควรได้รับ สินเชื่อ(1)	ร้อยละความถูกต้อง
ผู้ขอกู้ไม่สมควรได้รับ สินเชื่อ (0)	86	64	57.30
ผู้ขอกู้สมควรได้รับ สินเชื่อ(1)	47	203	81.20
รวม			72.30

บทที่ 5

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพและแบบประเมินเจตคติต่อเงิน มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาข้อมูลทางเลือก (Alternative data) แบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงินที่ส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อทางการเงินของบุคคล และเพื่อออกแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 อภิปรายผลการวิจัยจากแบบทดสอบ

5.2 ผลการออกแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 อภิปรายผลการวิจัยจากแบบทดสอบ

5.1.1 ผลจากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ จากข้อ 5.1.1 แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่เป็นไปตามสมมติฐาน H_0 ที่มีผลต่อผลการพิจารณาขอสินเชื่อของบุคคล 6 ตัวแปร ได้แก่ ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ โดยประเภทที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์และคอนโดจะส่งผลให้คะแนนการพิจารณาให้สินเชื่อลดลง 1.427 และ 1.311 เมื่อเทียบกับตัวแปร reference ประเภทที่อยู่อาศัยแบบบ้านที่เป็น 0 อย่างมีนัยสำคัญ สถานภาพแต่งงานแล้วมีผลให้คะแนนการพิจารณาสินเชื่อเพิ่มขึ้น 0.663 เมื่อเทียบกับตัวแปร reference สถานภาพโสดที่เป็น 0 อย่างมีนัยสำคัญ อาชีพธุรกิจส่วนตัวส่งผลให้คะแนนการพิจารณาสินเชื่อลดลง 1.822 เมื่อเทียบกับตัวแปร reference อาชีพข้าราชการที่เป็น 0 อย่างมีนัยสำคัญ และรายได้ต่อเดือนสูงมีผลดีต่อการพิจารณาให้สินเชื่อตามค่าเบต้าที่เป็นบวกในสมการ ส่วนตัวแปรบางตัวที่ตรงกับสมมติฐาน H_1 ที่ไม่มีผลต่อการพิจารณาขอสินเชื่อของบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา บุคลิกภาพจากแบบทดสอบ Big Five ทั้ง 3

แบบ ได้แก่: บุคลิกภาพแบบเปิดเผย บุคลิกภาพแบบคล้อยตาม บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก และ เจตคติต่อเงิน 4 แบบ ได้แก่: Money Avoidance, Money Worship, Money Vigilance และ Money Status

5.1.2 อภิปรายผลจากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์

ตัวแปรทางจิตวิทยาจากแบบทดสอบ Big Five ได้แก่ บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ และบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ มีผลต่อการพิจารณาขอสินเชื่อ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยบุคคลที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์สูงจะส่งผลต่อการพิจารณาขอสินเชื่อ และบุคคลที่มีคะแนนบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ต่ำ จะส่งผลต่อการขอสินเชื่อสูง ทั้งนี้ การที่บุคลิกภาพทั้งสองในแบบทดสอบ Big Five มีผลต่อการพิจารณาขอสินเชื่อ อาจเป็นผลมาจากการที่แบบทดสอบ Big five เป็นแบบทดสอบที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก และถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างหลากหลาย เช่น ถูกนำไปศึกษาประสิทธิภาพการทำงาน (ซาตะวงษ์, 2016) รวมถึงแบบทดสอบ Big Five เป็นแบบทดสอบทางด้านจิตวิทยาที่แบ่งบุคคลออกเป็น 5 บุคลิกภาพต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thorsten Johannes Dlugosch เรื่อง Personality-based selection of entrepreneurial borrowers to reduce credit risk: Two studies on prediction models in low- and high-stakes settings in developing countries ที่ศึกษาผู้ประกอบการของประเทศเคนย่า โดยใช้ตัวแปรความมั่นคงทางอารมณ์ และการเปิดกว้างต่อประสบการณ์ ซึ่งทั้งสองตัวแปรนั้นส่งผลต่อการพิจารณาให้สินเชื่อกับธุรกิจ (Dlugosch et al., 2018)

อย่างไรก็ตาม จากการที่เจตคติทางการเงินทั้ง 4 ด้าน ไม่มีผลต่อการพิจารณาขอสินเชื่อนั้น อาจยังไม่มีงานวิจัย การศึกษา หรือทฤษฎีที่รองรับโดยตรง เนื่องจากแบบทดสอบเจตคติทางการเงิน ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในประเทศไทย ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ อาจไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาในต่างประเทศ เช่น งานวิจัยของ Bradley T. Klontz เรื่อง How Clients' Money Scripts Predict Their Financial Behaviors ที่ศึกษาและพบว่าเจตคติทางการเงินแต่ละรูปแบบ ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของบุคคล (Klontz et al., 2018)

5.2 สรุปผลการออกแบบแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบสอบถามบุคลิกภาพ และแบบประเมินเจตคติต่อเงิน

ผู้วิจัยได้ทำการนำข้อมูลผลการวิจัยแบบทดสอบเชิงสำรวจไปพัฒนาแพลตฟอร์มโดยนำสมการข้างต้นไปพัฒนาเว็บไซต์สำหรับให้บริการแบบทดสอบการกู้ยืมเงิน โดยแพลตฟอร์มสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนประกอบหลักดังนี้

5.2.1 หน้าสมัครสมาชิก ผู้ที่สนใจผู้ยืมเงินต้องทำการสมัครสมาชิกในเว็บไซต์ <http://p2pbigfivemoneyscript.com/> โดยต้องกรอกข้อมูล รหัสผู้ใช้งาน รหัสผ่าน ชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด เพศ และ email ที่ติดต่อได้

The image shows a registration form with the following fields and labels:

- ลงทะเบียน (Register)
- รหัสผู้ใช้งาน: * (Username)
- รหัสผ่าน: * (Password)
- ชื่อ: * (Name)
- นามสกุล: * (Surname)
- วันเดือนปีเกิด: * (Date of Birth) with a calendar icon
- เพศ: * (Gender) with a dropdown menu
- email ติดต่อ: * (Contact Email)
- ลงทะเบียน (Register) button

ภาพที่ 4 หน้าเว็บไซต์ลงทะเบียน

5.2.2 เมื่อทำการสมัครสมาชิกเรียบร้อยแล้วผู้ที่สนใจผู้ยืมเงินต้องทำแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลระดับการศึกษา ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไป

ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า
 มัธยมศึกษาตอนปลาย
 ปริญญาตรี
 ปริญญาโท
 ปริญญาเอก

ประเภทที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว
 ทาวน์เฮาส์
 คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์/หอพัก
 บ้านพักข้าราชการ
 บ้านเช่า/อพาร์ท

สถานภาพ โสด
 แต่งงานแล้ว
 หย่าร้าง

อาชีพ ข้าราชการ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว
 ค้าขาย
 ฟรีแลนซ์
 อื่นๆ

รายได้ต่อเดือน (บาท)

ภาพที่ 5 หน้าเว็บไซต์สำหรับกรอกข้อมูลทั่วไป

5.2.3 เมื่อกรอกข้อมูลทั่วไปแล้วระบบจะเริ่มให้ผู้ที่ต้องการขอกู้ทำแบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five และแบบทดสอบเจตคติทางการเงิน

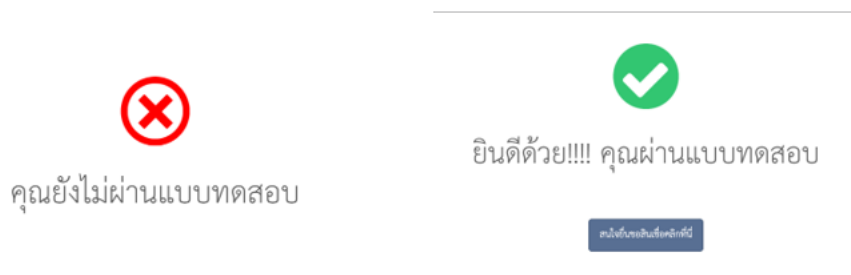
แบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five					
คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยและ เห็นด้วยพอกัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. รู้สึกหดหู่บ่อย ๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ทำทุกอย่างตามแผนที่ตนเองวางไว้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ไม่ค่อยเข้าใจความคิดเชิงนามธรรม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. สามารถบรรยายถึงสิ่งต่าง ๆ ให้สวยสดงดงามได้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. สงสัยเจตนาที่ซ่อนเร้นของผู้อื่น	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. แบบไม่เคยรู้สึกหดหู่	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ภาพที่ 6 หน้าเว็บไซต์แบบทดสอบบุคลิกภาพ

แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน Money script						
คำถาม	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยบางส่วน	เห็นด้วยบางส่วน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.ฉันไม่คู่ควรกับเงินจำนวนมากเมื่อคนอื่นยังมีเงินน้อยกว่าฉัน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.พวกคนรวยล้วนแต่ละโมภโลกมาก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.คนเรารวยได้เพราะออกอวยประโยชน์จากผู้อื่น	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.ฉันไม่คู่ควรกับการมีเงิน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.คนที่ไม่ควรสนใจเรื่องเงินๆ ทองๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ภาพที่ 7 หน้าเว็บไซต์แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน

5.2.4 เมื่อทำแบบทดสอบเรียบร้อยแล้ว ระบบจะประมวลผลและแสดงผลการทดสอบให้ทราบว่า ผู้ที่สนใจขอกู้ผ่านแบบทดสอบหรือไม่ หากผ่านแบบทดสอบระบบจะดำเนินการติดต่อกลับไปอีกครั้ง ให้ส่งข้อมูลเพิ่มเติม เช่นหลักฐานรายได้ และจะดำเนินการคำนวณวงเงินและดอกเบี้ยให้ทราบต่อไป



ภาพที่ 8 ผลการทำแบบทดสอบ

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิจัยเป็นเพียงกลุ่มตัวอย่างจากช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูลในวงจำกัด รวมทั้งระยะเวลาในการทำวิจัยเป็นเพียงระยะเวลาสั้น ซึ่งส่งผลให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้เพียง 400 ตัวอย่าง นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังไม่วิเคราะห์ถึงความสามารถในการชำระเงินกู้ที่รวบรวมข้อมูลประวัติการจ่ายคืนเงินต้น

5.4 ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยในครั้งนี้ได้นำแบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five และแบบทดสอบเจตคติทางการเงิน ในงานวิจัยในอนาคต ผู้ที่สนใจอาจทำการทดสอบงานวิจัยกับแบบทดสอบบุคลิกภาพอื่น รวมทั้งอาจทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับประวัติการชำระคืนเงินในแต่ละงวด



บทที่ 6

การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

การศึกษาการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการตัวแบบสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบธุรกิจเชิงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดในการศึกษา ดังนี้

6.1 การประเมินทางเทคโนโลยี (Technology Assessment)

6.1.1 พื้นฐานเทคโนโลยี

Peer to Peer Lending เป็นการกู้ยืมระหว่างบุคคล (ผู้กู้กับผู้ให้กู้) ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีแพลตฟอร์ม (Platform) เช่น เว็บไซต์ (Website) หรือแอปพลิเคชัน (Application) เป็นตัวกลางในการจับคู่ระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้ (Matchmaker) และจัดให้มีการทำสัญญาสินเชื่อ โดยการขอสินเชื่อแบบ Peer to Peer Lending นั้น ผู้ขอกู้หนึ่งรายจะมีผู้ให้กู้ร่วมได้มากกว่าหนึ่งราย ในขณะที่ผู้ให้กู้หนึ่งรายก็สามารถกระจายการปล่อยกู้ได้หลายรายเช่นกัน อย่างไรก็ตาม อัตราดอกเบี้ย Peer to Peer Lending จะสูงกว่าสินเชื่อของสถาบันการเงิน แต่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมนอกระบบ

6.1.2 การประเมินด้านปฐมภูมิ

6.1.2.1 โอกาสทางการตลาด (Market opportunity)

ความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือนในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 เพิ่มขึ้นในทุกประเภทสินเชื่อ ตามความเชื่อมั่นของครัวเรือนที่ปรับดีขึ้นสอดคล้องกับแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ โดยความต้องการสินเชื่ออุปโภคบริโภคอื่นเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากครัวเรือนกลุ่มที่มีเงินออมจำกัดเพื่อใช้จ่ายทั่วไป (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) โดยในช่วงที่ผ่านมาสถาบันการเงินเริ่มให้ความสำคัญกับสินเชื่อส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้นประกอบกับสถานการณ์โควิด 2019 ที่ทำให้ประชาชนมีความต้องการเงินเพื่อนำไปใช้จ่ายในการอุปโภคและบริโภคมากยิ่งขึ้น บริการสินเชื่อออนไลน์จึงได้รับความนิยม นอกจากนี้ในประเทศไทยมีบริการแพลตฟอร์มการกู้ยืมเงินออนไลน์ที่ถูกกฎหมายไม่หลากหลาย และประชาชนยังมีข้อจำกัดในด้านการแสดงข้อมูลทางการเงิน ทำให้ประชาชนหันไปสนใจสินเชื่อระบบที่ดอกเบี้ยสูง ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว และมองเห็นแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ตอบ

โจทย์ผู้บริโภคมั่งในส่วนของการเข้าถึงสินเชื่อที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ยต่ำเมื่อเทียบกับการกู้ยืมนอกระบบ

6.1.2.2 ความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยี (Technology Feasibility)

มีความเป็นไปได้ในระดับปานกลาง เนื่องจากการสร้างแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพ ใช้เงินลงทุนสูง เนื่องจากต้องมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว และมีคุณสมบัติของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มตามเกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีนี้ยังมีคู่แข่งจำนวนมากน้อยราย และเป็นเทคโนโลยีที่พร้อมที่จะออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์

6.1.2.3 ข้อจำกัดทางเทคโนโลยี (Technology Limitation)

เทคโนโลยีดังกล่าวต้องมีการทดสอบใน Sandbox ของธนาคารแห่งประเทศไทยก่อนการให้บริการในวงกว้าง

6.1.2.4 ระดับของเทคโนโลยี (Stage of Technology)

งานวิจัยดังกล่าวอยู่ในขั้นตอนการทำโรงงานทดลองเนื่องจาก ได้ผ่านการทดลอง prototype เรียบร้อยแล้ว

6.1.3 การประเมินด้านทฤษฎีภูมิ

6.1.3.1 ผลกระทบเทคโนโลยีต่อสิ่งแวดล้อม (Technology Impact on Environment)

Peer-to-Peer Lending เป็นการนำเทคโนโลยีมาทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสและทางเลือกในการเข้าถึงบริการทางการเงินให้แก่ประชาชน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงการกู้ยืมหรือสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ซึ่งเป็นการสร้างทางเลือกเพิ่มเติมให้กับประชาชนและผู้ประกอบการส่งผลให้ได้รับสินเชื่อที่ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

6.2 การประเมินทางการตลาด (Market Assessment)

6.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis)

Political – นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนการขอสินเชื่อส่วนบุคคลเพื่อใช้จ่ายเพื่อขยายกำลังซื้อภายในประเทศ

Economic – การขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศด้านการซื้อสินค้าออนไลน์ทำให้ประชาชนมีความต้องการซื้อสินค้าไปใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

Social – ค่านิยมของไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปพึ่งพาเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกสบาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่รวดเร็วทันใจ และให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

Technology – เทคโนโลยีการสร้างแพลตฟอร์มสามารถทำได้ตามกฎหมายและเกณฑ์ของ ธปท. และต้องผ่านการเข้าทดสอบใน sandbox ก่อนการเปิดให้บริการเป็นวงกว้าง

6.2.2 SWOT Analysis

จุดแข็ง

- มีเทคโนโลยีเป็นของตัวเอง
- สามารถควบคุมปริมาณเงินกู้ที่ต้องการปล่อยได้ง่าย
- มีบุคลากรที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านเทคโนโลยีและการเงิน

จุดอ่อน

- บุคลากรน้อย
- อุปกรณ์ที่ใช้ทำงานมี capacity ที่จำกัด

โอกาส

- คู่แข่งในตลาดที่มี target market เดียวกันน้อย
- สถานการณ์การ covid ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการมีต้องการเงินลงทุนเพิ่ม
- เป็นบริการที่เป็นที่ต้องการของตลาดในทุกช่วงสถานการณ์

อุปสรรค

- โอกาสสูญเสียเงินลงทุนสูง
- สถาบันการเงินให้บริการที่คล้ายคลึงกัน

6.2.3 การวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five-Force Model of industry competition)

1. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power) ลูกค้ามีทางเลือกจากบริการสินเชื่อรายย่อยหลายรูปแบบ ทั้งจากธนาคาร และผู้ให้บริการรายย่อย แต่บริการเกือบทั้งหมดยังคงต้องการ

ข้อมูลทางการเงินเป็นหลัก และมีดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง สำหรับบริการของแพลตฟอร์มสามารถตอบโจทย์ได้ดี จึงมองว่าอำนาจการต่อรองลูกค้าไม่สูงมาก

2. อำนาจต่อรองจากคู่ค้า (Power of Suppliers) Supplier หลักของบริการนี้เป็น Service Provider ที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีเฉพาะทาง ซึ่งปัจจุบันมีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง เนื่องจากเทคโนโลยีที่นำมาใช้ค่อนข้างใหม่ และยังมี Supplier ที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดน้อย

3. การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of New Entrants) ต่ำ ผู้แข่งขันหน้าใหม่ในปัจจุบันยังเป็นไปได้ยาก เนื่องจากจะต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง และจะต้องผ่านเงื่อนไขการให้บริการของธนาคารแห่งประเทศไทย

4. การแข่งขันของคู่แข่งในธุรกิจสายงานเดียวกัน (Industry Rivalry) สูง เนื่องจากแพลตฟอร์มดังกล่าวมีผู้ให้บริการที่อยู่ระหว่างการทดลองใน Sandbox ของธนาคารแห่งประเทศไทย และมีผู้ให้บริการสินเชื่อที่เป็นทั้งธนาคารและธุรกิจอื่นอยู่ในตลาดการขอสินเชื่อออนไลน์ Peer to peer lending

5. การคุกคามจากสินค้าหรือการบริการทดแทน (Threat of Substitutes) สินค้าและบริการที่จะเข้ามาทดแทนมีอัตราที่ค่อนข้างสูง จากบริการไมโครไฟแนนซ์ หรือนาโนไฟแนนซ์ที่มีอยู่หลากหลายในตลาด แต่บริการเหล่านี้มีข้อจำกัดค่อนข้างมาก จึงส่งผลกระทบต่อแพลตฟอร์มสามารถลดข้อจำกัดด้านเอกสารไปอย่างมาก

6.3 การนำเทคโนโลยีไปสู่เชิงพาณิชย์ (Technology Commercialization)

6.3.1 กลุ่มเป้าหมาย

Segmentation: ประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการ

Marketing: ประชาชนทั่วไปและผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ที่สนใจการกู้ยืมผ่านช่องทางออนไลน์

Position: สินค้าถูกวางเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดการขอสินเชื่อออนไลน์ Peer to peer lending

6.3.2 การประเมินโอกาสและความเสี่ยง

จากการสนับสนุนของรัฐบาลที่สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและสินเชื่อภาคครัวเรือน ทำให้การลงทุนในแพลตฟอร์มมีความเสี่ยงปานกลาง เนื่องจากต้องทำการสร้าง awareness ให้กับกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มั่นใจในการขอสินเชื่อออนไลน์ก่อน

6.3.3 กลยุทธ์ที่ใช้เสนอขาย (Market Strategy)

เน้นการขายแบบใช้งานเดี่ยวและการซื้อซ้ำ

6.3.4 แผนสำรอง

เน้นการตลาดในเชิงรุก เน้นสร้างความสนใจจากความต้องการเงินทุนของประชาชน และผู้ประกอบการให้คนสนใจผ่านช่องทาง social media เพื่อให้เห็นถึงความง่ายในการเข้าถึงสินเชื่อ

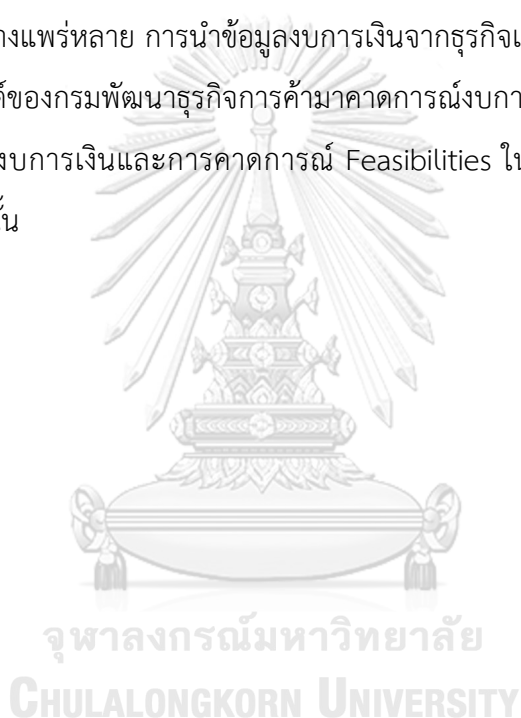
6.4 ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibilities)

6.4.1 สมมติฐานทางการเงิน (Financial Assumption)

- ค่าธรรมเนียมเฉลี่ย 300 บาทต่อรายการในปีแรกมีรายการเกิดขึ้น 120,000 รายการ ปีที่ 2 และ 3 โตขึ้น 20% ปีถัดไปโตขึ้น 10% ต่อปี โดยอ้างอิงจากงบการเงินของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเดียวกันในตลาด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2564a)
- ต้นทุนสินค้าขายค่าเทคโนโลยี 20,00,000 บาท และ ค่า API 10 สตางค์ต่อรายการ โดยคิดอ้างอิงจากอัตราส่วนต้นทุนสินค้าขายต่อรายได้ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเดียวกันในตลาด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2564a)
- ค่าใช้จ่ายค่าบริหาร 40% ต่อยอดขาย ประกอบไปด้วยค่าเงินเดือนพนักงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าใช้จ่ายสำนักงาน และค่าเช่าสำนักงาน โดยคิดอ้างอิงจากอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเดียวกันในตลาดการขอสินเชื่อออนไลน์ Peer to peer lending (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2564a)
- หนี้สูญ 10% ของยอดขายที่บริษัทสำรองจ่ายให้กับนักลงทุน โดยอ้างอิงจากอัตราส่วนยอดลูกหนี้การค้าต่อรายได้ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเดียวกันในตลาดการขอสินเชื่อออนไลน์ Peer to peer lending (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2564b)

- เงินลงทุนเริ่มต้นในค่าเทคโนโลยี 50 ล้านบาท คิดค่าเสื่อมราคา 10 ปี โดยคิดอ้างอิงจากอัตราส่วนค่าเทคโนโลยีต่อส่วนของทุนของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเดียวกันในตลาดการซื้อขายสินเชื่อออนไลน์ Peer to peer lending (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2564b)
- จ่ายปันผลร้อยละ 20 ของกำไร โดยเริ่มจ่ายในปีที่มีกำไรเกิน 1 ล้านบาทขึ้นไป
- ระดมทุน 55 ล้านบาทจากผู้ถือหุ้น

เนื่องจากธุรกิจ peer to peer lending platform ในประเทศไทยยังเป็นธุรกิจใหม่และยังไม่ได้ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การนำข้อมูลงบการเงินจากธุรกิจเดียวกันในตลาดเพียงบางรายที่เผยแพร่อยู่บนเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามาคาดการณ์งบการเงินของบริษัทในอนาคต อาจยังไม่เพียงพอ ข้อมูลงบการเงินและการคาดการณ์ Feasibilities ในงานวิจัยเล่มนี้เป็นเพียงความคิดเห็นของผู้วิจัยเท่านั้น



6.4.2 ประมาณการด้านการเงิน (Financial Projection)

ตารางที่ 11 ตารางค่าธรรมเนียมและจำนวนรายการต่อปี

ค่าธรรมเนียม 300 บาทต่อรายการ										
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายการต่อปี	120,000.00	144,000.00	172,800.00	190,080.00	209,088.00	229,996.80	252,996.48	278,296.13	306,125.74	336,738.31



ตารางที่ 12 งบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
ยอดขาย	36,000,000	43,200,000	51,840,000	57,024,000	62,726,400	68,999,040	75,898,944	83,488,838	91,837,722	101,021,494
ต้นทุนสินค้าขาย	20,012,000	20,014,400	20,017,280	20,019,008	20,020,909	20,023,000	20,025,300	20,027,830	20,030,613	20,033,674
กำไรขั้นต้น	15,988,000	23,185,600	31,822,720	37,004,992	42,705,491	48,976,040	55,873,644	63,461,009	71,807,110	80,987,821
ค่าเสื่อมราคา	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและ บริหาร	20,400,000	23,280,000	26,736,000	28,809,600	31,090,560	33,599,616	36,359,578	39,395,535	42,735,089	46,408,598
หนี้สูญ	3,600,000	4,320,000	5,184,000	5,702,400	6,272,640	6,899,904	7,589,894	8,348,884	9,183,772	10,102,149
กำไรก่อนจ่ายดอกเบี้ยและ ภาษี	(13,012,000)	(9,414,400)	(5,097,280)	(2,507,008)	342,291	10,376,424	14,514,067	19,065,473	24,072,021	29,579,223
กำไรก่อนจ่ายภาษี	(13,012,000)	(9,414,400)	(5,097,280)	(2,507,008)	342,291	10,376,424	14,514,067	19,065,473	24,072,021	29,579,223
ภาษีจ่าย (20% ของ EBT)	-	-	-	-	68,458	2,075,285	2,902,813	3,813,095	4,814,404	5,915,845
กำไรสุทธิ	(13,012,000)	(9,414,400)	(5,097,280)	(2,507,008)	273,833	8,301,139	11,611,253	15,252,379	19,257,617	23,663,378
จ่ายเงินปันผล	-	-	-	-	-	1,660,228	2,322,251	3,050,476	3,851,523	4,732,676
กำไรสะสม	(13,012,000)	(9,414,400)	(5,097,280)	(2,507,008)	273,833	6,640,912	9,289,003	12,201,903	15,406,093	18,930,703

ตารางที่ 13 งบแสดงฐานะทางการเงิน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์										
เงินสด	(2,812,000)	(7,226,400)	(7,323,680)	(4,830,688)	443,145	12,152,515	28,448,344	46,477,776	67,794,150	92,726,162
สินทรัพย์หมุนเวียน	(2,812,000)	(7,226,400)	(7,323,680)	(4,830,688)	443,145	12,152,515	28,448,344	46,477,776	67,794,150	92,726,162
สินทรัพย์ถาวร										
มูลค่าก่อนหักค่าเสื่อม	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
ค่าเสื่อมราคาสะสม	5,000,000	10,000,000	15,000,000	20,000,000	25,000,000	30,000,000	35,000,000	40,000,000	45,000,000	50,000,000
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	45,000,000	40,000,000	35,000,000	30,000,000	25,000,000	20,000,000	15,000,000	10,000,000	5,000,000	-
รวมสินทรัพย์	42,188,000	32,773,600	27,676,320	25,169,312	25,443,145	32,152,515	43,448,344	56,477,776	72,794,150	92,726,162
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น										
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	268,458	2,275,285	3,102,813	4,013,095	5,014,404
รวมหนี้สิน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000	268,458	2,275,285	3,102,813	4,013,095	5,014,404
ส่วนของผู้ถือหุ้น										
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000	55,000,000
กำไรสะสม	(13,012,000)	(22,426,400)	(27,523,680)	(30,030,688)	(29,756,855)	(23,115,943)	(13,826,941)	(1,625,038)	13,781,056	32,711,758
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	41,988,000	32,573,600	27,476,320	24,969,312	25,243,145	31,884,057	41,173,059	53,374,962	68,781,056	87,711,758
หนี้สินรวมและส่วนของผู้ถือหุ้น	42,188,000	32,773,600	27,676,320	25,169,312	25,443,145	32,152,515	43,448,344	56,477,776	72,794,150	92,726,162

Appendix

ตัวอย่างแบบสอบถามในงานวิจัย

แพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคล ผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบ ทดสอบบุคลิกภาพ

จุดประสงค์ของการเก็บข้อมูลเพื่อใช้สำหรับประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่องแพลตฟอร์มการกู้ยืมระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลทางเลือกแบบทดสอบบุคลิกภาพเท่านั้น โดยมีทั้งสิ้น 66 ข้อ โดย 5 ข้อแรกเป็นคำถามเพื่อประกอบการวิเคราะห์ความสามารถในการชำระคืนเงิน ข้อถัดมาเป็นคำถามด้านประวัติการกู้เงิน และ อีกจำนวน 104 ข้อ เป็นแบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five และแบบประเมินเจตคติทางการเงิน โดยการทำแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นไปด้วยความสมัครใจ หากรู้สึกไม่สะดวกใจที่จะตอบคำถาม ผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถถอนตัวออกจากการทำแบบสอบถามได้ตลอดเวลา



ข้อมูลทั่วไป

ระดับการศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า
- มัธยมศึกษาตอนปลาย
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

ประเภทที่อยู่อาศัย

- บ้านเดี่ยว
- ทาวน์เฮาส์
- คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์/หอพัก
- บ้านพักข้าราชการ
- บ้านเช่าอาหาร

สถานภาพ

- โสด
- แต่งงานแล้ว
- หย่าร้าง



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

อาชีพ

- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- ค้าขาย
- ฟรีแลนซ์
- Other: _____

รายได้ต่อเดือน (บาท)

Your answer _____



แบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five

แบบทดสอบบุคลิกภาพ Big Five

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยและ เห็นด้วยพอๆ กัน	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง
1. รู้สึกหดหู่บ่อยๆ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. ทำทุกอย่างตามแผนที่ตนเองวางไว้	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. ไม่ค่อยเข้าใจความคิดเชิงนามธรรม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน Money script

แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน Money script

	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย บางส่วน	เห็นด้วยบาง ส่วน	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ฉันไม่คู่ควรกับ เงินจำนวนมาก เมื่อคนอื่นยังมี เงินน้อยกว่า ฉัน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
พวกคนรวย ล้วนแต่ละโมภ โลภมาก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
คนเรารวยได้ เพราะฉกฉวย ประโยชน์จาก ผู้อื่น	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

แบบทดสอบ Big Five

บุคลิกภาพแบบไม่มั่นคงทางอารมณ์ (Neuroticism: N) จำนวน 12 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.970

ข้อที่	ข้อความ	M	SD	CITC
1	รู้สึกหดหู่บ่อย ๆ	2.818	1.057	0.765
6	แทบไม่เคยรู้สึกหดหู่	3.115	1.070	0.835
17	...	2.940	1.131	0.846
20	...	3.143	1.034	0.843
22	...	3.213	1.005	0.853
36	...	3.050	1.047	0.837
40	...	3.100	1.067	0.851
45	...	2.883	1.087	0.820
48	...	3.135	1.056	0.871

50	...	3.193	1.036	0.853
52	...	3.185	0.984	0.843
59	...	2.928	1.120	0.860

บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion: E) จำนวน 12 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.971

ข้อที่	ข้อคำถาม	M	SD	CITC
8	มีทักษะในการจัดการกับผู้คนรอบ ๆ ตัว	3.073	1.049	0.842
13	ลำบากใจเวลาที่ต้องเข้าหาผู้อื่น	2.855	1.148	0.865
21	...	2.913	1.161	0.870
28	...	3.103	1.046	0.851
29	...	2.980	1.126	0.848
34	...	3.155	1.026	0.826
39	...	2.983	1.134	0.854
42	...	3.213	0.962	0.826
44	...	3.115	1.041	0.805
54	...	3.128	0.987	0.812
57	...	2.955	1.147	0.871
58	...	3.118	1.101	0.867

บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to experience: O) จำนวน 12 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.974

ข้อที่	ข้อคำถาม	M	SD	CITC
3	ไม่ค่อยเข้าใจความคิดเชิงนามธรรม	2.89	1.127	0.834
4	สามารถบรรยายถึงสิ่งต่าง ๆ ให้สวยงามดังงามได้	3.18	0.996	0.798
15	...	2.94	1.131	0.876

19	...	2.97	1.108	0.867
24	...	3.12	1.012	0.828
25	...	2.95	1.154	0.893
31	...	2.88	1.171	0.9
37	...	2.97	1.139	0.852
38	...	3.1	1.072	0.824
41	...	2.89	1.16	0.889
56	...	3.1	1.043	0.846
60	...	3.09	1.105	0.881

บุคลิกภาพแบบคล้ายตาม (Agreeableness: A) จำนวน 12 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.974

ข้อที่	ข้อความ	M	SD	CITC
5	สงสัยเจตนาที่ซ่อนเร้นของผู้อื่น	2.9	1.112	0.855
9	เห็นอกเห็นใจผู้อื่น	2.97	1.149	0.862
10	...	3.12	1.037	0.837
12	...	3.2	0.985	0.831
16	...	3.15	1.021	0.813
26	...	3.07	1.045	0.848
30	...	3.15	1.047	0.854
43	...	2.88	1.163	0.885
47	...	2.94	1.119	0.868
51	...	2.87	1.192	0.897
53	...	2.92	1.168	0.881
55	...	2.91	1.159	0.884

บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness: C) จำนวน 12 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.971

ข้อที่	ข้อความ	M	SD	CITC
2	ทำทุกอย่างตามแผนที่ตนเองวางไว้	3.19	0.958	0.764
7	ไม่ค่อยใส่ใจกับงานที่ทำอยู่	2.96	1.138	0.86
11	...	2.87	1.151	0.885
14	...	3.16	1.021	0.837
18	...	3.17	1.06	0.834
23	...	2.9	1.145	0.884
27	...	2.97	1.15	0.863
32	...	3.19	1.019	0.826
33	...	2.84	1.144	0.902
35	...	2.93	1.142	0.861
46	...	3.17	1.044	0.788
49	...	2.94	1.12	0.854

แบบทดสอบเจตคติทางการเงิน

การหลีกเลี่ยงเงิน (Money Avoidance) จำนวน 11 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.983

ข้อที่	ข้อความ	M	SD	CITC
1	ฉันไม่คู่ควรกับเงินจำนวนมากเมื่อคนอื่นยังมีเงินน้อยกว่าฉัน	3.13	1.508	0.907
2	พวกคนรวยล้วนแต่ละโมภโหลมาก	3.44	1.265	0.872
3	...	3.21	1.506	0.908
4	...	3.52	1.403	0.893
5	...	3.27	1.496	0.919
6	...	3.43	1.475	0.918
7	...	3.22	1.504	0.913

8	...	3.42	1.454	0.912
9	...	3.26	1.506	0.915
10	...	3.39	1.401	0.913
11	...	3.29	1.538	0.931

การบูชาเงิน (Money Worship) จำนวน 11 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.985

ข้อที่	ข้อคำถาม	M	SD	CITC
12	สิ่งต่างๆ จะดีขึ้นถ้าฉันมีเงินมากขึ้น	3.19	1.579	0.944
13	เงินที่มากขึ้นจะทำให้ฉันมีความสุขขึ้น	3.53	1.356	0.911
14	...	3.25	1.537	0.922
15	...	3.44	1.434	0.918
16	...	3.32	1.565	0.93
17	...	3.45	1.427	0.904
18	...	3.24	1.535	0.922
19	...	3.44	1.437	0.903
20	...	3.28	1.523	0.92
21	...	3.44	1.392	0.907
22	...	3.32	1.549	0.921

เงินคือสถานะ (Money Status) จำนวน 11 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.983

ข้อที่	ข้อคำถาม	M	SD	CITC
23	คนจนส่วนมากไม่คู่ควรที่จะมีเงิน	3.21	1.593	0.938
24	คุณสามารถมีความรักหรือมีเงินก็ได้ แต่ไม่ใช่ทั้งสองอย่างพร้อมกัน	3.51	1.367	0.901
25	...	3.22	1.578	0.922
26	...	3.46	1.414	0.897

27	...	3.23	1.534	0.919
28	...	3.41	1.432	0.894
29	...	3.31	1.528	0.905
30	...	3.44	1.429	0.892
31	...	3.27	1.499	0.927
32	...	3.46	1.424	0.902
33	...	3.28	1.499	0.92

ความระมัดระวังทางการเงิน (Money Vigilance) จำนวน 11 ข้อ ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.985

ข้อที่	ข้อความ	M	SD	CITC
34	คุณไม่ควรบอกคนอื่นว่าคุณมีเงินเท่าไรหรือหาเงินได้เท่าไร	3.16	1.549	0.942
35	มันผิดที่จะถามคนอื่นว่าพวกเขามีเงินเท่าไรหรือหาเงินได้เท่าไร	3.49	1.341	0.9
36	...	3.19	1.528	0.908
37	...	3.44	1.42	0.895
38	...	3.27	1.523	0.916
39	...	3.49	1.442	0.912
40	...	3.27	1.552	0.921
41	...	3.47	1.428	0.918
42	...	3.28	1.552	0.933
43	...	3.41	1.46	0.903
44	...	3.31	1.557	0.937

บรรณานุกรม

- Allik, J., & McCrae, R. R. (2004). Toward a Geography of Personality Traits. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 35*(1), 13-28.
<https://doi.org/10.1177/0022022103260382>
- Arráiz, I., Bruhn, M., & Stucchi, R. (2016). Psychometrics as a Tool to Improve Credit Information. *The World Bank Economic Review, lhw016*.
<https://doi.org/10.1093/wber/lhw016>
- Bailey Klinger, A. I. K., Joseph LaMonte (2013). *Improving Credit Risk Analysis with Psychometrics in Peru*
<https://publications.iadb.org/publications/english/document/Improving-Credit-Risk-Analysis-with-Psychometrics-in-Peru.pdf>
- Britt, S. L., Klontz, B. T., Tibbetts, R., & Leitz, L. (2015). The financial health of mental health professionals. *Journal of Financial Therapy*.
- Dlugosch, T. J., Klinger, B., Frese, M., & Klehe, U.-C. (2018). Personality-based selection of entrepreneurial borrowers to reduce credit risk: Two studies on prediction models in low- and high-stakes settings in developing countries. *Journal of Organizational Behavior, 39*(5), 612-628. <https://doi.org/10.1002/job.2236>
- Gasiorowska, A. (2015). The Impact of Money Attitudes on the Relationship Between Income and Financial Satisfaction. *Polish Psychological Bulletin, 46*(2), 197-208.
- Gurven, M., Von Rueden, C., Massenkoff, M., Kaplan, H., & Lero Vie, M. (2013). How universal is the Big Five? Testing the five-factor model of personality variation among forager-farmers in the Bolivian Amazon. *Journal of Personality and Social Psychology, 104*(2), 354-370. <https://doi.org/10.1037/a0030841>
- Hampson, S. E. (2012). Personality Processes: Mechanisms by Which Personality Traits “Get Outside the Skin”. *Annual Review of Psychology, 63*(1), 315-339.
<https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120710-100419>
- Henley, D. J. H. a. W. E. (1997). Statistical Classification Methods in Consumer Credit Scoring: a Review. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (Statistics in Society), 160* No.3, 523-541. <https://doi.org/10.2307/2983268>

- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Macmillan: New York,
<http://dspace.vnbrims.org:13000/jspui/bitstream/123456789/2224/1/Daniel-Kahneman-Thinking-Fast-and-Slow-.pdf>
- Kahneman, D., & Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(38), 16489-16493. <https://doi.org/10.1073/pnas.1011492107>
- King, J. E., Figueredo, & José, A. (1997). *The Five-Factor Model plus Dominance in Chimpanzee Personality*. Retrieved 2 from
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0092656697921796>
- Klontz, B., Britt, S. L., Mentzer, J., and Klontz, T. . (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2(1), 1.
- Klontz, B., & Klontz, T. (2009). *Mind over money: Overcoming the money disorders that threaten our financial health*. NY: Crown Business.
- Klontz, B., Klontz, T., & Kahler, R. (2008). Wired for wealth: Change the money mindsets that keep you trapped and unleash your wealth potential. *Health Communications, Inc.*
- Klontz, B. T., & Britt, S. L. (2012). How clients' money scripts predict their financial behaviors. *Journal of Financial Planning*, 25(11), 33-43.
- Klontz, B. T., Psy.D., & Britt, S. L. (2018). *How Clients' Money Scripts Predict Their Financial Behaviors* <https://growcounseling.com/wp-content/uploads/2018/03/Money-Scripts-Assessment.pdf>
- Laher, S. (2013). Understanding the Five-Factor Model and Five-Factor Theory through a South African cultural lens. *South African Journal of Psychology*, 43(2), 208-221. <https://doi.org/10.1177/0081246313483522>
- Liberati, C., & Camillo, F. (2018). Personal values and credit scoring: new insights in the financial prediction. *Journal of the Operational Research Society*, 69(12), 1994-2005. <https://doi.org/10.1080/01605682.2017.1417684>
- Ltd., T. I. (2021). *What Are The Big 5 Personality Traits?*
<https://www.thomas.co/resources/type/hr-guides/what-are-big-5-personality-traits>

- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1996). *Toward a new generation of personality theories: Theoretical contexts for the Five-Factor Model*. NY: Guilford Press.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2008a). *Empirical and theoretical status of the Five Factor Model of personality traits*. UK:SAGE.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2008b). *Handbook of personality: Theory and research* (3rd ed.). NY: Guilford Press
- Meier, S., & Sprenger, C. (2007). Impatience and Credit Behavior: Evidence from a Field Experiment. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.982398>
- Meier, S., & Sprenger, C. (2010). Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193-210. <https://doi.org/10.1257/app.2.1.193>
- Özşahin, M., Yürür, S., & Coşkun, E. (2019). A Field Research to Identify Psychological Factors Influencing the Debt Repayment Behavior in Turkey. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 8(2), 26-33. <https://doi.org/10.5195/emaj.2018.156>
- Peerpowerteam. (2017). 5 เคล็ดลับเพิ่มเครดิตสกอร์ (Credit Score) ขอสินเชื่อง่ายขึ้น. <https://www.peerpower.co.th/blog/smes/5-tips-credit-score/>
- Ravenna Helson, V. S. Y., Oliver PJohn, Constance Jones. (2002). The growing evidence for personality change in adulthood: Findings from research with personality inventories. *Journal of Research in Personality*, 36(4), 287-306. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0092656602000107>
- T., P. (2020). มาทำความรู้จักกับ Peer-to-Peer Lending กันเถอะ | ตอนที่ 1. <https://www.nestify.com/post/what-is-p2p-lending-ep1>
- Thiel, D. E. v. (2020). *Big Five personality test traits*. Retrieved September 5 from <https://www.123test.com/big-five-personality-theory/>
- Thomas, L., Crook, J., & Edelman, D. (2017). *Credit Scoring and Its Applications*, Second Edition. <https://epubs.siam.org/doi/book/10.1137/1.9781611974560>
- Thomas, L. C. (2000). A survey of credit and behavioural scoring: forecasting financial risk of lending to consumers. *International Journal of Forecasting*, 16, 149-172. <https://pages.ucsd.edu/~aronatas/project/academic/A%20survey%20of%20credit%20and%20behavioural%20scoring%20Forecasting%20fina.pdf>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2564a). งบกำไรขาดทุน บริษัท ดีฟสปาร์คส์ เพียร์ เลนดิง

จำกัด <https://datawarehouse.dbd.go.th/fin/profitloss/5/0105562164794>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2564b). งบแสดงฐานะการเงิน บริษัท ดีฟสปาร์คส์ เพียร์ เลนดิง จำกัด

<https://datawarehouse.dbd.go.th/fin/balancesheet/5/0105562164794/2563>

ไถยวรรณ, ย. (2555). หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสำหรับการวิจัย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 4(1), 1-12.

<http://rdi.rmutsv.ac.th/rmutsvrj/download/year4-issue1-2555/p1.pdf>

คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลเครดิต. (2546). คำถามที่พบบ่อย.

<https://www.creditinfocommittee.or.th/Thai/Public/Pages/FAQ.aspx>

ชาตะวงษ์, ว. (2016). การศึกษาอิทธิพลของลักษณะบุคลิกภาพ 5 ด้าน (Big Five Personality Model) กับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตห้วยขวาง.

UTCC MBA online. http://www.utccmbaonline.com/ijbr/doc/Id477-23-07-2016_23:45:53.pdf

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 5Cs เกณฑ์การให้สินเชื่อ.

<https://www.set.or.th/set/financialplanning/glossary.do?contentId=5>

ธนาคารกรุงเทพจำกัดมหาชน. (2021). เครดิตสกอร์ริง' สิ่งสำคัญคนใช้บัตรเครดิตควรรู้.

<https://www.bangkokbanksme.com/en/credit-scoring-people-using-credit-cards>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2 พฤษภาคม 2562). นำส่งประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคล (*peer to peer lending platform*).

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

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแบบจำลองคะแนนเครดิต๑. คณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลเครดิต Retrieved from

https://www.creditinfocommittee.or.th/Thai/Documents/NCB_Scoring_eLearning_20170110.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562a). P2P Lending (*Peer to peer lending*) สินเชื่อระหว่างบุคคลรูปแบบใหม่. Retrieved 20/11/2564 from

https://www.bot.or.th/Thai/ConsumerInfo/Documents/P2P_3May2019.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562b). P2P lending สินเชื่อออนไลน์ระหว่างบุคคลรูปแบบใหม่.

https://www.bot.or.th/Thai/ConsumerInfo/Documents/P2P_3May2019.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). รายชื่อผู้ให้บริการระบบ *Peer-to-Peer Lending Platform* ที่ทดสอบภายใต้ *Regulatory Sandbox*.

<https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/FinTech/Pages/P2PLendingSandbox.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). สิ้นเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ

https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=907&language=th

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานผลการสำรวจภาวะและแนวโน้มสินเชื่อ. Retrieved from

https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/CreditCondition/LoanSurveyTH21O4_3mgksgzr.pdf

มารยาท โยทองยศ, ผ. ป. ส. (2547). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย.

<http://www.fsh.mi.th/km/wp-content/uploads/2014/04/resch.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2545). พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจข้อมูลเครดิต พ.ศ. 2545

Retrieved from

https://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/LawsAndRegulations/DocLib_ThaiLaw/Law_T83_Credit.pdf

อิสรานนท์, ห. (2551). อิทธิพลของบุคลิกภาพแบบหลงตนเอง และความไม่สอดคล้องระหว่าง การเห็น

คุณค่าแห่งตนโดยนัยและการเห็นคุณค่าแห่งตนที่รับรู้ ต่อสุขภาวะทางจิต : การวิเคราะห์

อิทธิพลของตัวแปรกำกับและตัวแปรส่งผ่าน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2008.2055



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	รังรองรัตน์ อินทร์พยุง
วัน เดือน ปี เกิด	5 กุมภาพันธ์ 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดสุพรรณบุรี
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่ปัจจุบัน	66/5 หมู่ 1 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 72130



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY