

AEMS

Applied Economics, Management and Social Sciences
Vol. 3 No. 2 (May- August 2026)

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569)

ISSN 3027-8449 (Online)



Journal Applied Economics, Management and Social Sciences**Vol. 3 No. 2****AEMS****ISSN: 3027-8449 (Online)****Editor-in-chief**

Prof. Dr. Poomthan Rangakulnuwat, Kasetsart University, Thailand

Associate Editor

Prof. Dr. Poomthan Rangakulnuwat, Kasetsart University, Thailand

Asst. Prof. Dr. Nopasom Sinphurmsukskul, Kasetsart University, Thailand

Asst. Prof. Dr. Thanaporn Athipanyakul, Kasetsart University, Thailand

Assoc. Prof. Dr. Dusanee Kesavayuth, Chulalongkorn University, Thailand

Editorial Team

Asst. Prof. Dr. Prayoon Saengsai, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Asst. Prof. Dr. Sukit Kanjina, Chiang Mai University

Asst. Prof. Dr. Keeratiporn Jutaviriya, Khon Kaen University

Asst. Prof. Dr. Ong-art Chanprasitchai, Mahasarakham University

Assoc. Prof. Dr. Kiettisak Suklueang, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Asst. Prof. Dr. Krittaya Na Nongkhai, Kasetsart University

Dr. Wuttinun Kaewjungate, Kasetsart University

Dr. Nattanicha Chairassamee, Kasetsart University

Asst. Prof. Dr. Phimporn Sowawattanaku, Kasetsart University

Assoc. Prof. Dr. Kulapa Kuldilok, Kasetsart University

Center for Applied Economics Research, Faculty of Economics,
Kasetsart University, Bangkok, 10900, Thailand

Email: aems.eco@ku.th

Website: Applied Economics, Management and Social Scienc



บทบรรณาธิการ

วิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ การบริหารจัดการ และสังคมศาสตร์ สำหรับนิสิต นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนผู้สนใจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ได้ผ่านกระบวนการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง

วารสารปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม–สิงหาคม 2569 (Vol. 3 No. 2, 2026) มีบทความวิจัยที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่จำนวนทั้งสิ้น 4 บทความ ครอบคลุมประเด็นด้านโครงสร้างและการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ พฤติกรรมการออม ผลตอบแทนจากการลงทุน และส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. Structural Characteristics and Operational Patterns of Savings Cooperatives in Thailand: A Multivariate Analysis Approach
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลดีส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย
3. ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน: กรณีศึกษาสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความที่เผยแพร่ในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา การวิจัย และการประยุกต์ใช้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการต่อยอดองค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ การบริหารจัดการ และสังคมศาสตร์ให้ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจ

กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เขียนบทความ และผู้อ่านทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของวารสาร AEMS พร้อมทั้งยินดีรับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป

ศาสตราจารย์ ดร.ภูมิฐาน รังकुณวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทบรรณาธิการ	i
สารบัญ	ii
Structural Characteristics and Operational Patterns of Savings Cooperatives in Thailand: A Multivariate Analysis Approach <i>Phimphorn Sowawattanakul, Burin Sukphisal</i>	1–24
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลติพลี ปีช ธีรสาร จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย <i>จันทราทิพย์ คำตอบรับ, ศิริวรรณ ไชยสืบ, ปวงปณต สอนขุนทด</i>	25–46
ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน: กรณีศึกษาสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ <i>พิชญา สืบสายไทย, รัฐนิภา ชาวพงษ์, อธิภานันท์ สุวิมลเสถียร</i>	47–76
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก <i>สิริประภา พรหมโยธา, สิปปภาส อ่อนน้อม, ศศิภา พจน์วาที</i>	77–92

Structural Characteristics and Operational Patterns of Savings Cooperatives in Thailand: A Multivariate Analysis Approach

Phimphorn Sowawattanakul^{1*} and Burin Sukphisal²

¹ Faculty of Economics, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

² Faculty of Business Administration, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang,
Bangkok 10520, Thailand

*Corresponding author: Phimphorn.so@ku.th

Abstract

Research into the analysis of factor classification and cluster characteristics of savings cooperatives aims to categorise the types of cooperatives and characteristic groups, thereby gaining insight into the structural features of savings cooperatives, including their typical attributes in Thailand. The analysis employed factor analysis and cluster analysis to examine secondary data from the Cooperative Auditing Department, which included performance, business characteristics, and financial data of savings cooperatives for the fiscal year 2022, encompassing comprehensive data for the research period. The study examined 57 variables, comprising cooperative characteristics, data from financial statements including both the balance sheet and profit and loss account, and variables associated with the calculation of financial ratios from 1,356 savings cooperatives. The results from the Exploratory Factor Analysis revealed that only 38 variables were suitable for the model. These variables were organised into seven components, which collectively explained 63.997% of the characteristics of savings cooperatives. The results of the Cluster Analysis, utilising the first component variable, divided the savings cooperatives in Thailand into three clusters. Cluster 1 is a small cluster comprising only three cooperatives that exhibit a maturity stage of operation. Cluster 2 consists of small cooperatives in the early stage, characterised by a high growth rate across various dimensions, along with significant investment and asset returns. Cluster 3 represents an expanding cooperative. The findings of the study align with certain classifications of cooperatives as stipulated by formal regulations. They reflect the similarities prevalent among most types of small cooperatives; however, notable differences remain within larger cooperatives. Hence, Regulatory oversight should emphasise debt sustainability monitoring for mature-stage cooperatives and balanced growth management with early warning indicators for expanding-stage cooperatives.

Keywords: Savings cooperatives, Factor analysis, Cluster analysis

© 2026 AEMS: Applied Economics, Management and Social Sciences

Introduction

Savings cooperatives form a vital part of Thailand's financial system, operating under the Cooperative Act of 2019 to promote financial inclusion and member welfare. These institutions serve two main functions: encouraging regular savings habits among members and providing accessible credit facilities to meet economic needs and improve the quality of life, in line with cooperative principles (Department of Cooperative Promotion, 2022). As of 31 December 2022, Thailand's cooperative sector consisted of 1,364 savings cooperatives and 11 federations, collectively serving 3,436,109 members and representing 22.96% of all cooperatives nationwide. More notably, these institutions control 3,139.09 billion baht in operating capital, accounting for 84.23% of the total cooperative sector's financial resources (Department of Cooperative Promotion, 2022). This significant market presence underlines the sector's importance in Thailand's financial landscape and its potential to influence economic growth.

Current classification systems for savings cooperatives utilise various criteria, including organisational affiliation, operational scale, internal control quality, and financial performance metrics. However, these approaches often focus on isolated features without fully examining the multi-dimensional nature of cooperative operations. The absence of integrated classification frameworks limits understanding of structural diversity and impedes the development of targeted policies that address operational differences within the sector.

This research addresses this gap by applying multivariate statistical techniques to uncover underlying structural patterns in Thai savings cooperatives. By integrating operational, financial, and organisational characteristics, we aim to develop a comprehensive understanding of cooperative types that can inform evidence-based policy-making and enhance sector governance. The study contributes to cooperative literature by: (1) being the first to conduct a comprehensive multivariate analysis of Thai savings cooperatives, (2) developing an empirically-based classification framework that goes beyond traditional size-based categories, and (3) identifying key operational factors that influence cooperative performance and stability.

Literature Review

Savings cooperatives are financial institutions that encourage members to save for lifetime security and can provide loans to members for their essential needs at low interest rates. They adhere to self-help and mutual cooperation to collectively address economic and social issues (Cooperatives Studies Institute, 2025). Cooperatives in Thailand have the status of a juristic person under the cooperatives law. The Ministry of Finance has announced that savings cooperatives can charge interest on loans in the same manner as financial institutions. Members of savings cooperatives are part of the same organisation and receive a regular salary. The main objectives of savings cooperatives are to promote savings, offer loans to members at lower interest rates than other financial institutions, and provide welfare tailored to members' needs to help them achieve a better life and greater stability. The cooperative's operating capital comes from share capital, deposits from members and other cooperatives, and loans from various sources within the country. In 2023, there were 1,356 savings cooperatives in Thailand with 3,450,728 members. Total capital was approximately 3.30 trillion baht, an increase of 5.20% from 2022 (Financial Data Analysis Unit, 2023). Overall, Thai savings cooperatives have steadily expanded over the past decade. In Thailand, there are various formal classifications of cooperatives, including:

Classification of savings cooperatives by the cooperative's affiliate organization

Due to regulations governing savings cooperatives, they are established under either public or private organisations, and their members are employees. As a result, the affiliated organisation of the cooperatives is one of the features used for classification. There are nine types of cooperatives based on their affiliated organisations: teacher savings cooperatives, which have the highest number of members and share capital; police savings cooperatives; military savings cooperatives; hospital savings cooperatives; university savings cooperatives; state enterprise savings cooperatives; other government agency savings cooperatives; public health savings cooperatives; and private and other savings cooperatives (Department of Cooperatives Promotion, 2022).

Classification of Savings Cooperatives by Cooperative Size

The classification of savings cooperatives and credit union cooperatives is divided by size and involves two methods. The first method is based on the Ministerial Regulation on the Operation and Supervision of Savings Cooperatives and Credit Union Cooperatives 2021, which categorises cooperatives into two sizes: (1) Large cooperatives, with assets of five billion baht or more, including savings cooperatives federations, and (2) Small cooperatives, with assets of less

than five billion baht. The second method classifies cooperative sizes according to various variables: operating capital at the end of the year, core business income during the year, and the number of members at the end of the year. These three criteria are used to calculate a weighted score based on their range of variables. (Department of Cooperative Promotion, 2023).

Classification of savings cooperatives by the cooperative internal quality control

The internal quality control of cooperatives is considered a vital factor that directly affects the efficiency of organisational management. The standard level of internal quality control in cooperatives is assessed based on four criteria: assessment of the control environment, assessment of risks and control activities, assessment of information and communication systems, and assessment of the monitoring and evaluation system (Department of Cooperative Promotion, 2022). The description of internal quality control is divided into five levels: excellent, good, fair, needs improvement, and no internal involvement control.

Classification of savings cooperatives by the level of cooperative strength and stability

The Department of Cooperative Promotion, along with the Department of Cooperative Auditing, has set criteria for evaluating the strength of cooperatives across four areas: the ability to serve members, operational efficiency, organisational management effectiveness, and administrative efficiency. Cooperatives are categorised into four levels: 1) Cooperatives with good to excellent internal quality control and no operational faults, or faults that have been fully corrected; 2) Cooperatives with fair internal quality control or those with faults that have been entirely addressed but need monitoring or are under correction; 3) Cooperatives with business efficiency requiring improvement; and 4) Cooperatives that have been instructed to cease operations by the Cooperative Registrar and are in liquidation. (Piyajun, 2022).

Classification of savings cooperatives by Business Performance Analysis

Business efficiency analysis mainly assesses the financial ratios linked to the operations and management of cooperatives, considering self-reliance, financial stability, debtor quality, financial liquidity, business effectiveness, and management efficiency. The scoring criteria used by the Cooperative Auditing Department classify savings cooperatives into five categories: 1) Cooperatives with excellent financial stability can effectively withstand the impact of business fluctuations; 2) Cooperatives with good financial stability can partly withstand the impact of business fluctuations; 3) Cooperatives that meet the specified financial stability standards but need to be cautious of risks that could affect their performance and financial position; 4) Cooperatives that do not yet meet the specified financial stability standards can withstand

business fluctuations to some extent but are somewhat fragile; and 5) Cooperatives with financial vulnerability are unable to withstand the impact of business fluctuations. (Cooperative Audit Department, 2023).

Classification of savings cooperatives by cooperative standards

The Cooperative Promotion Department has established criteria for assessing cooperative standards, which have been in effect since 2021. These standards are based on performance over the past two fiscal years, including the most recent fiscal year's results, the preparation of financial statements completed within 150 days after the end of the budgetary year, participation in business with cooperative members—covering at least 60% of all members—hiring cooperative staff who work regularly and are responsible for the operations and business of the cooperatives, the allocation of net profits, and the payment of member welfare funds or public benefit funds at least once. Additionally, cooperatives must comply with laws, regulations, and orders from the Cooperative Registrar. The classification results will be announced as either Passed or Failed. (Cooperative Audit Department, 2023).

Classification of savings cooperatives based on relevant studies

Apart from formal classifications of cooperatives, the variables used in the study of savings cooperatives include the financial management variable through CAMEL analysis. For example, in the research on the economic efficiency of savings cooperatives in Thailand conducted by Klinjun et al. (2023), financial ratios were used to represent cooperative efficiency, which is influenced by both internal and external factors. Internally, it was found that a distinctive organisational structure, effective operations, an active working committee, and lawful management have impacted cooperative efficiency. Externally, factors such as increasing investment opportunities, prospects for savings cooperatives, and support from government agencies have also affected efficiency. However, rising inflation and higher interest rates have impacted the ability to repay debts, resulting in an increase in non-performing loans of savings cooperatives and a low growth rate in profits. These findings align with the study by Mmari and Thinyane (2021), which indicated that the factors contributing to better financial performance of savings cooperatives and credit unions include both external factors—such as members' socio-economic characteristics—and internal factors, including operating capital, loans, deposit management, and asset growth.

Khuntong et al. (2019) found that financial stability is one of the factors used to classify cooperatives. Economic stability positively influences management accounting techniques and asset management. Furthermore, management accounting techniques also have a positive

effect on the asset management of savings cooperatives in Thailand. Meanwhile, the study by Tapaneeyaworawong (2017) illustrated three variables that could be incorporated into the equation to classify the financial stability of savings cooperatives. These included a variable in the dimension of capital adequacy, calculated as the asset growth rate, and two variables in the dimension of liquidity: the reserve growth rate and the growth rate of other accumulated capital. However, studies in different areas may yield varying results. According to the observation made by Junlaphet et al. (2021), differences between areas, such as savings, indicate that cooperative members in the Northern region have higher savings than those in the North-Eastern region. Savings mobilization is relatively concentrated in Bangkok. The savings amount of the savings cooperatives at the provincial level has a positive relationship with GPP, the proportion of production in the service sector, the real interest rate, and the number of members. Conversely, the amount of savings shows a negative relationship with the proportion of production in the industrial sector.

The classification of cooperatives by efficiency by Sripoon et al. (2016) found that cooperatives with technical inefficiency in their operations are caused by having deposits from members, share capital, and loan debtors lower than the appropriate production level. Savings cooperatives with inefficient technical operations will not be able to make a profit. The classification of cooperatives by financial variables by Pornpradub and Bosakoranut (2021) found that the capital management structure is a critical financial factor that influences the operational direction of savings cooperatives. The ratio of cooperative capital to total assets is positively related to the net profit rate. The ratio of cash and bank deposits to total assets has a positive correlation with the profit growth rate. The ratio of investment to total assets is positively related to profit per member. Conversely, the ratios of deposits to total assets and cooperative capital to total assets are negatively associated with profit per member.

Analyzing the consistency between the efficiency of cooperative operation functions and fifteen aspects of cooperative characteristics, which are 1) Cooperative philosophy, 2) Member deposit management, 3) Member lending business, 4) Cooperative financial management, 5) Application of sufficiency economy philosophy to cooperatives, 6) Cooperative operation policy setting, 7) Quality of life development, 8) Welfare organisation, 9) Cooperative internal audit and control, 10) Cooperative finance and accounting, 11) Cooperative management, 12) Member participation, 13) Development of cooperative business networks and communication, 14) Building trust, providing exemplary service to members and cooperative networks, and 15) Creating motivation for savings among cooperative personnel and members.

The study found that the level of lending to members was very high across these aspects, while the consistency of financial management was at a secondary high level. Regarding the development of quality of life and communication for developing the cooperative business network, both indicators are at a moderate level. (Kongthanacharuanan and Chueamuangphan, 2016).

The practical aspects of managing savings cooperatives also consider various factors from other groups, such as studies based on Buddhist principles. These studies found that two main factors influence the effectiveness of savings cooperative management in Thailand, as identified through qualitative research: general management theories and Buddhist principles. The development models for effective management of savings cooperatives are categorised into seven models: 1) Effective planning model based on Buddhist principles, 2) Effective organisation model based on Buddhist principles, 3) Effective human resource management model based on Buddhist principles, 4) Effective diagnosis, command or guidance model based on Buddhist principles, 5) Effective coordination model based on Buddhist principles, 6) Effective reporting model based on Buddhist principles, and 7) Effective budget management model based on Buddhist principles. (Wongsan et al. 2018)

Besides considering efficiency, the study on the excellence of savings cooperatives in Thailand by Massamur et al. (2018) identified several factors that are likely to influence the efficiency, effectiveness, and success of these cooperatives. The study found six significant factors that affect the opportunity for excellence: cooperative size, attendance at member meetings, leadership of the cooperative chairman, education level of managers, experience of managers, and the proportion of member training. Additionally, three factors that tend to impact the opportunity for excellence are the debt-to-equity ratio, employee-to-equity ratio, and average income per household within the cooperative area.

Based on the review of related research, the study of cooperative grouping, efficiency analysis, and characteristics of cooperatives has been diverse, with the number of variables used in the research interpretable in different ways. In this study, it is vital to investigate the situation based on data derived from real-world problems, enabling an analysis of both the grouping of cooperatives and their various features using factual operational data. This approach aims to improve understanding of the group's structure of cooperatives from actual facts and to provide initial data for analysis, ultimately leading to a deeper understanding of the savings cooperative context. This can be summarised as the research framework for the study as follows:

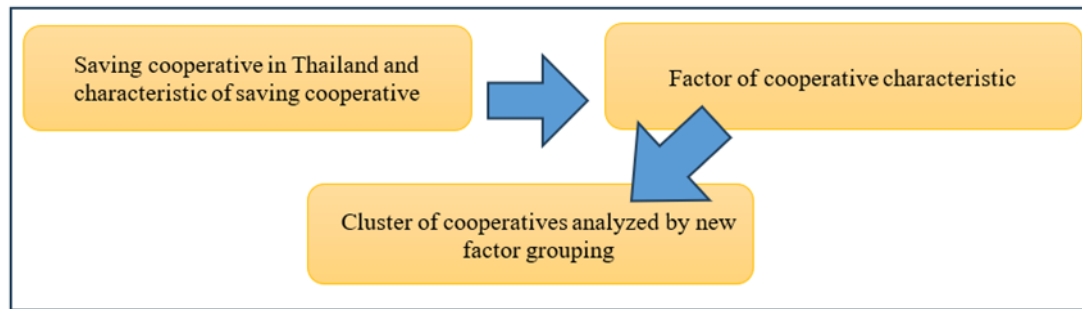


Figure 1 Research Framework

Methodology

This research was conducted to study and analyse the group structure of savings cooperatives and their characteristics in Thailand. The data from savings cooperatives in Thailand, which were registered and reported to the Cooperative Auditing Department during the fiscal year 2022, were utilised. The dataset included 1,356 cooperatives, covering cooperative characteristics, business operations, and financial status, as disclosed by the Cooperative Auditing Department. The data were subsequently analysed for key financial ratios to serve as covariates in examining the relationships between data groups, as well as for factor analysis and cluster analysis to understand the structure of savings cooperatives in Thailand. The resulting components were then analysed according to group savings cooperatives.

Data on 57 variables for various savings cooperatives in Thailand was collected. These variables, recorded by relevant organisations, relate to savings cooperatives in Thailand. The study begins with all variables and then eliminates unsuitable ones to explore the significant structural model. The data set consists of three parts: 1) Variables of cooperative characteristics, 2) Variables from financial statements including both the balance sheet and profit and loss statement, and 3) Variables derived from financial ratio calculations. Nearly all variables are ratio scales, except for three nominal scale variables: province, region, and cooperative size. These three variables will not be used in the factor analysis and cluster analysis but will be utilised later to analyse the cluster groups.

Data analyses examined the components of savings cooperative operations in Thailand using two main methods: 1) Exploratory Factor Analysis (EFA), which is a technique for analysing the components and naming them. The statistics used in this test include the appropriateness of the sample group (Kaiser-Meyer-Olkin: KMO), checking the population correlation matrix (Bartlett's test), correlation analysis, grouping components, and rotating the axes using the Varimax method. 2) Clustering analysis is a technique for analysing similar data sets within the same data set. The statistics involved include checking and adjusting variable values to ensure they are appropriate

as normally distributed variables, determining quantitative sub-variables to divide groups, and selecting the method for measuring distance. The distance analysis, which measures similarity based on the sum of squares within the cluster, aims to include the cluster that results in the smallest increase in the sum of squares within the cluster distance value, eventually allowing the division of cluster means. The study employs hierarchical techniques to select the number of groups and conducts partitioning using K-means. Then, the Z score values, the number of data sets in each group, and the different distances of each group are determined (Vanichbuncha, 2009). However, K-means clustering has its limitations. It can be sensitive to initial guesses, outliers can influence the results, it assumes spherical clusters, and it may face challenges with large datasets. (Khan et al, 2024).

Result

The study found that, based on data from 2022, there were 1,356 savings cooperatives, with the highest number in Bangkok and its vicinity at 496 cooperatives, or 36.59%, and the lowest in the upper central region, with 56 cooperatives, or 4.13%. From the data used in the calculation, total assets amounted to 3,437.52 billion baht, liabilities to 1,845.33 billion baht, member shares to 1,347.89 billion baht, and total shareholders' equity to 1,604.67 billion baht. Total revenue was 170.09 billion baht, resulting in a profit of 102.53 billion baht. The overall business operation value, which generally combines the value of credit, savings, and other related businesses operated by savings cooperatives, in 2022 was 3,817.76 billion baht.

Factor Analysis

The analysis in this section begins by assessing the suitability of all 57 variables through correlation statistics, as well as the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure and Bartlett's Test of Sphericity. The process involved removing variables with a correlation coefficient greater than 0.8 and excluding variables that hindered the calculation of the KMO value, resulting in 39 variables. These remaining variables have a KMO of 0.565 and Bartlett's Test significance of 0.000. Consequently, it can be concluded that the data set is appropriate for factor analysis.

Then, the communalities were analysed. The initial communalities value for all variables from the Principal Component Analysis (PCA) was 1. In contrast, the extraction communalities for the lowest variable, the cash flow ratio, was 0.172, which is less than 0.3. Therefore, the calculation was repeated after removing this variable. The remaining 38 variables were then recalculated. The Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure for all 38 variables was greater than 0.5, with a mediocre Bartlett's test value (between 0.5 and 0.7) (Hadi et al, 2016). The initial

communalities for all variables were 1, and after extracting the components, the communalities for all variables were greater than 0.3. These 38 variables were thus suitable for further grouping of the components.

The eigenvalue of these variables was greater than 1 and indicated eleven factors. This can be interpreted as the traits of the savings cooperatives, which can be grouped into eleven categories. The cumulative percentage of variance of all eleven components is 76.755, demonstrating that these components can explain the characteristics of the savings cooperatives' operations by 76.755%.

Table 1 Total variance explained by the component analysis

Components	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Eigenvalues	% of Variance	Cumulative%
1	11.295	26.569	26.569
2	3.041	8.225	34.794
3	2.919	7.663	42.457
4	2.480	7.259	49.716
5	2.093	5.644	55.360
6	1.630	4.892	60.252
7	1.337	3.745	63.997
8	1.169	3.563	67.560
9	1.143	3.325	70.884
10	1.062	3.197	74.081
11	1.000	2.674	76.755

Source: Calculated by researchers

The researcher selected orthogonal rotation of the components using the Varimax method to make each component independent, which would facilitate the interpretation of the components. According to the data, eleven components could be grouped, with only six components comprising more than three variables and another five comprising only two or one variable. As Angsuchot et al. (2009) suggested, this method's component grouping should show a cumulative variance of more than 60%. Therefore, this study focused only on components 1 to 7, which could explain 63.997% of the data characteristics of the savings cooperatives. Of these seven components, six had more than three variables, and only one consisted of just two variables.

The analysis was performed using Cronbach's alpha reliability test. All 38 variables had a coefficient of 0.831, which is greater than 0.5, indicating that all 38 variables can comprehensively

explain the characteristics of the savings cooperatives. In the component analysis, variables with similar importance scores are grouped into the same component and ranked from highest to lowest importance. The variables in each component are shown in Table 2.

Table 2 Internal variables and weights

Variables	1	2	3	4	5	6	7
Investment	0.953						
Shareholder	0.944						
Business operation value	0.935						
Income	0.933						
profit-loss	0.918						
member deposits	0.914						
short-term loans	0.852						
Cash	0.803						
long-term investments	0.772						
long-term loans	0.770						
number of members	0.744						
accumulated capital	0.654						
other non-current liabilities	0.503						
land, buildings, and equipment	0.437						
savings per member		0.974					
debt per member		0.968					
other current assets		0.692					
profit per member		0.658					
capital growth rate			0.996				
asset growth rate			0.987				
business growth rate			0.970				
payable expenses not exceeding 1-year				0.914			
long-term debt				0.911			
other cooperative deposits				0.656			
return on investment ratio					0.917		
profit to business operation value ratio					0.848		
return on equity ratio						0.803	
return on assets ratio						0.727	
current asset ratio						-0.719	

Table 2 (Continued)

Variables	1	2	3	4	5	6	7
deposits from other cooperatives							0.747
debt-equity ratio							0.642
current debt ratio							0.340

Source: Calculated by researchers

The above factor analysis, considering the results of operations and financial figures, divides 38 savings cooperative variables into seven components as follows:

- **Component 1:** Business capital management accounts for 24.736% of the characteristics of the data group, comprising fourteen variables: investment, shareholder, business operating value, income, profit and loss, member deposits, short-term loans, cash, long-term investments, long-term loans, number of members, accumulated capital, other non-current liabilities, and land, buildings, and equipment.
- **Component 2:** Business transactions with members can clarify the characteristics of the savings cooperative's operational data by 32.345%, consisting of four variables: savings per member, debt per member, other current assets, and profit per member.
- **Component 3:** Growth from the capital foundation can elucidate the characteristics of the savings cooperatives' operating data, which increased by 39.449%. It includes three variables: capital growth rate, asset growth rate, and business growth rate.
- **Component 4:** Debt turnover relative to business operation value can explain the characteristics of the operating data, increasing by a total of 46.149%. It includes three variables: payable expenses not exceeding one year, long-term debt, and other cooperative deposits.
- **Component 5:** Generating income through the cooperative business can explain the characteristics of the operating data, increasing by 51.574% overall. It comprises two variables: the return on investment ratio and the profit to business operation value ratio.
- **Component 6:** Asset management can account for 56.803% of the savings cooperatives' operating data characteristics, which include three variables: return on equity ratio, return on assets ratio, and current asset ratio.

- **Component 7:** Debt management, comprising three variables—deposits from other cooperatives, debt-equity ratio, and current debt ratio—can account for 61.527% of the operating data's characteristics.

All components are summarised from the analysis presented in the table below.

Table 3 Summary of components classified by Factor analysis

Components	% of Variance	Cumulative%
1. Business capital management	26.569	26.569
2. Business transactions with members	8.225	34.794
3. Growth from the capital foundation	7.663	42.457
4. Debt turnover to business operation value	7.259	49.716
5. Generating income through the cooperative business	5.644	55.360
6. Asset management	4.892	60.252
7. Debt management	3.745	63.997

Source: Calculated by researchers

The results indicated that managing business capital is the most crucial aspect of managing savings cooperatives, followed by conducting business with members, which must be considered alongside growth from the initial capital or the overall development of the cooperative as essential factors. It was also observed that debt circulation to generate income is a set of variables shared by many cooperatives. This set of elements more effectively explains the financial characteristics of savings cooperatives than debt management related to deposits from other cooperatives.

Cluster Analysis

The correlation was analysed, and nine variables were removed because they had correlation values higher than 0.8. These nine variables included total current assets, non-current assets, total assets, total current liabilities, total liabilities, reserve capital, total equity, average annual equity, and average annual assets. The process began with data enhancement by transforming the non-normally distributed variables into logarithmic values to make them normally distributed. The first component from factor analysis, which was the main component, was used for the cluster analysis. This analysis selected the non-hierarchical or K-Means clustering method, which is suitable for classifying groups with over 200 cases. (Angsuchot et al., 2009).

Initially, three groups were defined. The grouping and factor characteristics resulted in the initial cluster centre values for the savings cooperative dataset as follows: Cluster 1 had a centre point of 16.175, cluster 2 a centre point of -2.535, and cluster 3 a centre point of 5.390. These

values showed a significant distance between the centres of the three groups. Table 4 displays the iteration history of the cooperative savings dataset. The average or centre value of each cluster changes with each calculation round. The maximum number of rounds was set to 20. However, the calculations were stopped at the 8th round because it was observed that there was no change in the centre value of each group, and the centre value was 0.

Table 4 Iteration history of cooperative saving data set

Iteration	Iteration History		
	Change in Cluster Centers		
	1	2	3
1	1.975	2.370	2.673
2	0.000	0.015	0.229
3	0.000	0.006	0.083
4	0.000	0.005	0.078
5	0.000	0.002	0.029
6	0.000	0.002	0.029
7	0.000	0.001	0.014
8	0.000	0.000	0.000

Source: Calculated by researchers

The between-cluster mean-square and cluster mean square displayed a Significance value < 0.05 . In testing the difference between the averages of each cluster, the mean values of the factors are different at the F-statistic value of 3383.133. The final cluster calculation of the new factor grouping shows the averages of each variable. In all three groups, the results of the grouping and the characteristics of the factors with the center point distance are more clearly separated. Cluster 1 shows a center point value of 14.199, cluster 2 shows a center point value of -0.196, and cluster 3 has a center point value of 2.255. Table 5 illustrates the number of cooperatives in each cluster. It was found that most cooperatives (1,216 cooperatives) were in Cluster 2, followed by Cluster 3 (87 cooperatives) and Cluster 1, which consists of only three cooperatives.

Table 5 Number of cases (saving cooperatives) in each cluster

Number of Cases in each Cluster	
Cluster 1	3.00
Cluster 2	1,216.00
Cluster 3	87.00
Valid	1,306.00

Table 5 (Continued)

Number of Cases in each Cluster	
Unable to justify	50.00

Source: Calculated by researchers

The study presents interesting features, outlined as follows. In cluster 1, which comprises only three cooperatives, it was found that they are savings cooperatives affiliated with a well-known university, the Savings Cooperatives Association of Thailand, and the savings cooperatives of the Electricity Generating Authority of Thailand Limited, which holds the largest capital amount in Thailand. Additionally, the basic information for each cluster demonstrated distinct characteristics of the cooperatives within them. Cluster 1, a small group of just three cooperatives, all belong to the category of large savings cooperatives based on the size classification established by the Department of Cooperative Promotion. The other large cooperatives are distributed between cluster 2 and cluster 3, accounting for 41.10% and 56.85% respectively. Regarding small-sized cooperatives, it was observed that over 99% of savings cooperatives are grouped into cluster 2. Only a tiny fraction, four cooperatives—or 0.34%—are classified within cluster 3, as shown in Table 6.

Table 6 Number of cases (saving cooperatives) in each cluster compared to regularity size criteria

Cooperative classified by size	Cluster	Number of saving cooperative	Percentage	Number of Members
Large savings cooperatives	1	3	2.05	30,099.00
	2	60	41.10	7,178.35
	3	83	56.85	16,245.70
	Total	146	100.00	12,804.05
Small savings cooperatives	2	1,156	99.66	1,204.47
	3	4	0.34	37,079.00
	Total	1,160	100.00	1,279.82
Unable to justify		50		158.04
Grand total		1,356		2,520.63

Source: Calculated by researchers

When savings cooperatives are classified by region, it was found that in cluster 1, a small group with only three cooperatives, all are cooperatives in Bangkok and its surrounding areas.

Over 80% of savings cooperatives across all regions are grouped into cluster 2. The upper central region has the highest proportion of savings cooperatives in cluster 3.

The values vary in terms of the number of members, members' shares, business operation value, income, and average net profit for each cluster. Cluster 1 is a large cooperative group with an average of 30,099 members, an average member's share of 36,346.41 million baht, a business operation value exceeding 100 billion baht, and average income and profit of over 5,000 million baht and 2,500 million baht, respectively. The next largest cooperative is in cluster 3, with an average of 17,203.55 members, an average member's share of approximately 7,300 million baht, a business operation value of more than 22,000 million baht, and an average income and profit of 939.05 million baht and 557.97 million baht, respectively. Meanwhile, Cluster 2 is a smaller cooperative group, with an average of around 1,500 members. These cooperatives have an average member share of about 500 million baht, a business operation value exceeding 1,250 million baht, and average income and profit of only 59.17 million baht and 37.60 million baht, respectively, as shown in Table 7.

According to component 1 obtained from the factor analysis, which comprises fourteen variables, the highest and lowest values of the main variables in each cluster reveal significant characteristics of the cooperatives. The average values of share value, business operation value, income, and profit varied across all three groups, although the highest and lowest values in clusters 2 and 3 show some overlap in all items.

Table 7 Number of members, members' shares, business operation value, income, and average net profit of each cluster.

	Cluster			
	1	2	3	Average
Number of Members (persons)	30,099.00	1,499.24	17,203.55	2,520.63
Average members' shares (Million Thai baht)	36,346.41	495.93	7,299.65	994.02
Average business operation value (Million Thai baht)	114,259.98	1,252.09	22,436.04	2,815.46
Average income (Million Thai baht)	5,408.35	59.17	939.05	125.44
Average net profit (Million Thai baht)	2,745.60	37.60	557.97	75.61

Source: Calculated by researchers

Considering the critical financial ratios of all three clusters, the values obtained are related to the business size of each cluster, which has been previously shown. Particularly in terms of

growth rates, larger cooperatives (clusters 1 and 3) typically have lower growth rates than smaller cooperatives, except for asset growth. Conversely, cluster 3 exhibits a very high growth rate. Additionally, it was observed that in cluster 2, there are differences in financial ratios between clusters 1 and 3, with profit margins, investment returns, and returns on assets being higher than those of cluster 2, except for returns on equity. Overall, it is possible to assign names based on the characteristics of the clusters, which are divided as follows:

Cluster 1 – Mature stage cooperative

This cluster comprised large cooperatives with an average of 30,999 members, average member shares worth 36,346.61 million baht, a business operation value exceeding 100,000 million baht, and an average income and profit of over 5,000 million baht and 2,500 million baht respectively. Additionally, it features a noteworthy characteristic: a very high debt-to-equity ratio. Growth is more complex in large cooperatives with extensive customer bases. Securing capital to meet members' needs and generate income is a crucial guideline for ongoing operations.

Cluster 2 – Initial stage cooperative

This cluster comprised small cooperatives with an average membership of approximately 1,500 individuals. The average share per member is about 500 million baht, with a business operation value exceeding 1,250 million baht, and average income and profit figures of just 59.17 million baht and 37.60 million baht, respectively. These cooperatives exhibit key characteristics, such as high growth rates in both business and assets. Furthermore, as small cooperatives with strong operational results, they achieve high returns on investment, assets, and profits. They are also capable of expanding their businesses and increasing income by leveraging their capital.

Cluster 3 – Expanding stage cooperative

This cluster was the largest cooperative group, with an average of 17,203.55 members, approximately 7,300 million baht in member shares, a business operation value of over 22,000 million baht, and an average income and profit of 939.05 million baht and 557.97 million baht respectively. Its most notable characteristic is having many members; however, it has already reached a certain level of growth, and the business growth rate is not very high. These cooperatives can still operate with their capital, as indicated by a debt-to-equity ratio of 1.33, and they can utilise their capital to generate high income level.

Discussion

From the component analysis, the elements of the variables related to the operation of Thai savings cooperatives can be grouped into seven main categories. Based on the analysis of each element, the characteristics of each can be described as follows:

Component 1, which consists of fourteen variables, explains 24.736% of the characteristics of savings cooperatives. These variables include investment, shareholder, business operation value, income, profit-loss, member deposits, short-term loans, cash, long-term investments, long-term loans, number of members, accumulated capital, other non-current liabilities, and land, buildings, and equipment. They relate to capital management for business operations that generate income and profit for savings cooperatives. Sripoon et al. (2016) conducted a study on cooperative efficiency. They found that factors affecting efficiency include member deposits, share capital, and loan receivables. Similarly, the study by Mmari and Thinyane (2021) revealed that internal factors such as operating capital, loans, and deposit management influence better financial performance in SACCOS. Therefore, this component is crucial for the efficiency and capital management of savings cooperatives.

The second component was identified as being linked to business operations. Four variables—savings per member, debt per member, other current assets, and profit per member—were primarily considered for the average transaction per member. This set of variables aligned with the savings cooperative assessment variables in terms of clarity, transparency, and operational aspects. These factors are consistent with cooperative philosophy and pertain to managing the cooperative members' deposits and lending activities per member.

The third component comprises three variables: capital growth rate, asset growth rate, and business growth rate. It is defined as the growth aspect of the capital foundation. The elements in this group align with the study of Khuntong et al. (2019), who examined the financial stability of savings cooperatives. Variables used to develop an equation for classifying the economic stability of savings cooperatives include the variable related to capital adequacy and the variable related to liquidity, which are the growth rates of reserves and other accumulated capital. Therefore, it can be concluded that the growth component of the capital foundation in this group is a significant variable influencing the financial stability of savings cooperatives.

Another interesting component is component 4, which generates income through the cooperative business, consisting of two variables: investment return and business operation profit ratios. The ratios in this group relate to the study by Pornpradub and Bosakoranut (2021), which

found that a set of variables has a positive relationship with the profit rate of savings cooperatives. These variables also guide the development of appropriate cooperative management.

When examining the critical financial ratios used to classify savings cooperatives, which can be divided into three groups, it becomes clear that the values obtained are related to the business size of each cluster previously shown, particularly concerning growth rates. In the case of small cooperatives or initial-stage cooperatives, it was found that in the classification of cluster 2—where more than 99% of the cooperatives are grouped—most savings cooperatives are in cluster 2, with only a tiny fraction, or just 0.34%, falling into cluster 3 or expanded cooperatives. Therefore, the classification of cooperatives, based on the specified size of 5 billion baht into large and small categories by the Department of Cooperative Promotion, can reflect the group characteristics of cooperatives and be appropriate for small savings cooperatives. However, for large cooperatives (operating capital exceeding 5 billion baht), these can be subdivided into subgroups with similar features.

Furthermore, there is a notable issue with certain financial behaviours in Cluster 1, mature cooperatives, which exhibit high levels of debt. This can be attributed to the fact that the sources of funds for savings cooperatives include member share value, member deposits, other cooperative deposits, and loans from other sources. The latter three sources are considered cooperative debt. Savings cooperatives operate like financial institutions, earning income from the difference between the interest they pay on their sources of funds and the interest they collect when they invest or lend out money. A high debt-to-equity ratio is not always harmful to a company's profits. If the company can show that it has sufficient cash flow to meet its debt obligations and that leverage is increasing equity returns, this may signal financial strength in institutions in Poland, Lithuania, and the United States. (Novickyte and Petraityte, 2014; Lysiak et al, 2022, Macrotrend; 2024). As a result, this type of cooperative often generates profit through debts, which are usually cheaper than member share value.

Additionally, a study of cooperatives affected by area by Junlaphet et al. (2021) stated that the mobilisation of cooperative savings is entirely concentrated in the Bangkok area. It was found that, in the case of the classification of cooperatives in cluster 1 or the maturity stage, cooperatives are in Bangkok and its vicinity. However, in other regions, clusters 2 and 3 similarly distribute the number of cooperatives. Therefore, it is still not possible to conclude about the area effect. Similar to the findings of Tapaneeyaworrawong (2017), the study showed that different regions may have varying results when studying the characteristics of cooperatives because of

other elements, such as being cooperatives in urban, suburban, or rural areas, including the parent organisation of the savings cooperative.

Suggestion

Results from the study can be recommended as follows:

- Although the KMO value exceeds 0.5, it remains suboptimal, which may impact the reliability of the factor analysis. This constitutes a limitation of the study. Nevertheless, this study reveals the structural model of saving cooperatives in Thailand through different aspects that have not been explored in prior research.
- The classification of cooperatives by size, based on operating capital of more than 5 billion baht as a large cooperative and less than 5 billion baht as a small cooperative, primarily reflects the similarities among small cooperatives. However, many characteristics differ in large cooperatives with capital exceeding 5 billion baht. Therefore, policies intended for large cooperatives should be considered carefully, as each cooperative may face different operational challenges. In cluster 1, some cooperatives rely heavily on external debt, whereas in cluster 3, expanding-stage cooperatives must consider growth financed by debt within their capacity to manage capital, in order to generate substantial returns.
- Analysis of the cooperative's components revealed that the first group includes investment, shareholder value, business operation value, income, profit and loss, member deposits, short-term loans, cash, long-term investments, long-term loans, the number of members, accumulated capital, other non-current liabilities, and land, buildings, and equipment. These fourteen variables are essential and should be considered as they primarily influence the efficiency of the cooperative's operations.
- For cooperative stability, cooperatives need to consistently examine the growth rates of capital, assets, and businesses. These indicators are significantly related to the stability of the cooperative.
- Due to the diversity and large number of cooperatives, classifying all of them may overlook certain characteristics. Therefore, conducting classification analysis by dividing them into subgroups, such as large, small, or savings cooperatives within specific areas, may produce some distinct results.
- This cooperative cluster analysis was based on component 1 from factor analysis. Therefore, a study should also consider each key variable or component, such as component 2, cooperative operations, or component 4, cooperative stability. Additionally, the grouping in cluster 2 contains a large number of cooperatives, up to 1,216, accounting for approximately 90%

of the data set. Further subdividing the cooperatives in this cluster by specific characteristics could provide a clearer understanding of the cooperatives in Thailand.

- Saving cooperatives may expand their business value through liability management. Results indicate that debt turnover influences income-generation capability. However, this depends on the difference between the cost of funds and the returns from investments or member loans.

- The cluster analysis relies solely on the first-factor component, which may risk oversimplifying multidimensional data. Future research should examine other components, including factors such as regional variables, to better understand geographical influences.

Conclusion

The study identifies seven components that collectively explain 63.997% of the characteristics of savings cooperatives. The most significant component is "Business capital management," which comprises fourteen variables: investment, shareholder, business operating value, income, profit and loss, member deposits, short-term loans, cash, long-term investments, long-term loans, number of members, accumulated capital, other non-current liabilities, and land, buildings, and equipment. The results of the Cluster Analysis, using the first component variable, divided the savings cooperatives in Thailand into three clusters. Cluster 1 is a small group comprising only three cooperatives that demonstrate a mature stage of operation. Cluster 2 includes small cooperatives in the early stage, characterised by a high growth rate across various dimensions, as well as significant investment and asset returns. Cluster 3 represents expanding cooperatives. The findings align with certain classifications of cooperatives as outlined by formal regulations. They reflect the similarities common among most types of small cooperatives; however, notable differences remain within larger cooperatives. Therefore, policy formulation for larger cooperatives may require unique operational considerations. Mature-stage cooperatives that exhibit high debt-to-equity ratios should be supported through debt management monitoring standards, including liquidity coverage requirements, and periodic assessment of the cost-of-funds-to-return to ensure sustainable leverage practices. Whereas expanding-stage cooperatives should be supported through growth management guidelines that balance capital expansion with prudent debt levels, incorporating early warning indicators based on the growth rates of capital, assets, and business operations.

References

- Angsuchot, S., Vijitwanna, S., & Pinyopanuwat, R. (2009). *Statistic analysis for research on social science and behavioral: LISREL technique* (3rd ed.). Chareondeemunkong Printing.
- Cooperative Auditing Department. (2023). *Operation and financial data of savings cooperatives, 2012–2021*. <https://webservice.cad.go.th>
- Cooperative Studies Institute. (2025). *Cooperative knowledge*. <https://cai.ku.ac.th/aboutcoop.html#A8>
- Department of Cooperative Promotion. (2022). *Department of Cooperative Promotion information*. <https://cpd.go.th/information-cpd/info-data-cpd.html>
- Department of Cooperative Promotion. (2023). *Ministerial regulations on the operation and supervision of savings cooperatives and credit union cooperatives 2021*. <https://www.icoopthai.com/index.php/cooperative-laws/107-cooperative-laws/78-coop-laws-rule2564?start=1>
- Financial Data Analysis Unit. (2023). *Financial information*. <https://www.cad.go.th/ewtadmin/ewt/statistic/main.php?filename=size>
- Hadi, N. U., Abdullah, N., & Sentosa, I. (2016). An easy approach to exploratory factor analysis: Marketing perspective. *Journal of Educational and Social Research*, 6(1), 215–223. <https://doi.org/10.5901/jesr.2016.v6n1p215>
- Junlaphet, N., Hengpatana, S., & Patmasiriwat, D. (2021). Factors affecting the savings and loans of savings and credit cooperatives in Thailand B.E. 2550–2561. *Community and Social Development Journal*, 22(3), 36–51. <https://doi.org/10.14456/rcmrj.2021.247670>
- Khan, I. K., Daud, H. B., Zainuddin, N. B., Sokkalingam, R., Abdussamad, Museeb, A., & Inayat, A. (2024). Addressing limitations of the K-means clustering algorithm: Outliers, non-spherical data, and optimal cluster selection. *AIMS Mathematics*, 9(9), 25070–25097. <https://doi.org/10.3934/math.20241222>
- Khuntong, S., Siriwoharn, T., & Klangphahol, K. (2019). Causal relationship model of factors affecting the asset management of savings and credit cooperatives in Thailand. *Journal of MCU Peace Studies*, 7(5), 1340–1351.
- Klinjan, P., Jarujittipant, P., & Avakia, S. (2023). The efficiency of management of savings cooperatives in Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(12), 75–88. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/266536>
- Kongthanacharuanan, R., & Chueamuangphan, A. (2016). Comparing criterion indicators for evaluating the performance of savings and credit cooperatives in Thailand. *Journal of*

- Liberal Arts, Maejo University*, 4(2), 23–40. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/view/95922>
- Lysiak, L., Masiuk, I., Chynchyk, A., Yudina, O., Olshanskiy, O., & Shevchenko, V. (2022). Banking risks in the asset and liability management system. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(6), Article 265. <https://doi.org/10.3390/jrfm15060265>
- Macrotrends. (2024). *Bank of America debt-to-equity ratio 2010–2024*. <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/BAC/bank-of-america/debt-equity-ratio>
- Massamur, C., Vongsinsirikul, V., & Pattanarangsun, P. (2020). Factors related to the excellence of savings cooperatives in Thailand. *Journal of Yala Rajabhat University*, 15(1), 21–29. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yr_u_human/article/view/234997
- Mmari, G. A., & Thinyane, L. C. (2019). Analysis of factors influencing financial performance of savings and credit co-operative societies in Lesotho: Evidence from Maseru District. *International Journal of Financial Research*, 10(2), 121–136. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n2p121>
- Novickytė, L., & Petraitytė, I. (2014). Assessment of banks asset and liability management: Problems and perspectives (case of Lithuania). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 1082–1093. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.955>
- Pornpradub, Y., & Bosakoranut, S. (2021). The capital management structure and profitability of large savings cooperatives in Thailand. *Muban Chonbueang Rajabhat University Research Journal (Humanities and Social Sciences)*, 9(2), 139–154. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hssj/article/view/251835>
- Piyajun, S. (2022). *Cooperatives evaluation criteria*. Co-operative League of Thailand. <https://clt.or.th/news.php?nid=1665>
- Sripoon, S., Limprapat, P., & Jarujittipun, P. (2016). Technical efficiency in the operations of cooperative private companies. *Journal of MCU Social Science Review*, 5(2), 43–54. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/245406>
- Tapaneeyaworrawong, P. (2017). A factors analysis of financial stability of saving cooperative the area of Northern Part of Thailand. *Journal of Logistics and Supply Chain Operations*, 3(1), 108–119. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/Logis_j/article/view/152296
- Vanichbuncha, K. (2009). *Statistics for research* (4th ed.). Chulalongkorn University Press.

Wongsan, M. C., Kittipaño, P., & Dockthaisong, B. (2018). Development model for effectiveness of cooperatives management according to Buddha Dhamma. *Journal of MCU Social Science Review*, 7(2-2), 310–318. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/245753>

Marketing Mix Factors Affecting Satisfaction in Using the Services of Maldives Beach Resort in Chanthaburi Province, Thailand

Jhantathip Khamdoklob Siriwan Chaiyasueb and Puangpanot Sobkhunthot*

Business Administration and Logistics and Cross-Border Trade Management Program,

Faculty of Science and Arts, Burapha University, Chanthaburi Campus, Thailand

*Corresponding author: puangpanot.so@buu.ac.th

Abstract

This study aimed to: (1) examine the demographic factors associated with customer satisfaction with the services of Maldives Beach Resort; and (2) investigate the marketing mix factors influencing customer satisfaction with the services of Maldives Beach Resort. Data was collected using questionnaires from a sample of 400 tourists selected through purposive sampling. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including one-way analysis of variance (One-way ANOVA) and multiple linear regression analysis.

The results revealed that (1) demographic factors, including gender, age, marital status, occupation, and average monthly income, were significantly associated with differences in customer satisfaction with the resort's services at the 0.05 significance level. (2) Among the marketing mix factors, process ($B = 0.198$), product ($B = 0.166$), physical evidence ($B = 0.130$), and people ($B = 0.110$) significantly influenced customer satisfaction at the 0.05 significance level. These factors collectively explained percentage of the variance in customer satisfaction as 42.50. The descriptive analysis further indicated that the overall level of marketing mix factors was rated at the highest level ($\bar{X} = 4.394$). Among the individual marketing mix factors, promotion received the highest mean score and was rated at the highest level ($\bar{X} = 4.442$), followed by people, process, physical evidence, price, place, and product, respectively. Overall customer satisfaction was also rated at the highest level ($\bar{X} = 4.440$). At the item level, satisfaction with employees providing service politely and in a friendly manner received the highest mean score ($\bar{X} = 4.648$), indicating the highest level of satisfaction. The findings suggest that hotel operators should prioritize the development of marketing mixed strategies, particularly process, product, physical evidence, and people, as these factors significantly influence customer satisfaction. In addition, hotel operators should consider differences in customers' gender, age, marital status, occupation,

and average monthly income when developing service strategies and marketing approaches to better meet the needs of specific target customer segments.

Keywords: Marketing Mix; Resort; Satisfaction; Service

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย

จันทราทิพย์ คำดอกรับ ศิริวรรณ ไชยสืบ และ ปวงปณต สอบขุนทด*

¹ สาขาสาขาบริหารธุรกิจและการจัดการโลจิสติกส์และการค้าชายแดน คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี ประเทศไทย

*Corresponding author: puangpanot.so@buu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจการเข้าใช้บริการแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ กระบวนการ ($\beta=0.198$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta=0.166$) ลักษณะทางกายภาพ ($\beta=0.130$) และบุคคล ($\beta=0.110$) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าพยากรณ์ได้ร้อยละ 42.50 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.394$) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.442$) รองลงมา คือ ด้านบุคคล กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.440$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจต่อพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.648$) โดยผู้ประกอบการโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพ และบุคคล เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวกันควรพิจารณาความแตกต่างด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการ เพื่อพัฒนาการให้บริการและกำหนดแนวทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

คำสำคัญ: การบริการ; ความพึงพอใจ; รีสอร์ท; ส่วนประสมทางการตลาด

บทนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมระหว่างเดือนมกราคมถึงมีนาคม ในปี พ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยทั้งสิ้นจำนวน 50.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 และมีรายได้จากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 269,869 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี ที่ผ่านมามีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2568) จึงทำให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว อย่างเช่น ธุรกิจโรงแรมมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น และมีการแข่งขันที่มีความเข้มข้นสูง เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจสูงสุดและบริหารการดำเนินงานให้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (คำนวน ชุมณี, 2561)

จังหวัดจันทบุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและความหลากหลายโดยอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ อนุสรณ์สถานต่าง ๆ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น น้ำตก พลิว หาดเจ้าหลาว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการมาพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ ซึ่งประชาชนนิยมมานมัสการรอยพระพุทธรูปเขาคิชฌกูฏ และ ยังมีงานอัญมณีที่ใหญ่ที่สุดของภาคตะวันออกอีกด้วย (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, 2568) จากสถิติรายได้จากการ ท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีรายได้เข้าในปี พ.ศ. 2567 คิดเป็นมูลค่า 18,282.91 ล้านบาทต่อปี (สำนักงานสถิติ จังหวัดจันทบุรี, 2568b) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติใน พ.ศ.2565-2567 ที่เดินทางเข้า มาท่องเที่ยวภายในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 2,420,600 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดจันทบุรี, 2568a)

เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวพักผ่อนเพิ่มขึ้น จึงเป็นสาเหตุให้จำนวนห้องพัก มีไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเล็งเห็นช่องทางการขยายกิจการเพื่อรองรับจำนวน นักท่องเที่ยวให้เพียงพอ จึงส่งผลให้การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีมีการแข่งขันที่สูง ทำให้มี จำนวนกิจการโรงแรมเพิ่มมากขึ้น และในปัจจุบันจังหวัดจันทบุรี มีจำนวนโรงแรมและรีสอร์ท รวมทั้งหมด 296 แห่ง และมีจำนวนห้องในการพักผ่อนทั้งหมด 8,403 ห้อง (สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี, 2568) สำหรับโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ตั้งอยู่บนหาดเจ้าหลาว – แหลมเสด็จ มีห้องพักอยู่ใกล้ทะเลในจังหวัดจันทบุรี และอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น จุดชมวิวเนินนางพญา ลานหินสีชมพู และชุมชนขนมแปลกริมคลอง หนองบัว เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2567 มีจำนวนผู้มาใช้บริการห้องพักเพิ่มมากขึ้นจากปีก่อนหน้าจำนวน 3,983 คน (โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท, 2567) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนการเข้าพักของนักท่องเที่ยวโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ระหว่างปี พ.ศ. 2565–2567

ปี พ.ศ.	2567	2566	2565
จำนวน	11,529	7,546	5,627

ที่มา: โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท (2567)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โรงแรมมีการศึกษาในหลายพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภาคเหนือของ

ประเทศไทย (ธนิตา ธนทรัพย์สิน, 2562; มณฑิรา ชุนลิม, 2563; อนิรุทธิ์ เจริญสุข, 2568; อภิญญา ชื่นขำ และ มณฑาทันติ ชุบชูวงศ์, 2566; Limpasin et al., 2025) แต่ยังมีข้อจำกัดในบริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัด จันทบุรี โดยเฉพาะพื้นที่ชายหาดเจ้าหลาว-แหลมเสด็จ ซึ่งมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียง ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี เนื่องด้วยเป็นสถานประกอบการที่มีความสอดคล้องกับประเด็นและ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบกับเป็นสถานที่ที่นิสิตผู้วิจัยเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพทำให้สามารถ เข้าถึงบริบทของการให้บริการและผู้ใช้บริการได้โดยตรง อีกทั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดจันทบุรี และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสั้น และวันหยุดยาว การวิจัยครั้งนี้เลือกใช้กรอบ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับความพึงพอใจเป็นกรอบแนวคิดหลัก โดยครอบคลุมปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการตลาดและการให้บริการของสถาน ประกอบการได้โดยตรง ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของธุรกิจบริการโดยเฉพาะ และเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการตื่นตัวที่จะยกระดับด้านการตลาดบริการอย่างต่อเนื่องและเป็นการเตรียมความพร้อมในการที่จะแข่งขัน กับภาคธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศอื่น ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) การวิจัยในบริบทของจังหวัด จันทบุรีจึงมีความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้และข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในบริบทของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา และ รายได้ เป็นต้น ซึ่งมีความสำคัญต่อนักการตลาด เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่ออุปสงค์ (Demand) หรือยอดขายในตัวสินค้า ทั้งหลาย นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์มักจะทำให้เกิดตลาดใหม่อยู่เสมอ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

Hanna & Wozniak (2001) และ Schiffman & Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ไว้คล้ายคลึงกันโดยกล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวเกี่ยวกับตัว บุคคลนั้น เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และ เชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการ ซื้อสินค้าในตลาดโดยตัวแปรดังกล่าวนำมาใช้เป็นลักษณะพื้นฐาน สำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการหรือความชอบ ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือก

ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ที่จะนำมาศึกษาเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ธุรกิจต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยทุกสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) และส่วนประสมทางการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 3 ประการ คือ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) ปัจจัยทั้ง 7 มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่มีมูลค่าในรูปแบบการบริการซึ่งไม่ใช่สิ่งของนำมาเสนอขายให้แก่ผู้บริโภคในตลาด ซึ่งในทางการตลาดเราเรียกว่า ผลิตภัณฑ์บริการมีองค์ประกอบที่เสนอขายของผู้บริโภค (กลุ่มลูกค้า) คือ บริการหลักและบริการส่วนเสริม

ด้านราคา (Price) คือ มูลค่าของการบริการที่ลูกค้าจะต้องจ่ายเงินเพื่อแลกกับการใช้บริการหรือได้รับการบริการ แต่อย่างไรก็ตาม ราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับรายได้และความอยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งกำหนดราคาบริการนั้นต้องมีความรอบคอบ เนื่องจากการประเมินด้านต้นทุนต่าง ๆ จึงทำได้ยากอาจจะสุ่มเสี่ยงต่อการขาดทุน และจะต้องมีการทำส่งเสริมการขายเช่น การมีส่วนลด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการของบริษัท ให้เกิดความสะดวกในการเข้าถึงบริการแก่ผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งรูปแบบบริการมีองค์ประกอบของการจัดจำหน่ายที่แตกต่างไป ซึ่งประกอบไปด้วย การจัดทำเลที่ตั้งของการบริการ การจัดการด้านการส่งมอบบริการ และการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความต้องการในการซื้อสินค้าหรือการให้บริการของผู้ให้บริการ ซึ่งจัดเป็นเครื่องมือของการสื่อสารการตลาด ประกอบด้วย การสื่อสารด้วยบุคคล การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์

ด้านบุคคล (People) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับธุรกิจบริการ เนื่องจากธุรกิจนี้ต้องอาศัยบุคลากรทางการบริการ ในการขับเคลื่อนธุรกิจ และการบริการที่มีคุณภาพที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจ จะต้องอาศัยบุคลากรทั้งผู้บริหารและพนักงานทุกฝ่าย

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นวัตถุที่ลูกค้าสามารถจับต้องและสัมผัสได้ เช่น รูปร่างของตัวอาคาร ป้าย สัญลักษณ์ การจัดวางตกแต่งร้าน ซึ่งมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทในด้านความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลิกลักษณะของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่บริการเครื่องมือในการสื่อสารภาพลักษณ์ให้ปรากฏแก่สายตาของลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในทางบวกและรับรู้ถึงระดับคุณภาพของการบริการได้ตั้งแต่ก่อนเข้าใช้บริการ

ด้านกระบวนการ (Process) ขั้นตอนในการส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้าหรือกระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้า ลำดับขั้นตอนในการส่งมอบบริการแก่ลูกค้าควรได้รับการออกแบบเพื่อเกิดความสะดวกสบายและความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากที่สุด กระบวนการบริการต้องได้รับควบคุมคุณภาพมากกว่าควบคุมผลผลิตของงานบริการ ควรมีการเชื่อมประสานกระบวนการที่เป็นระบบเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) นำปรับใช้กับงานวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2000) ได้นิยามความพึงพอใจ ไว้ว่า “ความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพ (หรือผลลัพธ์) ที่รับรู้ได้ของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของตน” ในขณะที่ Hansemark และ Albinsson (2004) กล่าวว่า “ความพึงพอใจคือทัศนคติโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการ หรือปฏิกิริยาทางอารมณ์ต่อความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับสิ่งที่พวกเขาได้รับ ในแง่ของการบรรลุความต้องการ เป้าหมาย หรือความปรารถนาบางประการ”

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม และช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยความสำคัญต่อผู้ให้บริการแบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่ 1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เพื่อพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ และ 2) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการ โดยการบริการที่มีคุณภาพทั้งด้านรูปแบบการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และทักษะของผู้ให้บริการ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า หากผลการดำเนินงานต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พึงพอใจ แต่หากผลการดำเนินงานเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวัง จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ ความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร และภาพลักษณ์ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่าและความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

การทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการ หากสามารถตอบสนองความต้องการหรือเป็นไปตามความคาดหวัง ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ ซึ่งความพึงพอใจไม่เพียงแต่สะท้อนถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้นแต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ความภักดีของลูกค้า และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจมาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรตามในการศึกษานี้เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนิตา ธนทรัพย์สิน (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบรนด์โรงแรมไทยและนานาชาติ :กรณีศึกษาเมืองพัทยา ประเทศไทย พบว่าความแตกต่างของแบรนด์โรงแรมมีผลต่อการรับรู้ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บุคลากร (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process) และคุณภาพ (Productivity and Quality) ความแตกต่างของแบรนด์โรงแรมมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการรับรู้ต่อปัจจัยส่วนประสมทั้ง 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการคุณภาพและการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ที่ในระดับสูงสุดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และปัจจัยสถานที่มีความสัมพันธ์ต่ำสุดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

อภิญญา ชื่นขำ และมณฑกานติ ชูชูวงศ์ (2566) พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ทั้ง 5 ด้าน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

อนิรุทธิ์ เจริญสุข (2568) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในโครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA)กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผลการวิจัยพบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการโรงแรม ระดับมากทุกปัจจัย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการโรงแรมในโครงการ (SHA)

Limpasin and et al. (2025) ได้ศึกษาเรื่อง Marketing Mix Factors Influencing Customer Satisfaction in the Hotel Industry of Upper Northern Thailand พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการมีผลกระทบที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของลูกค้า แตกต่างจากงานวิจัยของ Jahmani et al. (2023) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ The Impact of Marketing Mix Elements on Tourist's Satisfaction towards Five Stars Hotel Services in Dubai during COVID-19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการระบาดของโควิด-19 มีอิทธิพลต่อการบริการของโรงแรมระดับห้าดาวของรัฐดูไบประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Myaing (2025) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Marketing Mix 7Ps, Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Amayar Nadi Hotel in Mandalay พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งเสริมการตลาด กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ตามมาด้วยด้านลักษณะทางกายภาพและด้านราคา ตามลำดับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา และภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย แต่ยังมีข้อจำกัดในการศึกษาภายใต้บริบทของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี โดยเฉพาะพื้นที่หาดเจ้าหลาว-แหลมเสด็จ ซึ่งมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่แตกต่างจากพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองใหญ่ ประกอบกับงานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทำให้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงยังขาดองค์ความรู้ด้านวิชาการและการบริหารจัดการในปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในบริบทของโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี นำไปสู่การกำหนดสมมติฐานการวิจัย H1: และ H2: ตามลำดับ

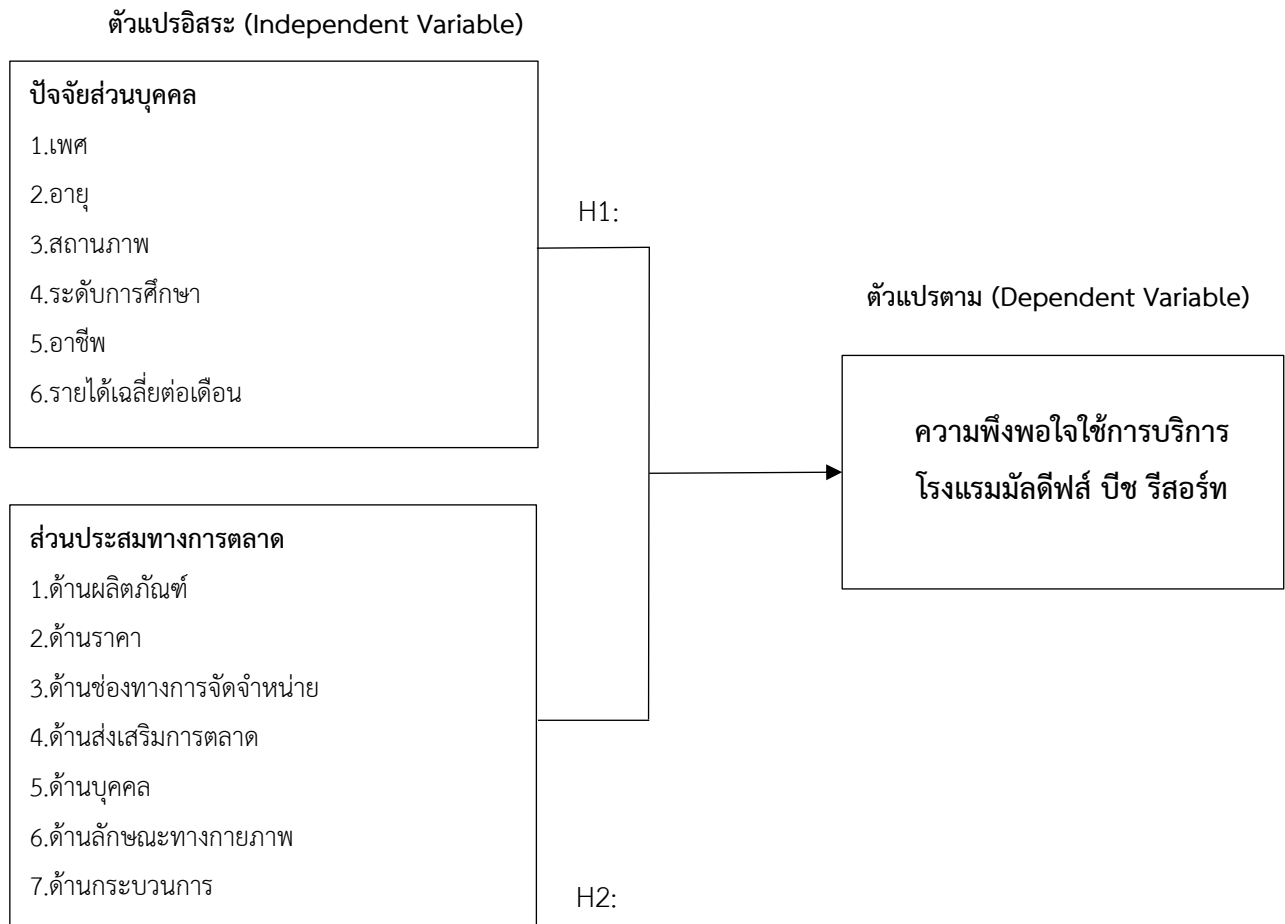
สมมติฐาน

H1: ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

H2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย ได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดเป็นแนวทางการวิจัย โดยมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ และ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2543; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546; Hansemark & Albinsson, 2004; Kotler, 2000) ทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับตัวแปรที่จะนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ มัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี ประเทศไทย ผู้ทำการวิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ใช้รูปแบบการสำรวจ (Survey research method) มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จำนวน 24,702 คน จากสถิติเข้าพักใช้บริการย้อนหลังจำนวน 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2565–2567 (โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท, 2567) จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 394 คน ซึ่งคำนวณได้จากสูตรทราบจำนวนประชากรของ Yamane (1970) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักหรือใช้บริการของโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{array}{lcl} \text{สูตร} & n & = \frac{N}{1+Ne^2} \\ \text{เมื่อ} & n & = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \end{array}$$

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 0.05
N = ขนาดของประชากร

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยเก็บตัวอย่างเพิ่ม 6 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง เพื่อสำรองกรณีข้อมูลบางส่วนไม่ครบถ้วนหรือไม่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ (Dillman et al., 2014; Lohr, 2023)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพ และอาชีพ และเป็นเรียงลำดับ (Ordinal) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นลักษณะคำถามแบบเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนอันตรภาคชั้น (Interval Scale) 3) ปัจจัยความพึงพอใจในการบริการ โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท เป็นลักษณะคำถามแบบเกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยส่วนที่ 2 และ 3 มีลักษณะข้อคำถามเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 5= มากที่สุด 4= มาก 3= ปานกลาง 2= น้อย 1= น้อยที่สุด และ 4) ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (Open Question) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) สรุปได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมในการใช้ภาษาด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence Index : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งค่า IOC จะต้องมีความมากกว่า 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1977) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าตั้งแต่ 0.66-1.00 จากนั้นทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) กับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.957 โดย 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเท่ากับ 0.868 และ 2) ปัจจัยด้านความพึงพอใจมีค่าเท่ากับ 0.897 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 (Tavakol & Dennick, 2011) สรุปได้ว่า แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักหรือใช้บริการในช่วงระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2568 โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ณ โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน

Google Forms เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน พบว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการศึกษา

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 สถานภาพโสด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.378	0.389	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.386	0.319	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.379	0.324	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.442	0.295	มากที่สุด
5. ด้านบุคคล	4.437	0.373	มากที่สุด
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.410	0.316	มากที่สุด
7. ด้านกระบวนการ	4.411	0.281	มากที่สุด
รวม	4.394	0.252	มากที่สุด

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.394$) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.442$) รองลงมา คือ ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.437$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.411$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.410$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.386$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.379$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.378$) ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. มีความพึงพอใจต่อห้องพักของโรงแรมมีความ สะดวกสบาย และ ตรงตามความคาดหวัง	4.598	0.592	มากที่สุด
2. มีความพึงพอใจต่อความสะอาดของห้องพัก และ ห้องน้ำอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ	4.175	0.469	มาก
3. มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน โรงแรม (เช่น Wi-Fi , สระว่ายน้ำ , ฟิตเนส) มีความ พร้อม และ เพียงพอ	4.628	0.570	มากที่สุด
4. มีความพึงพอใจต่อความเร็วและความถูกต้องใน การให้บริการเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) เป็นที่น่าพึงพอใจ	4.160	0.464	มาก
5. มีความพึงพอใจต่อพนักงานให้บริการด้วยความ สุภาพ และ เป็นมิตร	4.648	0.567	มากที่สุด
6. มีความพึงพอใจต่อโรงแรมมีความปลอดภัยทั้ง ภายในห้องพัก และ พื้นที่ส่วนกลาง	4.196	0.491	มาก
7. มีความพึงพอใจต่ออาหารและเครื่องดื่มของโรงแรม มีคุณภาพ และ รสชาติที่น่าพึงพอใจ	4.570	0.584	มากที่สุด
8. มีความพึงพอใจต่อราคาที่พักมีความเหมาะสมกับ คุณภาพของห้องพัก และ บริการ	4.263	0.509	มากที่สุด
9. มีความพึงพอใจต่อโรงแรมตอบสนองต่อคำขอหรือ ข้อร้องเรียนของลูกค้าอย่างรวดเร็ว และ เหมาะสม	4.583	0.556	มากที่สุด
10. มีความพึงพอใจต่อบรรยากาศ และ การตกแต่ง ของโรงแรมเอื้อต่อการพักผ่อน และ สร้างความ ประทับใจ	4.305	0.546	มากที่สุด
รวม	4.440	0.240	มากที่สุด

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.440$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมีความพึงพอใจต่อพนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ และเป็นมิตรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.648$) รองลงมา มีความระดับความคิดเห็นมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม (เช่น Wi-Fi , สระว่ายน้ำ , ฟิตเนส) มีความพร้อมและเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.628$) น้อยที่สุด มีระดับความคิดเห็นมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว และความถูกต้องในการให้บริการเช็คอิน (Check-in) และเช็คเอาท์ (Check-out) เป็นที่น่าพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.160$) ตามลำดับ

การเริ่มต้นของการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ทำการทดสอบกระจายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แยกตามความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท เพื่อทดสอบการกระจายตัวข้อมูลแบบปกติ (Normal Distribution) ด้วยการวัดค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) พบว่า มีค่าเท่ากับ -1.678 และ 4.515 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 3 และ 10 ตามลำดับ (Kline, 2015) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ ขึ้นต่อการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ดังตารางที่ 4

ข้อมูลวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียวเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ปัจจัยประชากรศาสตร์		จำนวน (n)	Mean	SD	F	Sig
เพศ	หญิง	163	4.439	0.191	3.957	0.02*
	ชาย	132	4.380	0.265		
	LGBTQ+	105	4.362	0.264		
	รวม	400	4.399	0.239		
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	18	4.227	0.308	2.862	0.02*
	21-30 ปี	203	4.396	0.249		
	31-40 ปี	143	4.424	0.203		
	41-50 ปี	32	4.396	0.260		
	51 ปีขึ้นไป	4	4.475	0.125		
	รวม	400	4.399	0.239		
สถานภาพ	โสด	207	4.357	0.280	7.487	0.00*
	สมรส	178	4.441	0.174		
	หย่าร้าง	15	4.500	0.177		
	รวม	400	4.399	0.239		

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยประชากรศาสตร์		จำนวน (n)	Mean	SD	F	Sig
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	4.363	0.266	2.783	0.06
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	258	4.398	0.241		
	สูงกว่าปริญญาตรี	57	4.459	0.173		
	รวม	400	4.399	0.239		
อาชีพ	นักศึกษา	72	4.312	0.331	5.127	0.00*
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	192	4.424	0.207		
	บริษัทเอกชน	74	4.378	0.253		
	ข้าราชการ	62	4.450	0.145		
	รวม	400	4.399	0.239		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	4.244	0.363	2.352	0.04*
	10,001-20,000 บาท	140	4.387	0.259		
	20,001-30,000 บาท	132	4.406	0.225		
	30,001-40,000 บาท	53	4.403	0.209		
	40,001-50,000 บาท	27	4.444	0.108		
	มากกว่า 50,000 บาท	30	4.470	0.221		
	รวม	400	4.399	0.239		

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ทที่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นด้านระดับการศึกษา จากนั้นจึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's Method พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ และด้านอาชีพ มีความแตกต่างเป็นรายคู่ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท โดยรวมเช่นกันแต่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's Method จำแนกตามสถานภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

สถานภาพ	Mean	สถานภาพ		
		โสด	สมรส	หย่าร้าง
โสด	4.357	-	(0.003)*	(0.078)
สมรส	4.441	-	-	(0.649)
หย่าร้าง	4.500	-	-	-

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 5 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's Method จำแนกตามสถานภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท พบว่า สถานภาพโสด และสถานสมรส มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมสูงกว่าสถานภาพโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's Method จำแนกตามอาชีพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

อาชีพ	Mean	อาชีพ			
		นักศึกษา	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	บริษัทเอกชน	ข้าราชการ
นักศึกษา	4.312	-	(0.009)*	(0.417)	(0.011)*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.424	-	-	(0.565)	(0.908)
บริษัทเอกชน	4.378	-	-	-	(0.376)
ข้าราชการ	4.450	-	-	-	-

ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 6 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe's Method จำแนกตามอาชีพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท พบว่า อาชีพนักศึกษา มีความแตกต่างจากอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพข้าราชการ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักศึกษามีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมน้อยกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพข้าราชการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์เริ่มต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ได้ทำการทดสอบกระจายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แยกตามปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท(Y) ด้านผลิตภัณฑ์(X₁) ราคา(X₂) ช่องทางการจัดจำหน่าย(X₃) ส่งเสริมการตลาด(X₄) บุคคล

(X_5) ลักษณะทางกายภาพ(X_6) และกระบวนการ(X_7) เพื่อทดสอบการกระจายตัวข้อมูลแบบปกติ (Normal Distribution) ด้วยการวัดค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง -2.147 ถึง -1.370 และ 1.629 ถึง 6.771 ซึ่งมีค่าสัมบูรณ์ไม่เกิน 3 และ 10 ตามลำดับ (Kline, 2015) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ ขั้นต่อมาการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) พบว่า มีค่า Tolerance มากกว่า .10 โดยมีค่าระหว่าง .384–.525 และมีค่า VIF น้อยกว่า 10 โดยมีค่าระหว่าง 1.906–2.603 (Hair et al., 2019; Tabachnick & Fidell, 2019) สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 7

ข้อมูลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ตารางที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	β_i	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	1.739	0.172		10.138	0.000		
ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	0.166	0.039	0.227	4.264	0.000*	0.517	1.935
ด้านราคา (X_2)	0.021	0.043	0.027	0.477	0.634	0.442	2.261
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(X_3)	-0.031	0.046	-0.042	-0.674	0.501	0.384	2.603
ด้านส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.013	0.043	0.015	0.292	0.770	0.525	1.906
ด้านบุคคล (X_5)	0.110	0.039	0.171	2.812	0.005*	0.396	2.527
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6)	0.130	0.046	0.171	2.844	0.005*	0.406	2.465
ด้านกระบวนการ (X_7)	0.198	0.050	0.233	3.996	0.000*	0.432	2.310

R = 0.652 $R^2 = 0.425$ $\text{Adj } R^2 = 0.414$ S.E. = 0.183 F = 41.341 Sig. = 0.000

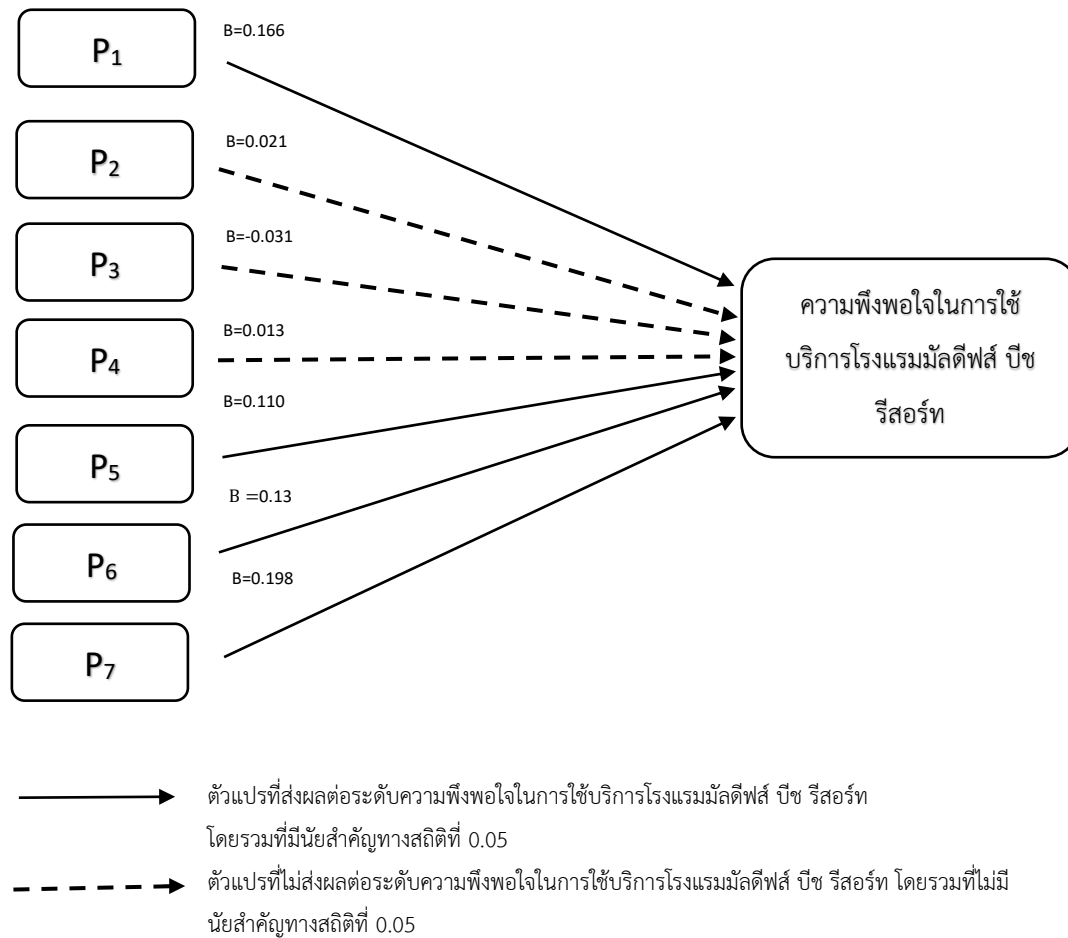
ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

หมายเหตุ: *มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ประกอบด้วยด้านกระบวนการ (X_7) ($B=0.198$, $\text{Sig}=0.000$) ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ($B=0.166$, $\text{Sig}=0.000$) ด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6) ($B=0.130$, $\text{Sig}=0.005$) และด้านบุคคล (X_5) ($B=0.110$, $\text{Sig}=0.005$) ส่วนด้านราคา (X_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) และด้านส่งเสริมการตลาด (X_4) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยมีค่าพยากรณ์อยู่ที่ร้อยละ 42.50 ($R^2 = 0.425$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ ความพึงพอใจในการใช้บริการ (Y) = $1.739 + 0.166(X_1) + 0.110(X_5) + 0.130(X_6) + 0.198(X_7)$

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้ใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท มีระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เปลี่ยนไป 1 หน่วย จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท เปลี่ยนไปในทิศทาง

เดียวกัน 0.166, 0.110, 0.130, 0.198 ตามลำดับ หมายความว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท มีระดับความคิดเห็นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท โดยรวม
 ที่มา: จากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย

อภิปรายผล

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรี

จากผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา ชื่นขำ และ มณฑกานติ ชูชูวงศ์ (2566) ที่ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกันต่อความพึงพอใจเข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ทจังหวัดจันทบุรี

จากผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับไพศาล บุญชูใจ และพัชรหทัย จารุทวีผลนกุล (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมแกรนด์อินเตอร์ โฮเทล จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ จรัสวรรณ จันทรัตน์ และ คณะ (2566) ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โรงแรม โฮเทล เดอ ลันดา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับพุทธินันท์ ปัญญาพัฒน์นันท์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก ในเขาหลัก จังหวัดพังงา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับธนิดา ธนทรัพย์สิน (2562) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบรนด์โรงแรมไทย และ นานาชาติ กรณีศึกษาเมืองพัทยา ประเทศไทย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ Myaing (2025) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดในการใช้บริการโรงแรม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการที่พักในจังหวัดจันทบุรีอาจให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การให้บริการรูมเซอร์วิส (Room Service) มีความรวดเร็วและถูกต้องตามที่ลูกค้าคาดหวัง ด้านบุคคล เช่น พนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็วและตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น โรงแรมตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เดินทางสะดวก และ ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่สำคัญ และด้านกระบวนการ เช่น โรงแรมมีการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การสอบถามความพึงพอใจ การแก้ไขปัญหา และการให้บริการหลังการเข้าพักมากกว่าด้านการส่งเสริมการตลาด จึงส่งผลให้ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ใช่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในครั้งนี้

จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท มีประโยชน์และข้อเสนอแนะต่อไปนี้

1. **ปัจจัยประชากรศาสตร์** พบว่า ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังเช่น กลุ่มอาชีพนักศึกษาที่มีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพข้าราชการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรออกแบบกิจกรรมที่ส่งเสริม ความสนุกสนานและการสร้างประสบการณ์ร่วมกับเพื่อน เช่น กิจกรรมสันทนาการ การแข่งขัน การจัดพื้นที่ สำหรับการถ่ายภาพ และการมอบสิทธิพิเศษสำหรับกลุ่มนักศึกษาซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจและสร้าง ประสบการณ์ที่ดีของกลุ่มลูกค้า

2. **ปัจจัยด้านกระบวนการ** ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ เช็กอิน (Check-in) และเช็กเอาท์ (Check-out) รวมทั้งความสะอาดของห้องพักและห้องน้ำอยู่ในระดับมาก โรงแรมควรพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดระยะเวลาในการรอคอย การเพิ่มจำนวนพนักงานในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานด้านความสะอาด และการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการและเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในระยะยาว

3. **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ควรให้ความสำคัญกับบริการเสริมของโรงแรมและมาตรการด้านความปลอดภัย โดยเพิ่มบริการเสริมให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น นวดแผนไทย การจัดเลี้ยง การสัมมนา และมาตรการด้านความปลอดภัยทั้งในด้านอุปกรณ์ ระบบรักษาความปลอดภัย และการ ดูแลพื้นที่ส่วนกลาง

4. **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** ควรรักษาและพัฒนารูปแบบอาคารให้มีความสวยงาม แข็งแรง ปลอดภัย และมีเอกลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของโรงแรม ควบคู่กับการดูแลพื้นที่โดยรอบให้มีความร่มรื่น สะอาด และเงียบสงบ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนและเพิ่มความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ

5. **ปัจจัยด้านบุคคล** ควรส่งเสริมการฝึกอบรมพนักงานด้านการสื่อสาร การอธิบายข้อมูลและขั้นตอนการ ให้บริการให้เข้าใจง่าย รวมถึงการให้บริการด้วยความสุภาพและเต็มใจช่วยเหลือ นอกจากนี้ควรมีการประเมิน คุณภาพการให้บริการของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษามาตรฐานการบริการและสร้างความประทับใจ แก่ผู้ใช้บริการ

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเข้ามาใช้บริการโรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท จังหวัดจันทบุรีเท่านั้น ผลการวิจัยที่ได้อาจมีข้อจำกัดในการนำไปอ้างอิงหรือสรุปผลกับธุรกิจโรงแรม หรือสถานประกอบการประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่น เนื่องจากแต่ละสถานประกอบการอาจมีลักษณะการให้บริการ กลุ่มลูกค้า และบริบททางธุรกิจที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงแรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น โรงแรมควรรักษามาตรฐานและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะด้านห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการของพนักงาน อาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนบรรยากาศและการตกแต่งของ โรงแรม นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อคำขอและข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วและ

เหมาะสม รวมถึงกำหนดราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพของห้องพักและบริการ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ อันจะนำไปสู่การสร้างภาพประทับใจและส่งเสริมความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้สนใจควรศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ เช่น คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่า ภาพลักษณ์ของโรงแรม ความภักดีของลูกค้า และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แทนการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสได้รับการคัดเลือกอย่างเหมาะสมและเป็นตัวแทนของประชากรได้มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *ศูนย์วิจัยการตลาดและท่องเที่ยว*. <https://www.tat.or.th/th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2568). *สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ (เดือนมกราคม-มีนาคม 2568) และคาดการณ์สถานการณ์ (เดือนเมษายน-มิถุนายน 2568)*. <https://tatreviewmagazine.com>
- คำณวน ชุมณี. (2561). *โมเดลแสดงอิทธิพลของคุณภาพบริการของโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงาต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *จิตวิทยาการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรัชวรรณ จันทรัตน์, เกรียงศักดิ์ บุญทศ, ฐานิตา ฮ่องฤกษ์, และอนันต์ร ชำของ. (2566). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โรงแรม โยเทล เดอลัตตา. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 14(1), 57–68.
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/15523>
- ธนิดา ธนทรัพย์สิน. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแบรนด์โรงแรม (ไทยและนานาชาติ): กรณีศึกษาเมืองพัทยา ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 30–55.
- พุทธินันท์ ปัญญาพัฒน์. (2560). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ไพศาล บุญชูใจ และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมแกรนด์อินเตอร์โฮเทล จังหวัดสมุทรสาคร. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563* (น. 304–316). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
<https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/view/1721/1322>
- มณทิรา ชุนลิม. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พักโรงแรมระดับห้าดาวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 9(2), 89–101.

- โรงแรมมัลดีฟส์ บีช รีสอร์ท. (2567). *จำนวนผู้เข้าพักปี 2565-2567* [ข้อมูลภายในที่ไม่ได้เผยแพร่].
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. *วารสารวิจัยการศึกษา*, 14(3), 8-11.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. วิสัทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *การวิจัยธุรกิจ*. เอ. แอนด์.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2568). *ข้อมูลจังหวัดจันทบุรี: ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและโรงแรม*.
<http://www.chanthaburi.go.th/>
- สำนักงานสถิติจังหวัดจันทบุรี. (2568a). *จำนวนนักท่องเที่ยว*. <https://chanthaburi.nso.go.th/>
- สำนักงานสถิติจังหวัดจันทบุรี. (2568b). *รายได้จากการท่องเที่ยว*. <https://chanthaburi.nso.go.th/>
- สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี. (2568). *ข้อมูลโรงแรมจังหวัดจันทบุรี*. <https://www.adt.or.th/>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 6). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา ชื่นขำ และมณฑาทันติ ชุบชวงค์. (2566). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 25(2), 120-131. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/269793>
- อนิรุทธิ์ เจริญสุข. (2568). แนวทางการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในโครงการ Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA): กรณีศึกษาเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. *สัปดาห์: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 31(2), 133-149.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/268991>
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). Wiley.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). Customer satisfaction and retention: The experiences of individual employees. *Managing Service Quality*, 14(1), 40-57.
- Jahmani, A., Jawabreh, O., Abokhoza, R., & Alrabei, A. M. (2023). The impact of marketing mix elements on tourists' satisfaction towards five-star hotel services in Dubai during COVID-19. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(2), 335-346.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). Guilford Press.

- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (10th ed.). Prentice Hall.
- Limpasin, T., Pongwiritthon, K., Pisitwej, W., & Panturee, W. (2025). Marketing mix factors influencing customer satisfaction in the hotel industry of Upper Northern Thailand. *RATANABUTH JOURNAL*, 7(2), 554–568. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/rtnb/article/view/7289>
- Lohr, S. L. (2023). Survey design and nonresponse. *International encyclopedia of education* (4th ed.). Elsevier.
- Myaing, W. (2025). *Marketing mix 7Ps, customer satisfaction and customer loyalty of Amayar Nadi Hotel in Mandalay* [Unpublished master's thesis]. University of Co-operative and Management, Sagaing, MERAL Myanmar Education Research and Learning Portal. <https://www.meral.edu.mm/records/12374>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Scheffé, H. (1953). A method for judging all contrasts in the analysis of variance. *Biometrika*, 40(1/2), 87–104.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Consumer behavior*. Prentice Hall.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Yamane, T. (1970). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). John Weatherhill.

The Factors Determining Saving Intention According to Patterned Behavior Theory: A Case Study of Members of the Kasetsart University Savings Cooperative

Pitchaya Suebsaithai, Ratthaneepa Chawpong* and Atiphanan Suwimolsathian

Department of Cooperative, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

*Corresponding author: ratthaneepa.c@ku.th

Abstract

The determinants of members' intention to increase deposits at the Kasetsart University Savings Cooperative by employing the Theory of Planned Behavior, encompassing Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control. The sample comprised 382 cooperative members. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics, Analysis of Variance (ANOVA), and Multiple Linear Regression analysis. The reliability assessment demonstrated good to excellent internal consistency, with Cronbach's Alpha coefficients ranging from 0.839 to 0.909. The regression analysis revealed that Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control exerted significant positive influences on saving intention. The proposed model accounted for 44.9% of the variance in saving intention ($R^2 = 0.449$). Furthermore, education level and average monthly income were found to significantly differentiate members' decisions to increase deposits. Notably, perceived behavioral control emerged as the most influential predictor of members' intention to increase deposits. Therefore, the Kasetsart University Savings Cooperative should promote members' perceived behavioral control by providing convenient saving channels and measures that facilitate increased deposits. In addition, the cooperative should foster positive attitudes toward saving and continuously communicate the benefits of saving to enhance members' intention to increase their deposits.

Keywords: Saving Intention, Theory of Planned Behavior, Savings and Credit Cooperative

ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน: กรณีศึกษาสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พิชญา สืบสายไทย รัฐณิภา ขาวพงษ์* และ อธิภานันท์ สุวิมลเสถียร

ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

*Corresponding author: ratthaneepa.c@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งประกอบด้วย ทศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้ การควบคุมพฤติกรรม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอย เชิงพหุ ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือพบว่าอยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยมีค่า Cronbach's Alpha อยู่ระหว่าง 0.839–0.909 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุพบว่า ทศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการออม โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจได้ร้อยละ 44.9 ($R^2 = 0.449$) นอกจากนี้ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจออม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อความตั้งใจในการออมของสมาชิก ดังนั้นสหกรณ์ ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ควรส่งเสริมการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมของสมาชิก โดยพัฒนาช่องทางและมาตรการที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการออม ควบคู่กับการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการออมและ การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมความตั้งใจในการออมของสมาชิกให้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการออม, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน, สหกรณ์ออมทรัพย์

© 2026 AEMS: Applied Economics, Management and Social Sciences

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจมีความผันผวน ความไม่แน่นอนของรายได้ และค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น การออมเงินจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคงและความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงทางการเงินของครัวเรือน อย่างไรก็ตามจากรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจของ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ในปี พ.ศ. 2566 พบว่า สัดส่วนหนี้ภาคครัวเรือนของไทยยังคงอยู่ในระดับสูงถึงร้อยละ 90.9 ต่อ GDP ซึ่งสวนทางกับอัตราการออมภาคครัวเรือนที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง ซึ่งสะท้อนถึงความเปราะบางทางการเงินในระดับประเทศ ปัญหาดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในภาคเอกชนเท่านั้นแต่ยังพบในกลุ่มบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเช่นกัน ซึ่งแม้จะมีรายได้ประจำแต่ก็ยังเผชิญกับภาระหนี้สินและความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในระยะยาว

สหกรณ์ออมทรัพย์มีบทบาทสำคัญในฐานะสถาบันการเงินภาคประชาชนที่สนับสนุนการออมและเสริมสร้างวินัยทางการเงินของสมาชิก โดยเฉพาะสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด ซึ่งเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกเป็นบุคลากรทางการศึกษา ข้าราชการ และพนักงานของรัฐมากกว่า 8,000 คน และมีสินทรัพย์รวมกว่า 49,754 ล้านบาท สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ประจำและมีความมั่นคงทางอาชีพ จึงเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการออมค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม แม้สมาชิกจะมีศักยภาพในการออมจากการมีรายได้ที่มั่นคง แต่การเพิ่มเงินฝากของสมาชิกไม่ได้เกิดขึ้นในระดับเดียวกัน และยังไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนว่าปัจจัยใดทำให้สมาชิกบางส่วนมีแนวโน้มเพิ่มเงินฝากมากกว่าสมาชิกกลุ่มอื่น สะท้อนว่าปัจจัยด้านรายได้หรือศักยภาพทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการอธิบายการตัดสินใจเพิ่มเงินฝากของสมาชิก หากยังมีปัจจัยด้านพฤติกรรมและจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าว การทำความเข้าใจปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้สหกรณ์สามารถกำหนดมาตรการหรือแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมให้สมาชิกเพิ่มการออมและการฝากเงินมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของสมาชิกและเสถียรภาพของสหกรณ์ในระยะยาว

แม้ว่าวรรณกรรมด้านการเงินเชิงพฤติกรรมจะยอมรับว่าปัจจัยทางจิตวิทยามีบทบาทต่อการตัดสินใจทางการเงิน แต่กรอบการอธิบายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดในการอธิบายกลไกที่นำไปสู่การออม งานวิจัยส่วนใหญ่ เช่น Allom et al. (2018) และ Satsios et al. (2020) มักศึกษา "พฤติกรรมการออม" (Saving Behavior) ในฐานะผลลัพธ์สุดท้าย โดยให้ความสำคัญกับผลลัพธ์เชิงประจักษ์มากกว่ากระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนการแสดงผลพฤติกรรม แนวทางดังกล่าวก่อให้เกิดข้อจำกัดเชิงทฤษฎี เนื่องจากการตัดสินใจทางการเงินมิได้เกิดขึ้นโดยตรงจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ แต่ผ่านกระบวนการประเมินเชิงจิตวิทยาซึ่งสะท้อนผ่าน "ความตั้งใจในการออม" (Saving Intention) การละเลยตัวแปรดังกล่าวทำให้องค์ความรู้เดิมไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนว่า เหตุใดบุคคลที่มีระดับรายได้และศักยภาพทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกันจึงมีระดับการเพิ่มเงินฝากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ความไม่สมบูรณ์ของกรอบการอธิบายนี้จึงสะท้อนความจำเป็นในการศึกษากลไกที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติ อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการออม

เพื่ออธิบายข้อจำกัดเชิงทฤษฎีดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาบทบาทของความตั้งใจในการออมในฐานะกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยเชิงจิตวิทยากับการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เพื่ออธิบายอิทธิพลของทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ที่มีต่อความตั้งใจในการออม การศึกษานี้ตั้งอยู่บนแนวคิดว่าการตัดสินใจออมมิใช่เป็นเพียงการตอบสนองต่อแรงจูงใจทางเศรษฐกิจหรือผลตอบแทนจากการออมเท่านั้น หากเป็นกระบวนการประเมินเชิงเหตุผลที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการรับรู้คุณค่าของการออม ความคาดหวังจากสังคม และการประเมินศักยภาพของตนเองในการบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงิน

ในด้านระเบียบวิธีวิจัย การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 382 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา การวิเคราะห์ความ

แปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อประเมินอิทธิพลของปัจจัยตามกรอบแนวคิด TPB ที่มีต่อความตั้งใจในการออม พร้อมทั้งควบคุมผลกระทบจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่อาจก่อให้เกิดความเอนเอียงในการประมาณค่า

ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิด บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุด ขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางประการ ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการเป็นผู้หารายได้หลักของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออมอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อค้นพบดังกล่าวนำเสนอคุณูปการเชิงทฤษฎีที่สำคัญในสองประการ ประการแรก งานวิจัยนี้ขยายขอบเขตการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยแสดงให้เห็นว่า ความตั้งใจในการออมเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยเชิงจิตวิทยากับพฤติกรรมทางการเงิน ประการที่สอง การศึกษานี้เสนอการเปลี่ยนมุมมองจากการอธิบายการออมด้วยแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว ไปสู่การอธิบายว่าการเพิ่มเงินฝากเป็นผลของกระบวนการตัดสินใจเชิงจิตวิทยาสังคมที่เกิดจากการประเมินทัศนคติ อิทธิพลของบุคคลรอบข้าง และการรับรู้ศักยภาพของตนเอง ซึ่งช่วยขยายองค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการออมของสหกรณ์ออมทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและสมมติฐานการศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

เมื่อสังเคราะห์ผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับความตั้งใจและพฤติกรรมการออมในช่วงหลายปีที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการอธิบายปัจจัยเชิงพฤติกรรมมากกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยงานวิจัยส่วนใหญ่นิยมประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ความตั้งใจในการออม และพฤติกรรมออม ทั้งนี้ยังมีการบูรณาการแนวคิดอื่นร่วมด้วย เช่น Integrated Behavioral Model (IBM), Life-Cycle Hypothesis (LCH) และ Behavioral Finance Theory (BFT) เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมทางการเงินในบริบทที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ให้ผลสอดคล้องกันว่า ทักษะคิดและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออม โดยผลดังกล่าวพบทั้งในกลุ่มนักศึกษา คนวัยทำงาน ครีวเรือน และประชาชนทั่วไปในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย และบราซิล นอกจากนี้ ความตั้งใจในการออมยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงปัจจัยด้านจิตวิทยาไปสู่พฤติกรรมออมจริง สะท้อนให้เห็นว่า แม้บุคคลจะมีความรู้หรือแรงจูงใจในการออม แต่หากไม่เกิดความตั้งใจที่ชัดเจนก็อาจไม่สามารถแสดงพฤติกรรมออมได้จริง

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) ยังมีความแตกต่างกันตามบริบทของการศึกษา โดยบางงานวิจัยพบว่าการสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลสำคัญมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการออม ขณะที่บางการศึกษาพบว่าบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยส่งผลเพียงทางอ้อมผ่านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรมและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาแตกต่างกันในแต่ละประเทศ

นอกจากตัวแปรตามกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) แล้ว งานวิจัยในระยะหลังยังขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่ปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออม ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน การควบคุมตนเอง นิสัยการออม มุมมองต่ออนาคต อิทธิพลจากครอบครัว เพื่อน ศาสนา และผลตอบแทนจากการออม โดยส่วนใหญ่พบว่าความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจในการออมผ่านการเพิ่มความมั่นใจในการบริหารจัดการทางการเงินของตนเอง ขณะที่ปัจจัยด้านการควบคุมตนเอง และนิสัยการออมช่วยสนับสนุนให้ความตั้งใจพัฒนาไปสู่พฤติกรรมการออมที่เกิดขึ้นจริง

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ดำเนินการในกลุ่มนักศึกษา คนวัยทำงาน พนักงานภาคบริการ ลูกค้าสถาบันการเงิน เยาวชน และครัวเรือน โดยมีจำนวนตัวอย่างอยู่ระหว่างประมาณ 117–625 คน ความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออมอาจแตกต่างกันตามช่วงวัย อาชีพ รายได้ และบริบททางสังคม เช่น งานวิจัยในกลุ่มศึกษามักให้ความสำคัญกับความรู้ทางการเงินและอิทธิพลจากครอบครัว ขณะที่งานวิจัยในกลุ่มวัยทำงานให้ความสำคัญกับรายได้ ผลตอบแทนจากการออม และการควบคุมพฤติกรรมของตนเองมากกว่า

ด้านวิธีวิจัย พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนิยมใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM และ Partial Least Squares Structural Equation Modeling: PLS-SEM) เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตรวจสอบอิทธิพลทั้งทางตรง ทางอ้อม และบทบาทของตัวแปรสื่อกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่บางการศึกษาใช้ Path Analysis หรือ Probit Regression ให้สอดคล้องกับลักษณะของตัวแปรและวัตถุประสงค์ของการวิจัย แม้ว่าวิธีการวิเคราะห์จะแตกต่างกัน แต่ผลการศึกษาส่วนใหญ่ยังคงสนับสนุนความเหมาะสมของการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ในการอธิบายความตั้งใจและพฤติกรรมการออม

แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาได้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการออมอย่างกว้างขวาง แต่การศึกษาส่วนใหญ่ยังเป็นการวิจัยในต่างประเทศ ซึ่งมีบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และระบบสถาบันการเงินที่แตกต่างจากประเทศไทย อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คนวัยทำงาน หรือประชาชนทั่วไป ขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะสหกรณ์ออมทรัพย์ของสถาบันการศึกษา ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านระบบสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และแรงจูงใจในการออมที่แตกต่างจากการออมผ่านสถาบันการเงินทั่วไป

ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อความตั้งใจในการออม อันจะช่วยเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ไทย และเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดแนวทางส่งเสริมการออมของสมาชิกได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 1 สรุปความเหมือนและความแตกต่างของงานวิจัยเพื่อการเปรียบเทียบ

ผู้วิจัย (ปี)	กลุ่มที่ศึกษา	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	วิธีวิเคราะห์	ผลการวิจัยสำคัญ
Allom et al. (2018)	ชาวอเมริกัน 594 คน	ความตั้งใจการควบคุมตนเอง นัยสัการออม แรงกระตุ้นแบบหุ่นหัน	พฤติกรรม การออม	SEM	ความตั้งใจ การควบคุมตนเอง และนัยสัการออมส่งผลต่อ พฤติกรรมการออม ส่วนแรง กระตุ้นแบบหุ่นหันลดการออม เมื่อมีนัยสัการออมต่ำ
Qoirunnisa and Asandimitra (2024)	นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ 250 คน	ความรู้ทางการเงิน ทัศนคติอิทธิพลทางสังคม การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	ความตั้งใจในการออม	SEM	ความรู้ทางการเงินและทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออม โดยอิทธิพลทางสังคมและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีบทบาทสนับสนุน
Dharmarathna and Kumari (2023)	ลูกค้าเยาวชนของธนาคารเฉพาะทางในศรีลังกา	ผลประโยชน์ทางการเงิน ความรู้ทางการเงิน รายได้อิทธิพลต่อการควบคุมตนเอง	ความตั้งใจในการออม	สถิติเชิงปริมาณ	ผลประโยชน์ทางการเงินมีอิทธิพลสูงสุด ส่วนรายได้มีอิทธิพลต่ำสุดต่อความตั้งใจในการออม
Satsios et al. (2020)	ครัวเรือนชาว Pomaks 400 ครัวเรือน	ทัศนคติบรรทัดฐานทางสังคม PBCความศรัทธาทางศาสนา	ความตั้งใจในการออม พฤติกรรม การออม	Path analysisSEM	ทัศนคติและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อพฤติกรรมการออม บรรทัดฐานส่งผลต่อความตั้งใจ และศาสนาช่วยเสริมแรงจูงใจในการออม
Lopez et al. (2024)	ประชากร Gen Y ในประเทศมาเลเซีย 500 คน	ทัศนคติการควบคุมที่รับรู้ความสามารถ ตนเองความรู้ทางการเงิน ความชอบด้านเวลา	ความตั้งใจในการออม พฤติกรรม การออม	PLS-SEM	ทัศนคติ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม และความสามารถตนเองส่งผลต่อความตั้งใจ ส่วนความรู้ทางการเงินและความชอบด้านเวลาส่งผลต่อพฤติกรรมการออม
Do et al. (2024)	นักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศเวียดนาม 625 คน	ความรู้ทางการเงินการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม	ความตั้งใจในการออม	PLS-SEM	ความรู้ทางการเงินส่งผลต่อความตั้งใจทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม

ตารางที่ 1 (ต่อ)

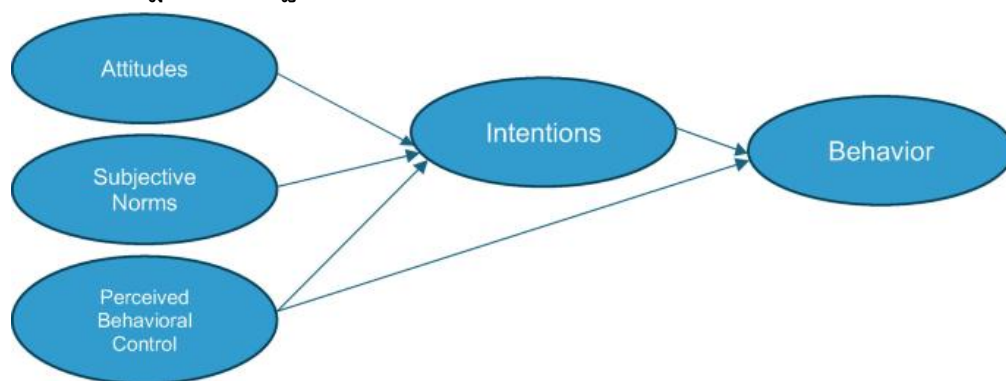
ผู้วิจัย (ปี)	กลุ่มที่ศึกษา	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	วิธีวิเคราะห์	ผลการวิจัยสำคัญ
Danish et al. (2020)	พนักงานภาคบริการ 400 คน	ทัศนคติแรงจูงใจ	ความตั้งใจในการออม การออม พฤติกรรม การออม	แบบจำลองเชิงสาเหตุ	ความตั้งใจในการออมเป็นตัวแปรสื่อกลางระหว่างทัศนคติและแรงจูงใจกับพฤติกรรม การออม
Marheni et al. (2024)	คนรุ่น Z จำนวน 458 คน	ความรู้ทางการเงิน ครอบครัว/เพื่อน ศาสนาการควบคุม ตนเองมุมมองอนาคต	ความตั้งใจในการออม การออม พฤติกรรม การออม	PLS-SEM	ความรู้ทางการเงิน ศาสนาและมุมมองอนาคตส่งผลต่อความตั้งใจ ส่วนเพื่อนครอบครัว และความตั้งใจส่งผลต่อพฤติกรรม ขณะที่การควบคุมตนเองไม่มีนัยสำคัญ
Widjaja et al. (2020)	คนวัยทำงานในกรุงจาการ์ตาจำนวน 469 คน	ความรู้ทางการเงิน บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย	ความรู้ทางการเงิน การออม	SEM-PLS	ความรู้ทางการเงินส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านทัศนคติและความตั้งใจ ส่วนบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยส่งผลทางอ้อมผ่านทัศนคติ
Gerrans and Heaney (2019)	นักศึกษาในมหาวิทยาลัยในประเทศออสเตรเลีย	การเรียนรู้วิชาการเงินส่วนบุคคล	ความรู้ทางการเงิน การเงิน ทัศนคติความตั้งใจแสดง พฤติกรรม ทางการเงิน	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ	การเรียนรู้การสอนช่วยเพิ่มความรู้ทางการเงินและปรับทัศนคติ ส่งผลให้ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมทางการเงินดีขึ้น
Mahdzan and Tabiani (2013)	ประชาชนใน Klang Valley ประเทศมาเลเซียจำนวน 192 คน	ความรู้ทางการเงิน รายได้อายุเพศ การศึกษาการออม สม่ำเสมอการยอมรับ ความเสี่ยง ฯลฯ	การมีเงินออม	Probit regression	ความรู้ทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการมีเงินออมของบุคคล
Batham et al. (2025)	ทบทวนงานวิจัย 112 เรื่อง	ปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยเศรษฐกิจ ความรู้ทางการเงิน ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยมหภาค	พฤติกรรม การออม	Systematic literature review	พฤติกรรมการออมได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย และเสนอช่องว่างการวิจัยสำหรับการศึกษาในอนาคต

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผู้วิจัย (ปี)	กลุ่มที่ศึกษา	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	วิธีวิเคราะห์	ผลการวิจัยสำคัญ
Nizar et al. (2021)	นักศึกษาวิทยาลัย ชุมชนในประเทศ มาเลเซีย จำนวน 117 คน	ทัศนคติบรรทัดฐาน ทางสังคมการรับรู้ การควบคุม พฤติกรรม (PBC)แอป พลิเคชันทางการเงิน (ตัวแปรกำกับ)	ความตั้งใจใน การออม	PLS	ทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้การควบคุม พฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจ ในการออม ขณะที่แอปพลิเคชัน ทางการเงินไม่เป็นตัวแปร กำกับ

ที่มา: ผู้วิจัยสังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและสมมติฐานของการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ที่มา: The Theory of Planned Behavior by Icek Ajzen, 1985

การศึกษาครั้งนี้พัฒนากลอบแนวคิดของการวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1985) เป็นพื้นฐานในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยทฤษฎีดังกล่าวนำเสนอแนวทางอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงจิตวิทยากับพฤติกรรมที่มีเจตนาหรือตั้งใจอย่างเป็นระบบ โดยมีสมมติฐานสำคัญว่า “ความตั้งใจ” (Intention: INT) เป็นตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายพฤติกรรมได้ดีที่สุด กล่าวคือ พฤติกรรมของบุคคลมิได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ หากแต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการตัดสินใจเชิงเหตุผลที่สะท้อนผ่านระดับความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาครั้งนี้ “ความตั้งใจในการออม (Saving Intention)” จึงถูกพิจารณาในฐานะตัวแปรสำคัญที่สะท้อนระดับความมุ่งมั่น ความพร้อม และแนวโน้มของบุคคลในการเพิ่มเงินออมหรือฝากเงินเพิ่มเติมในอนาคต ความตั้งใจนี้ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยเชิงจิตวิทยากับพฤติกรรมการออมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจริง ตามทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ความตั้งใจในการออมได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบสำคัญสามด้าน ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ซึ่งแต่ละด้านมีบทบาทในการกำหนดระดับความตั้งใจของบุคคลแตกต่างกัน โดยทัศนคติต่อการออมสะท้อนการประเมินเชิงบวกหรือเชิงลบของสมาชิกต่อผลลัพธ์ของการ

ออม เช่น การรับรู้ถึงความมั่นคงทางการเงิน ผลตอบแทนในระยะยาว หรือความคุ้มค่าในการบริหารจัดการเงิน หากสมาชิกประเมินว่าการออมก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าในระยะยาว ย่อมส่งผลให้ความตั้งใจในการออมเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากมองว่าการออมเป็นข้อจำกัดต่อสภาพคล่องหรือกระทบต่อการใช้จ่ายประจำวัน ความตั้งใจดังกล่าวอาจลดลง บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย หมายถึง การรับรู้ของบุคคลต่อความคาดหวังหรือแรงกดดันจากบุคคลหรือกลุ่มที่มีความสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือชุมชน หากสภาพแวดล้อมทางสังคมให้คุณค่าและสนับสนุนพฤติกรรมออม สมาชิกย่อมมีแนวโน้มพัฒนาความตั้งใจในการออมในระดับที่สูงขึ้น ทั้งนี้ อิทธิพลของบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยส่งผลต่อพฤติกรรมผ่านกลไกของความตั้งใจเป็นสำคัญ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมสะท้อนระดับความเชื่อของบุคคลว่าตนมีทรัพยากร ความสามารถ และโอกาสเพียงพอในการปฏิบัติพฤติกรรมออม หากสมาชิกเชื่อว่าตนมีรายได้เพียงพอ มีวินัยทางการเงิน มีความรู้ในการบริหารจัดการเงิน และมีช่องทางการฝากเงินที่สะดวก ความตั้งใจในการออมย่อมเพิ่มสูงขึ้น ในทางกลับกัน หากรับรู้ว่ามีข้อจำกัดด้านรายได้ ภาระหนี้สิน หรือขาดทักษะทางการเงิน ความตั้งใจในการออมก็อาจอยู่ในระดับที่ต่ำ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนารอบแนวคิดของการศึกษาครั้งนี้โดยอาศัยทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นพื้นฐาน และกำหนดให้ทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) เป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT) ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

H1: ทัศนคติ (Attitude: ATT) ของสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT)

H2: บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) ซึ่งหมายถึงแรงกดดันหรือแรงสนับสนุนจากสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT)

H3: การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ของสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT)

วิธีการศึกษา

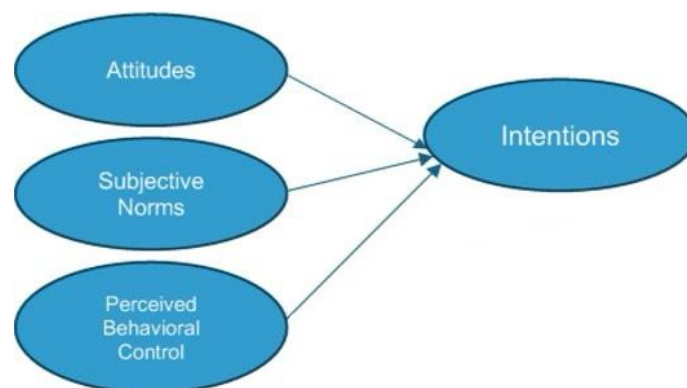
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติและเศรษฐมิติที่เหมาะสม โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert 5 ระดับ ครอบคลุมตัวแปรตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ได้แก่ ทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) โดยมีความตั้งใจฝากเงิน (Intention: INT) เป็นตัวแปรตาม ก่อนวิเคราะห์ ได้ตรวจสอบคุณภาพข้อมูลและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่า Cronbach's Alpha หากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ จากนั้นใช้สถิติพรรณนา (ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด-สูงสุด) เพื่ออธิบายลักษณะประชากร และทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย สถิติ One-Way ANOVA และใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจากสมการ

$$INT_i = \beta_0 + \beta_1 ATT_i + \beta_2 SN_i + \beta_3 PBC_i + \gamma X_i + u_i \quad (1)$$

โดยที่ X_i คือเวกเตอร์ของตัวแปรควบคุมทางประชากรศาสตร์ u_i คือค่าความคลาดเคลื่อนของสมการ (Error Term) ก่อนการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง ได้ดำเนินการตรวจสอบข้อสมมติเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง ประกอบด้วย การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ด้วยค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อประเมินความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การตรวจสอบความเป็นอิสระของค่าความคลาดเคลื่อน (Independence of Errors) การตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของค่าความคลาดเคลื่อน (Normality of Residuals) และการตรวจสอบความแปรปรวนคงที่ของค่าความคลาดเคลื่อน (Homoscedasticity) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อสมมติของการวิเคราะห์การถดถอยและผลการประมาณค่ามีความน่าเชื่อถือ

หากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติจะสามารถยืนยันสมมติฐานของการวิจัยและช่วยตอบวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการออมของสมาชิกในอนาคต โดยความตั้งใจในการฝากเงินได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ทศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ตามกรอบแนวคิดของ (Theory of Planned Behavior: TPB) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของการศึกษา

ที่มา: The Theory of Planned Behavior by Icek Ajzen, 1985

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกใช้ ความตั้งใจในออม (Intention: INT) เป็นตัวแปรตาม เนื่องจากสอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งอธิบายว่าความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถใช้ทำนายการเกิดพฤติกรรมในอนาคตได้ ดังนั้น การศึกษาความตั้งใจจึงสามารถสะท้อนแนวโน้ม การตัดสินใจของสมาชิกต่อการออมได้อย่างเหมาะสม และการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามจากสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งเหมาะสำหรับการวัดตัวแปรด้านการรับรู้ และทัศนคติของสมาชิก เช่น ได้แก่ ทศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความตั้งใจในการฝากเงิน เนื่องจากเป็นตัวแปรเชิงการรับรู้ที่สามารถประเมินได้ผ่านมาตรวัดแบบ Likert ในขณะที่การศึกษากิจกรรมการออมเงินจริงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลธุรกรรมทางการเงินหรือประวัติการฝาก

เงินของสมาชิก ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงข้อมูลและความเป็นส่วนตัวของสมาชิก ดังนั้น การใช้ความตั้งใจในการออมเป็นตัวแปรตามจึงมีความเหมาะสมกับทั้งกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและวิธีการเก็บข้อมูล ของการวิจัยครั้งนี้

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมจากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งสมาชิกสามัญและสมาชิกสมทบ โดยกำหนดให้สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นหน่วยการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ (Empirical Setting) เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่มีรายได้ประจำ มีความมั่นคงในอาชีพ และอยู่ภายใต้ระบบการออมเดียวกันผ่านสหกรณ์ ส่งผลให้ความแตกต่างด้านรายได้และโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการเงินมีแนวโน้มลดลง จึงเหมาะสมสำหรับการศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมตามกรอบแนวคิดทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (Theory of Planned Behavior: TPB) โดยช่วยแยกอิทธิพลของทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ที่มีต่อความตั้งใจในการออมออกจากข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจพื้นฐาน ทั้งนี้ แม้ว่าการศึกษาจะดำเนินการในบริบทของสหกรณ์แห่งเดียว แต่ลักษณะของสมาชิกซึ่งเป็นผู้มีรายได้ประจำสะท้อนกลุ่มแรงงานในภาครัฐและสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีบทบาทสำคัญต่อการออมภาคครัวเรือน จึงสามารถใช้เป็นกรณีศึกษาเพื่ออธิบายกลไกของพฤติกรรมการออมในระดับมหภาคได้ในเชิงทฤษฎี

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Quantitative Design) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาเดียวกัน คือ พ.ศ. 2569 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิด TPB ภายใต้บริบททางเศรษฐกิจและสังคมเดียวกัน ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎี พฤติกรรมตามแบบแผน กรณีศึกษาสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์สภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นหากเก็บข้อมูลต่างช่วงเวลา

ประชากรของการวิจัย ได้แก่ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 8,230 คน ขนาดตัวอย่างคำนวณด้วยสูตร Slovin ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 382 คน การคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงสมาชิกและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria) ได้แก่ (1) เป็นสมาชิกสามัญหรือสมาชิกสมทบของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2) มีสถานะสมาชิกปกติในช่วงเก็บข้อมูล และ (3) ยินยอมตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ ส่วนเกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria) ได้แก่ แบบสอบถามที่ตอบไม่ครบถ้วน มีข้อมูลสูญหายอย่างมีนัยสำคัญ หรือมีลักษณะการตอบแบบซ้ำเป็นรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งฉบับ (Straight-lining Response) ซึ่งอาจส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ซึ่งพัฒนาจากกรอบแนวคิด Theory of Planned Behavior (TPB) และดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรทัศนคติและความตั้งใจในการออมอ้างอิงจาก Ajzen (1985) ร่วมกับงานวิจัยของ Lopez et al. (2024), Nizar et al. (2021) และ Qoirunnisa and Asandimitra (2024) ส่วนตัวแปรบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยและการรับรู้การ

ควบคุมพฤติกรรมพัฒนาจากงานวิจัยของ Satsios et al. (2020), Do et al. (2024) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ปรับข้อคำถามให้เหมาะสมกับบริบทของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.839–0.909 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับดีและเหมาะสมสำหรับการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของทัศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อความตั้งใจในการออม โดยใน การประมาณแบบจำลองได้กำหนดตัวแปรควบคุมด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และ สถานภาพสมรส เพื่อควบคุมผลกระทบจากปัจจัยพื้นฐานที่อาจส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และลดความเอนเอียงของค่าประมาณที่อาจเกิดจากตัวแปรแทรกซ้อน

แม้ว่าการศึกษานี้จะช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงพฤติกรรมกับความตั้งใจในการออมได้ เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากเป็นการศึกษาข้อมูลแบบภาคตัดขวาง จึงไม่สามารถยืนยันความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลตามลำดับเวลาได้อย่างสมบูรณ์ นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองอาจได้รับอิทธิพลจากความเอนเอียงในการตอบ (Response Bias) หรือการตอบเพื่อให้เป็นที่ยอมรับทางสังคม (Social Desirability Bias) ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่พบได้ทั่วไปในการวิจัยเชิงพฤติกรรม

ตารางที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวนคน	สัดส่วน (%)
1. เพศ		
ชาย	149	39.01
หญิง	222	58.11
LGBTQ+	11	2.88
รวม	382	100.00
2. อายุ		
20–25 ปี	35	9.16
26–35 ปี	84	21.99
36–45 ปี	80	20.94
มากกว่า 45 ปี	183	47.91
รวม	382	100.00
3. สถานภาพครอบครัวปัจจุบัน		
โสด	183	47.90
สมรส	169	44.24
หย่าร้าง	15	3.93

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวนคน	สัดส่วน (%)
หม้าย	15	3.93
รวม	382	100.00
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	42	10.99
ปริญญาตรี	166	43.46
ปริญญาโท	101	26.44
ปริญญาเอก	73	19.11
รวม	382	100.00
5. อาชีพ		
บุคลากรของ มก.	352	92.15
ลูกจ้างประจำของสหกรณ์	1	0.26
ลูกจ้างประจำของสถานีวิจัย มก.	1	0.26
ลูกจ้างประจำหน่วยงานพิเศษอื่นในสังกัด ของ มก.	1	0.26
นิสิต มก. (สมาชิกสมทบ)	—	—
ลูกจ้างชั่วคราวของ มก. (สมาชิกสมทบ)	3	0.79
บุคคลในครอบครัวของสมาชิก (สมาชิก สมทบ)	24	6.28
รวม	382	100.00
6. รายได้		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	11	2.88
10,001–12,000 บาท	14	3.67
12,001–15,000 บาท	20	5.24
15,001–20,000 บาท	45	11.78
20,001–25,000 บาท	52	13.61
25,001–30,000 บาท	64	16.75
30,001 บาทขึ้นไป	176	46.07
รวม	382	100.00

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรโดยใช้แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออม
ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

จากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.11 ซึ่งอยู่ในกลุ่มช่วงอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.91 มีสถานภาพโสด คิด

เป็นร้อยละ 47.91 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.46 อาชีพส่วนใหญ่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 92.15 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.07

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ทศนคติ (Attitude: ATT)			
ท่านเห็นว่าการฝากเงินกับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างความมั่นคงทางการเงิน	4.46597	0.72644	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านคิดว่าการฝากเงินเป็นวิธีการใช้เงินที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย	4.44764	0.72534	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อมีเงินฝากเก็บไว้สำหรับอนาคต	4.63874	0.61509	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านเชื่อว่าการฝากเงินเพิ่มความมั่นใจว่าเป้าหมายทางการเงินจะสำเร็จ	4.34293	0.76346	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกภูมิใจในตนเองเมื่อสามารถฝากเงินได้ตามเป้าหมายโดยรวมแล้ว	4.46335	0.77863	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านเห็นว่าการฝากเงินเป็นพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ	4.51047	0.73076	เห็นด้วยมากที่สุด
2. บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)			
ครอบครัวของท่านสนับสนุนให้ท่านฝากเงินเป็นประจำ	4.37173	0.76198	เห็นด้วยมากที่สุด
เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานของท่านมักฝากเงินกับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ	3.86387	0.93758	เห็นด้วยมากที่สุด
บุคคลที่ท่านเคารพเห็นว่าการฝากเงินเป็นสิ่งที่ควรทำ	4.28272	0.77606	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านรู้สึกว่าคนรอบตัวคาดหวังให้ท่านมีวินัยในการฝากเงิน	4.17801	0.85096	เห็นด้วยมากที่สุด
การฝากเงินเป็นพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสังคมของท่าน	4.17801	0.78686	เห็นด้วยมากที่สุด
3. การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)			
ท่านสามารถจัดสรรงบประมาณรายเดือนเพื่อให้มีเงินฝากได้	4.09686	0.83778	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อให้เหลือเงินฝากในแต่ละเดือน	3.93455	0.89525	เห็นด้วยมากที่สุด
แม้ในช่วงที่มีรายจ่ายสูง ท่านก็ยังสามารถฝากเงินได้	3.89005	0.98730	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านมั่นใจว่าสามารถฝากเงินต่อเนื่องได้ในระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน	3.98953	0.93903	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านสามารถจัดการอุปสรรคต่าง ๆ ที่ขัดขวางการฝากเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.89005	0.92980	เห็นด้วยมากที่สุด
4. ความตั้งใจในการฝากเงิน (Intention: INT)			
ท่านตั้งใจจะฝากเงินทุกเดือนในช่วง 3 เดือนข้างหน้า	4.13351	0.84833	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านมีแผนที่จะเพิ่มจำนวนเงินฝากในปี	4.01832	0.91484	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ท่านตั้งใจจะทำให้การฝากเงินเป็นนิสัยประจำ	4.26178	0.81942	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านตั้งใจจะปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อให้สามารถฝากเงินได้มากขึ้น	4.17801	0.80336	เห็นด้วยมากที่สุด
ท่านมุ่งมั่นที่จะรักษาวินัยการฝากเงินในระยะยาว	4.40314	0.77344	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดย คณะผู้วิจัย (2569)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน พบว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีถึงดีมาก โดยพิจารณาจากค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละตัวแปร ได้แก่ ทศนคติ (Attitude: ATT) เท่ากับ 0.839478 บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) เท่ากับ 0.859028 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) เท่ากับ 0.908823 และความตั้งใจในการออม (Intention: INT) เท่ากับ 0.881765 ซึ่งทุกค่ามีระดับสูงกว่า 0.80 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความสอดคล้องภายในที่ดี สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะตัวแปรการรับรู้ การควบคุมพฤติกรรมที่มีค่าความเชื่อมั่นสูงที่สุด สะท้อนว่ารายชื่อกำถามสามารถวัดโครงสร้างแนวคิดได้อย่างชัดเจนและสม่ำเสมอ

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด” ทุกตัวแปร แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มเชิงบวกต่อพฤติกรรมการฝากเงิน โดยตัวแปรทัศนคติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะประเด็นความรู้สึกสบายใจเมื่อมีเงินฝากเก็บไว้สำหรับอนาคต (Mean = 4.63874, S.D. = 0.61509) ซึ่งเป็นค่าที่สูงที่สุด สะท้อนว่าผู้ตอบให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางการเงิน และความปลอดภัยในอนาคตอย่างชัดเจน ด้านบรรทัดฐาน เชิงอัตวิสัยพบว่าแรงสนับสนุนจากครอบครัวมีค่าเฉลี่ยสูง (Mean = 4.37173, S.D. = 0.76198) ในขณะที่อิทธิพลจากเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าข้ออื่น (Mean = 3.86387, S.D. = 0.93758) แม้ยังอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดก็ตาม แสดงให้เห็นว่าครอบครัวมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจฝากเงินมากกว่ากลุ่มเพื่อน สำหรับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม แม้ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูง แต่บางประเด็น เช่น ความสามารถในการฝากเงินแม้มีรายจ่ายสูง (Mean = 3.89005, S.D. = 0.98730) มีค่าต่ำกว่าข้ออื่น สะท้อนว่าปัจจัยด้านรายจ่ายยังเป็นข้อจำกัดต่อพฤติกรรมการฝากเงินของบางส่วน ด้านความตั้งใจในการฝากเงิน พบว่าผู้ตอบมีความมุ่งมั่นในระดับสูง โดยเฉพาะความตั้งใจรักษาวินัยการฝากเงินในระยะยาว (Mean = 4.40314, S.D. = 0.77344) แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ชัดเจน

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเชิงบวกสูงต่อการฝากเงิน ได้รับแรงสนับสนุนทางสังคมโดยเฉพาะจากครอบครัว และมีความตั้งใจในการฝากเงินในระดับมากที่สุด แม้ว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะอยู่ในระดับสูงเช่นกัน แต่ยังมีข้อจำกัดบางประการด้านภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่อธิบายว่าทัศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ

ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม โดยในบริบทของการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรทัศนคติและแรงสนับสนุนจากครอบครัว มีแนวโน้มเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความตั้งใจในการออมอย่างเด่นชัด

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ความเท่ากันของค่าเฉลี่ยในการออมจากสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ที่แบ่งเป็นมากกว่าสองกลุ่ม (ใช้วิธี ANOVA)

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	ชาย (n = 149)	หญิง (n = 222)	LGBTQ+ (n = 11)	p	ผลการทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.46	4.49	4.45	.8761	ไม่แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	4.12	4.22	4.16	.3605	ไม่แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	3.92	4.00	3.75	.4421	ไม่แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	4.15	4.23	4.15	.5334	ไม่แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H_0 : ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มเพศ

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามช่วงอายุ

ตัวแปร	20-25 ปี (n = 35)	26-35 ปี (n = 84)	36-45 ปี (n = 80)	มากกว่า 45 ปี (n = 183)	p	ผลการทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.42	4.36	4.32	4.61	< .0001	แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	4.31	4.05	4.05	4.26	.0160	แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	3.78	3.77	3.89	4.11	.0021	แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	4.34	4.16	4.17	4.20	.5799	ไม่แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H_0 : ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มช่วงอายุ

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตัวแปร	โสด (n = 183)	สมรส (n = 169)	หม้าย (n = 15)	หย่าร้าง (n = 15)	p	ผลการทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.48	4.51	4.09	4.53	.036	แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	4.19	4.19	3.76	4.25	.097	ไม่แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	3.91	4.06	3.64	3.77	.070	ไม่แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	4.26	4.19	3.72	3.99	.016	แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H_0 : ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มสถานภาพสมรส

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปร	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 42)	ปริญญาตรี (n = 166)	ปริญญาโท (n = 101)	ปริญญาเอก (n = 73)	p	ผลการทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.18	4.43	4.58	4.63	< .001	แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	3.99	4.15	4.22	4.27	.134	ไม่แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	3.55	3.84	4.11	4.27	< .001	แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	3.66	4.19	4.34	4.35	< .001	แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H_0 : ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษา

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปร	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4	กลุ่ม 5	กลุ่ม 6	กลุ่ม 7	p	ผลการทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.46	4.83	4.50	5.00	–	4.17	4.69	.287	ไม่แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	4.17	3.80	4.00	4.60	–	3.80	4.29	.772	ไม่แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	3.93	4.00	4.80	5.00	–	3.53	4.34	.078	ไม่แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	4.19	4.60	4.00	4.60	–	3.53	4.39	.355	ไม่แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: กลุ่ม 1 = บุคลากรของ มก. (n = 352); กลุ่ม 2 = ลูกจ้างประจำของสหกรณ์ (n = 1);

กลุ่ม 3 = ลูกจ้างประจำของสถานีวิจัย มก. (n = 1);

กลุ่ม 4 = ลูกจ้างประจำหน่วยงานพิเศษอื่นในสังกัดของ มก. (n = 1); กลุ่ม 5 = นิสิต มก. (สมาชิกสมทบ) (n = 0);

กลุ่ม 6 = ลูกจ้างชั่วคราวของ มก. (สมาชิกสมทบ) (n = 3); และ

กลุ่ม 7 = บุคคลในครอบครัวของสมาชิก (สมาชิกสมทบ) (n = 24) เครื่องหมาย – หมายถึงไม่มีข้อมูล วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H₀: ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอาชีพ

ตารางที่ 9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปร	กลุ่ม 1	กลุ่ม 2	กลุ่ม 3	กลุ่ม 4	กลุ่ม 5	กลุ่ม 6	กลุ่ม 7	p	ผลการ ทดสอบ
ทัศนคติ (Attitude: ATT)	4.64	4.36	4.13	4.33	4.33	4.36	4.64	< .001	แตกต่างกัน
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)	4.53	4.17	4.03	3.99	3.97	4.20	4.27	.024	แตกต่างกัน
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)	4.00	3.60	3.52	3.53	3.65	4.05	4.20	< .001	แตกต่างกัน
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)	4.07	3.97	3.72	4.02	4.00	4.22	4.38	< .001	แตกต่างกัน

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

หมายเหตุ: กลุ่ม 1 = ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 11); กลุ่ม 2 = 10,001–12,000 บาท (n = 14); กลุ่ม 3 = 12,001–15,000 บาท (n = 20); กลุ่ม 4 = 15,001–20,000 บาท (n = 45); กลุ่ม 5 = 20,001–25,000 บาท (n = 52); กลุ่ม 6 = 25,001–30,000 บาท (n = 64); และกลุ่ม 7 = ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป (n = 176) วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA); H₀: ค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางประการมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งแสดงความแตกต่างในหลายองค์ประกอบของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ มุมมองเชิงบวกต่อการออม การรับรู้แรงสนับสนุนทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเพิ่มเงินฝาก ผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิด

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งอธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคล เกิดจากความตั้งใจ และความตั้งใจได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านเพศ พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกองค์ประกอบ โดยค่าระดับนัยสำคัญของทัศนคติต่อการออมเท่ากับ 0.8761 บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย 0.3605 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 0.4421 และความตั้งใจ 0.5334 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งหมด ค่าเฉลี่ยของทัศนคติ ต่อการออมอยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกัน คือ เพศชาย 4.46 เพศหญิง 4.49 และกลุ่ม LGBTQ+ 4.45 ขณะที่ความตั้งใจอยู่ระหว่าง 4.15–4.23 สะท้อนว่าการออมไม่ได้แตกต่างตามเพศ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในเชิงจิตวิทยามากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ให้ความสำคัญกับความเชื่อ และการรับรู้ของบุคคลมากกว่าลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอายุ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทัศนคติต่อการออม ($p < 0.0001$) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ($p = 0.0160$) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($p = 0.0021$) โดยกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี มีคะแนนทัศนคติต่อการออมสูงที่สุดที่ 4.61 และมีการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 4.11 ขณะที่กลุ่มอายุ 26–35 ปี มีคะแนนทัศนคติ 4.36 และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมอยู่ที่ 3.77–3.89 อย่างไรก็ตาม ความตั้งใจในการออม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p = 0.5799$) โดยทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.16–4.34 แสดงให้เห็นว่าแม้อายุส่งผลต่อทัศนคติและความเชื่อมั่น แต่แรงจูงใจในการออมโดยรวมยังคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งอาจเกิดจากเป้าหมายทางการเงินหรือเงื่อนไขทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกันในกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านสถานภาพสมรส พบความแตกต่างในทัศนคติต่อการออม ($p = 0.0362$) และความตั้งใจ ($p = 0.0156$) โดยกลุ่มสมรสมีคะแนนทัศนคติ 4.51 ขณะที่กลุ่มโสด 4.48 และกลุ่มหม้าย 4.09 สำหรับความตั้งใจ กลุ่มโสดมีคะแนน 4.26 กลุ่มสมรส 4.19 และกลุ่มหม้าย 3.72 แสดงให้เห็นว่าสถานภาพชีวิตและภาระความรับผิดชอบต่อครอบครัวอาจส่งผลต่อทัศนคติและแรงจูงใจในการออม ทั้งนี้การมีคู่สมรสหรือครอบครัวอาจเพิ่มแรงสนับสนุนทางสังคมและความคาดหวังในการวางแผนอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านแรงกดดันทางสังคมในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่ามีความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยพบความแตกต่าง ในทัศนคติต่อการออม ($p < 0.0001$) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($p < 0.0001$) และความตั้งใจในการออม ($p < 0.0001$) ค่าเฉลี่ยความตั้งใจออมในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรีอยู่ที่ 3.66 ขณะที่กลุ่มปริญญาตรี 4.19 ปริญญาโท 4.34 และปริญญาเอก 4.35 แสดงแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามระดับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมที่เพิ่มจาก 3.55 ในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี เป็น 4.27 ในกลุ่มปริญญาเอก สะท้อนว่าการศึกษาช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเงิน และความมั่นใจในการบริหารจัดการรายได้ ซึ่งตามกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจและแนวโน้มพฤติกรรมจริง

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอาชีพ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกองค์ประกอบ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 ทั้งหมด แม้ว่าบางกลุ่มจะมีค่าเฉลี่ยสูง เช่น ลูกจ้างประจำหน่วยงานพิเศษมีคะแนน

ทัศนคติและการรับรู้ การควบคุมพฤติกรรมเท่ากับ 5.00 แต่เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วไม่แตกต่างทางสถิติ สะท้อนว่าอาชีพไม่ใช่ปัจจัยหลักในการกำหนดกระบวนการตัดสินใจออมในกลุ่มตัวอย่างนี้

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าเป็นปัจจัยที่แสดงผลเด่นชัด โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทุกองค์ประกอบ ได้แก่ ทัศนคติต่อการออม ($p < .001$) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ($p = .024$) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ($p < .001$) และความตั้งใจในการออม ($p < .001$) โดยกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไปมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านทัศนคติ 4.64 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 4.20 และความตั้งใจในการออม 4.38 ขณะที่กลุ่มรายได้ 12,001–15,000 บาทมีคะแนนเฉลี่ยค่อนข้างต่ำในหลายด้าน โดยมีทัศนคติ 4.13 การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 3.52 และความตั้งใจในการออม 3.72 สะท้อนให้เห็นว่าระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและความตั้งใจในการออมของบุคคล โดยเฉพาะการรับรู้ว่าตนเองมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการออม ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับความพร้อมด้านทรัพยากรทางการเงินและความตั้งใจในการออมที่ต่างกันระหว่างกลุ่มรายได้

ผลการประมาณสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression)

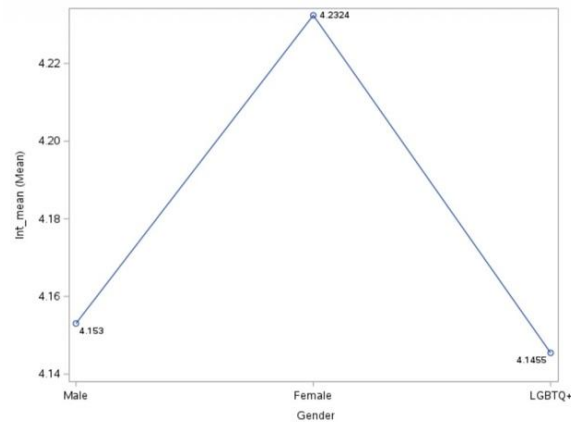
ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อสมมติของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ โดยพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเส้นพหุระหว่างตัวแปรอิสระ ความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน การแจกแจงแบบปกติของค่าคลาดเคลื่อน และความแปรปรวนคงที่ของค่าคลาดเคลื่อน จึงดำเนินการประมาณสมการถดถอยเชิงพหุเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

$$INT_i = 0.919 + 0.207ATT_i + 0.217SN_i + 0.365PBC_i + u_i \quad (2)$$

ผลการพิจารณาพบว่าปัจจัยที่มีผลทางบวกต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT) อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ทัศนคติ (Attitude: ATT) , บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่าสมาชิกมีความตั้งใจในการฝากเงินอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องตามกรอบแนวคิดของ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

อภิปรายผลผลการวิเคราะห์ความเท่ากันของค่าเฉลี่ยในการเพิ่มเงินฝากจากสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์บางตัวแปรมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่บางตัวแปรไม่พบความแตกต่าง ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

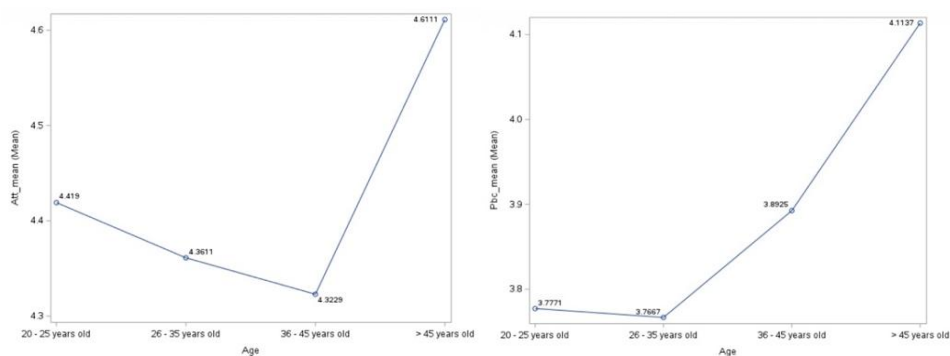


ภาพที่ 3 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามเพศ

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่าเพศไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความตั้งใจในการออม (Intention: INT) ($p > 0.05$) แสดงให้เห็นว่าเพศไม่ได้เป็นปัจจัยกำหนดความแตกต่างด้านทัศนคติหรือความตั้งใจในการออมอย่างชัดเจนในกลุ่มตัวอย่างนี้

ผลดังกล่าวสะท้อนว่าในบริบทปัจจุบันบทบาททางเศรษฐกิจของเพศชายและหญิงมีความใกล้เคียงกันมากขึ้น จึงอาจทำให้ระดับความตั้งใจในการออมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่ระบุว่าความตั้งใจเกิดจาก การประเมินเชิงเหตุผลมากกว่าปัจจัยชีวภาพ

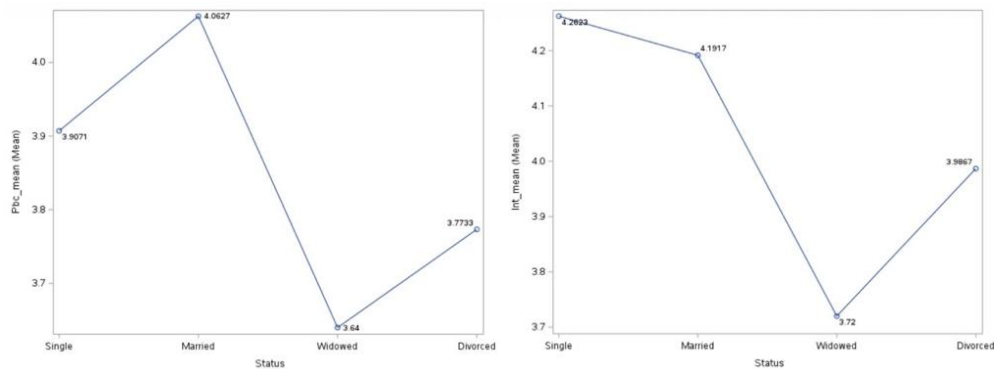


ภาพที่ 4 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามอายุ

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่าอายุมีผลต่อบางองค์ประกอบ โดยเฉพาะด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

อธิบายได้ว่า กลุ่มที่มีอายุมากกว่ามักมีประสบการณ์ทางการเงินสูงกว่า จึงมีความมั่นใจในการบริหารจัดการเงินมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่ระบุว่าการรับรู้ การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ

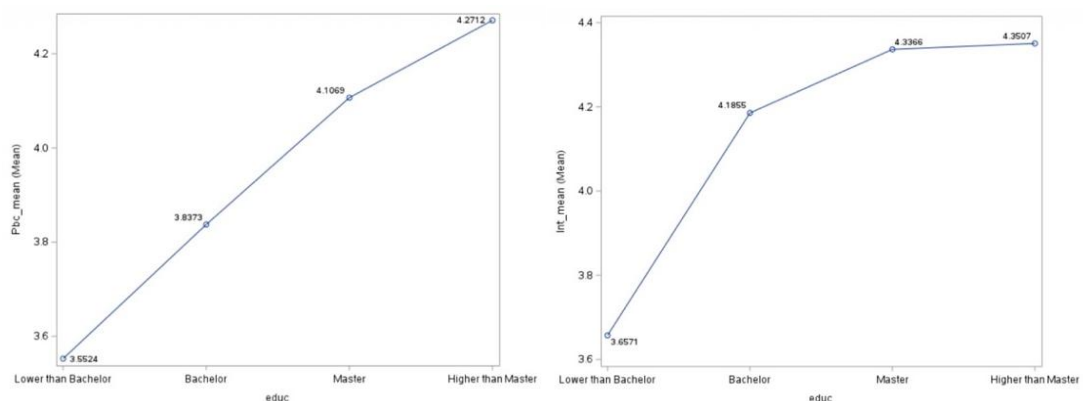


ภาพที่ 5 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามสถานภาพสมรส

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่าสถานภาพสมรสมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความตั้งใจในการออม (Intention: INT) ($p < 0.05$) ขณะที่ไม่พบความแตกต่างในด้านทัศนคติ (Attitude: ATT) และบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)

อาจเนื่องจากผู้ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีภาระทางการเงินไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะผู้ที่สมรสแล้วมักมีแรงจูงใจในการวางแผนการเงินมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่ระบุว่า (Perceived Behavioral Control: PBC) ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม



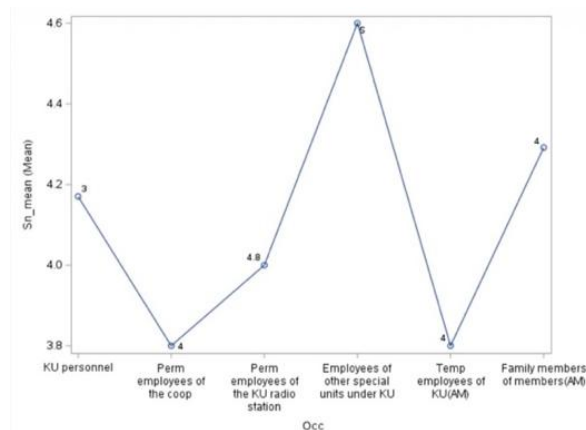
ภาพที่ 6 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามระดับการศึกษา

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่าระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความตั้งใจในการออม (Intention: INT) ($p < 0.05$)

สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีความรู้ทางการเงินมากกว่า ส่งผลให้รับรู้ว่าตนเองสามารถควบคุมพฤติกรรมทางการเงินได้ดี และมีความตั้งใจในการออมสูงขึ้น ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ Allom et

al. (2018) และงานวิจัยอื่นในบทที่ 2 ที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความรู้และการคิดเชิงเหตุผลส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ

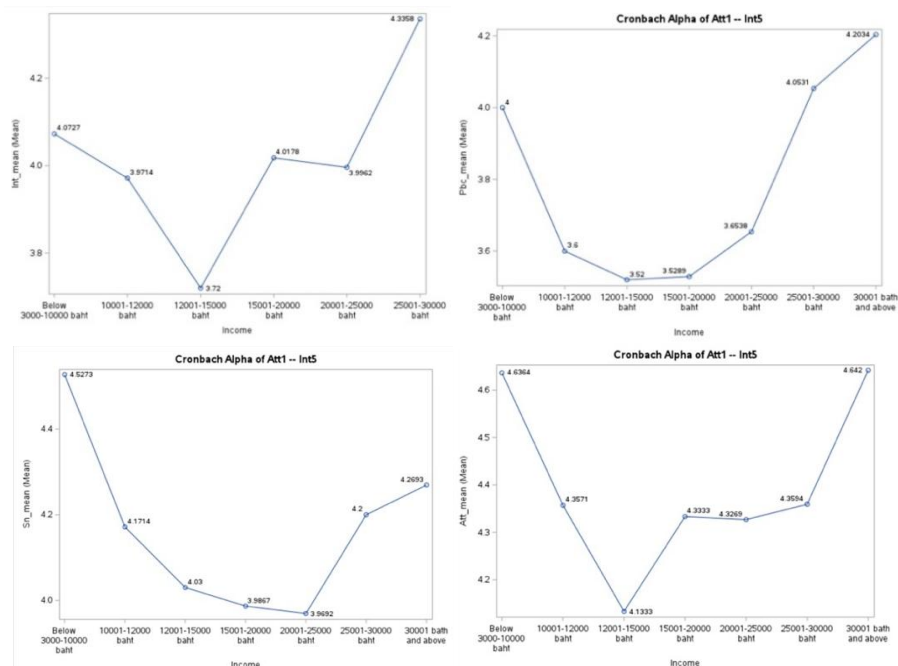


ภาพที่ 7 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามอาชีพ

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่าอาชีพมีความแตกต่างต่อการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.005$) แต่ไม่แตกต่างในทัศนคติ (Attitude: ATT) และบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)

อาจเนื่องจากลักษณะอาชีพสัมพันธ์กับความมั่นคงทางรายได้ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการออมโดยตรง อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและแรงกดดันทางสังคมอาจไม่ได้แตกต่างกันมากนักในกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 8 ค่าเฉลี่ยการออมแยกตามรายได้

ที่มา: จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SAS โดยคณะผู้วิจัย (2569)

เมื่อพิจารณาตามรายได้ พบว่ารายได้มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความตั้งใจในการออม (Intention: INT) ($p < 0.05$)

รายได้เป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการรับรู้ความสามารถในการออม บุคคลที่มีรายได้สูงกว่ามักรับรู้ว่าตนเองมีศักยภาพในการออมมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และสอดคล้องกับงานของ Gerrans & Heaney (2019) ที่พบว่าความมั่นคงทาง การเงินส่งผลต่อความตั้งใจทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการพิจารณาพบว่าปัจจัยที่มีผลทางบวกต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT) อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ทศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้ การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) แสดงว่าสมาชิกมีความตั้งใจในการฝากเงินอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องตามกรอบแนวคิดของ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่าปัจจัยที่ส่งผลชัดเจนที่สุดคือ “การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC)” ซึ่งเป็นตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะ การศึกษา รายได้ และอาชีพ

ผลดังกล่าวสะท้อนโครงสร้างของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่ระบุว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) ไม่เพียงส่งผลต่อความตั้งใจโดยตรง แต่ยังสะท้อนข้อจำกัดเชิงทรัพยากรและศักยภาพของบุคคล ในขณะที่ ทศนคติ (Attitude: ATT) และ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในหลายปัจจัย อาจแสดงให้เห็นว่า ค่านิยมเกี่ยวกับการออมในกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะใกล้เคียงกัน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความตั้งใจในการออมที่ส่งผลต่อการออมจากสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ การศึกษานี้ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในบุคคล ได้แก่ ทศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) โดยกำหนดความตั้งใจในการออม (Intention: INT) เป็นตัวแปรตาม เนื่องจากตามแนวคิด TPB ความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนแนวโน้มการตัดสินใจของบุคคล และทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับการแสดงพฤติกรรม ดังนั้นการมุ่งศึกษาที่ระดับความตั้งใจจึงมีความเหมาะสมในการอธิบายแนวโน้มการ ออมภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าวในการดำเนินการวิจัยได้เก็บข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วน Likert 5 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถามด้วยค่า Cronbach's Alpha หากมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อถือได้ จากประชากรทั้งหมด 8,230 คน โดยคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Slovin ได้ 382 คน ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลแบบภาพตัดขวาง (Cross-sectional Data) และนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา สถิติทดสอบความแตกต่าง (ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 45 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคลากรที่มีรายได้ประจำและมีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะทางเศรษฐกิจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลการศึกษาสถิติเชิงพรรณนาจากกลุ่มตัวอย่าง 382 คน พบว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีถึงดีมาก (ค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.80 ทุกตัวแปร) โดยเฉพาะการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมที่มีค่าสูงที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด” ทุกด้าน มีทัศนคติเชิงบวกต่อการฝากเงิน ได้รับแรงสนับสนุนจากครอบครัวสูง และมีความตั้งใจออมในระดับมาก แม้ยังมีข้อจำกัดด้านรายจ่ายบาง

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ทัศนคติ (Attitude: ATT) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจในการออม (Intention: INT) กล่าวคือ เมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อการออม มีความเชื่อมั่นว่าสามารถควบคุมและจัดการพฤติกรรมทางการเงินได้ รวมถึงรับรู้ถึงแรงสนับสนุนหรือความคาดหวังจากบุคคลรอบข้าง จะส่งผลให้ระดับความตั้งใจในการออมฝากเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการออม ได้แก่ ทัศนคติที่ดีต่อการออม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมทางการเงิน และบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดความตั้งใจในการออมในระดับสูง โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน Theory of Planned Behavior (TPB) และสมมติฐานที่กำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นว่าความตั้งใจในการออมเกิดจากทั้งแรงจูงใจภายในและอิทธิพลทางสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางการตัดสินใจทางการเงินของสมาชิก

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเพิ่มเงินฝากของสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือ บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และทัศนคติ (Attitude: ATT) ซึ่งสะท้อนว่านโยบายส่งเสริมการออมไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการสร้างแรงจูงใจทางการเงิน แต่ควรให้ความสำคัญกับการลดข้อจำกัดที่ทำให้สมาชิกไม่สามารถออมได้ โดยสหกรณ์ควรปรับแนวทางจากนโยบายแบบเดียวสำหรับสมาชิกทุกคน (One-size-fits-all Policy) ไปสู่การกำหนดมาตรการที่เหมาะสมกับศักยภาพและข้อจำกัดของสมาชิกแต่ละกลุ่ม (Targeted Interventions)

แม้มาตรการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากหรือการให้รางวัลแก่ผู้ที่ออมอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นการออมได้ แต่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักตกแก่สมาชิกที่มีศักยภาพในการออมอยู่แล้ว ส่งผลให้เกิดความสูญเสียเชิงประสิทธิภาพของนโยบาย (Deadweight Loss of Policy) ขณะที่สมาชิกที่มีข้อจำกัดด้านรายได้หรือภาระหนี้สินอาจไม่ได้รับประโยชน์จากมาตรการดังกล่าวมากนัก ดังนั้น สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการยกระดับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมผ่านการวางแผนการเงิน การให้คำปรึกษา การพัฒนาระบบหักเงินฝากอัตโนมัติ และการออกแบบแผนการออมที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิก เพื่อเพิ่มความสามารถในการออมอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่พบว่า บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และทัศนคติ (Attitude: ATT) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการออมอย่างมีนัยสำคัญ ยังสะท้อนว่าสหกรณ์ควรดำเนินมาตรการควบคู่กัน ทั้งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการออม การเผยแพร่ตัวอย่างความสำเร็จของสมาชิก และการส่งเสริมความรู้ทางการเงิน อย่างไรก็ตาม ควรหลีกเลี่ยงการใช้แรงกดดันทางสังคมหรือการแข่งขันที่มากเกินไป เพราะอาจส่งผลกระทบต่อสมาชิกบางกลุ่ม สรุปได้ว่า การออกแบบนโยบายแบบผสมผสาน (Policy Mix) ที่ผสมผสานมาตรการด้านแรงจูงใจ การเสริมสร้างศักยภาพ และการสนับสนุนทางสังคม จะช่วยส่งเสริมการเพิ่มเงินฝากของสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากกว่าการใช้นโยบายเพียงรูปแบบเดียว

ข้อจำกัดของการวิจัยและข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

แม้ว่าผลการศึกษาจะให้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) และแสดงให้เห็นว่าทัศนคติ (Attitude: ATT) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN) และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่การศึกษานี้ยังมีข้อจำกัดเชิงระเบียบวิธีวิจัย (Methodological Constraints) ที่ควรพิจารณาในการตีความผลการศึกษา

ประการแรก การวิจัยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey) ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกในช่วงเวลาเดียว จึงสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ แต่ยังไม่สามารถยืนยันความเป็นเหตุเป็นผล (Causal Relationship) หรือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมออมในระยะยาวได้อย่างชัดเจน

ประการที่สอง การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผู้ตอบประเมินตนเอง (Self-reported Measures) อาจก่อให้เกิดความเอนเอียงจากการตอบตามความคาดหวังของสังคม (Social Desirability Bias) หรือความคลาดเคลื่อนจากการรับรู้ของผู้ตอบ ซึ่งอาจทำให้ระดับความตั้งใจในการออมที่วัดได้แตกต่างจากพฤติกรรมการเพิ่มเงินฝากที่เกิดขึ้นจริง

ประการที่สาม แบบจำลองการวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นหลัก จึงยังไม่ได้รวมปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจออม เช่น ภาวะเศรษฐกิจมหภาค อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยรายได้ที่แท้จริง หรือภาระหนี้ครัวเรือน ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) และความสามารถในการเพิ่มเงินฝากของสมาชิกในแต่ละช่วงเวลา

ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรนำข้อจำกัดดังกล่าวไปพิจารณาปรับปรุงโดยใช้ข้อมูลแบบแผง (Panel Data) หรือการศึกษาเชิงติดตาม (Longitudinal Study) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความตั้งใจและพฤติกรรมการออมในช่วงเวลาต่าง ๆ รวมทั้งควรเชื่อมโยงข้อมูลแบบสอบถามกับข้อมูลธุรกรรมการฝากเงินจริงของสมาชิก (Administrative Transaction Data) เช่น ความถี่ในการฝากเงิน ยอดเงินฝากที่เพิ่มขึ้น และความต่อเนื่องของการออม เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง นอกจากนี้ควรขยายแบบจำลองโดยเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการเงิน ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) วินัยทางการเงิน (Financial Discipline) การวางแผนทางการเงิน ความสามารถในการรับความเสี่ยง และปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมการออมของสมาชิกได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ตลอดจนขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังสหกรณ์ออมทรัพย์ประเภทอื่นหรือหน่วยงานที่มีบริบทแตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออม และเพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในระดับที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). Box 4: สถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทย ความเปราะบางทางเสถียรภาพเศรษฐกิจการเงินที่ต้องได้รับการแก้ไข. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/our-roles/monetary-policy/mpc-publication/monetary-policy-report/mpc-box/MPR_2566_Q4_BOX4.pdf
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (ม.ป.ป.). สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้น 27 พฤศจิกายน 2568, จาก <https://www.ku.ac.th/th/kasetsart-university-savings-and-credit-cooperative/>
- สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด. (ม.ป.ป.). สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด (สอ.มก.). สืบค้น 27 พฤศจิกายน 2568, จาก <https://coop.ku.ac.th/>
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer-Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Allom, V., Mullan, B. A., Monds, L., Orbell, S., Hamilton, K., Rebar, A. L., & Hagger, M. S. (2018). Reflective and impulsive processes underlying saving behavior and the additional roles of self-control and habit. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 11(3), 135–146. <https://doi.org/10.1037/npe0000093>
- Batham, S., Arora, H., & Gupta, V. (2025). Investigation of the antecedents of personal saving behavior: A systematic literature review using TCM-ADO framework. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(10), Article 554. <https://doi.org/10.3390/jrfm18100554>
- Danish, R. Q., Hasnain, M., Saeed, S., Gill, A., Latif, A., & Afzal, A. (2020). Determinants of saving behavior through saving intentions: An empirical evidence from the service sector.

- Elementary Education Online*, 19(4), 3376–3388. <https://ilkogretim-online.org/index.php/pub/article/view/3433>
- Dharmarathna, W. M. K. T., & Kumari, D. A. T. (2023). An empirical investigation into the determinants of savings intentions amongst young customers in licensed specialized banks within Central Province in Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Marketing*, 9(2), 213–240. <https://doi.org/10.4038/sljmuok.v9i2.139>
- Do, H. L., Vu, T. M. P., Nguyen, V. G., Vu, N. M., Nguyen, D. T., & Tran, T. V. (2024). The mediating role of perceived behavioral control on the relationship between financial knowledge and saving intention: A study of Vietnamese university students. *Human Behavior, Development and Society*, 25(1), 30–41. <https://doi.org/10.62370/hbds.v25i1.270883>
- Gerrans, P., & Heaney, R. (2019). The impact of undergraduate personal finance education on individual financial literacy, attitudes and intentions. *Accounting & Finance*, 59(1), 177–217. <https://doi.org/10.1111/acfi.12247>
- Lopez, I., Mahdzan, N. S., & Rahman, M. (2024). Saving behaviour determinants of Malaysia's generation Y: An application of the integrated behavioural model. *International Journal of Social Economics*, 51(7), 915–931. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2023-0340>
- Mahdzan, N. S., & Tabiani, S. (2013). The impact of financial literacy on individual saving: An exploratory study in the Malaysian context. *Transformations in Business & Economics*, 12(1), 41–55.
- Marheni, D. K., Ramadani, A. G., & Kelvin, K. (2024). Factors affecting saving behavior of generation Z in Batam City. *New Applied Studies in Management, Economics & Accounting*, 7(2), 44–59. <https://doi.org/10.22034/nasmea.2024.183191>
- Nizar, N., Choban, U., & Hussain, M. H. A. (2021). Application of TPB on the saving intention among the students of community colleges: Moderating effect of mobile applications. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 13(4), 263–275. <https://www.gbmrjournal.com/pdf/v13n4/V13N4-21.pdf>
- Qoirunnisa, H., & Asandimitra, N. (2024). Factors that affecting the intention on saving of the students in the Faculty of Economics and Business. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(11), 216–228. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v11i11.6239>
- Satsios, N., Karamanis, K., Galanou, A., & Sotiropoulos, I. (2020). The saving behaviour of Pomaks in Bulgaria: A path analysis approach. *Economic Studies (Ikonomicheski Izsledvania)*, 29(3), 105–120.

Widjaja, I., Arifin, A. Z., & Setini, M. (2020). The effects of financial literacy and subjective norms on saving behavior. *Management Science Letters*, 10(15), 3635–3642.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.030>

ภาคผนวก

แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

1

แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน

กรณีศึกษาสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการเพิ่มเงินฝากของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB) และสมมุติฐานที่ใช้ในการวิจัย ทั้งนี้ แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาของรายวิชา 01125498 ปัญหาพิเศษ โดยข้อมูลทุกส่วนที่ตอบจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น และไม่มีผลกระทบต่อกับผู้ตอบแต่อย่างใด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง ☐ LGBTQ+

2.อายุ ☐ 20-25 ปี ☐ 26-35 ปี ☐ 36-45 ปี ☐ 45 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

4.สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง

5.อาชีพ ☐ บุคลากรของมก. ☐ ลูกจ้างประจำของสหกรณ์
☐ ลูกจ้างประจำของสถานีวิจัย มก. ☐ ลูกจ้างประจำหน่วยงานพิเศษอื่นในสังกัดของมก.
☐ นิสิตมก. (สมาชิกสมทบ) ☐ ลูกจ้างชั่วคราวของมก. (สมาชิกสมทบ)
☐ นิตยบุคคลทางราชการ (สมาชิกสมทบ) ☐ บุคคลในครอบครัวของสมาชิก (สมาชิกสมทบ)

6.รายได้ ☐ ต่ำกว่า 3,000 - 10,000 บาท ☐ 10,001 - 12,000 บาท ☐ 12,001 - 15,000 บาท
☐ 15,001 - 20,000 บาท ☐ 20,001 - 25,000 บาท ☐ 25,001 - 30,000 บาท ☐ 30,001 บาทขึ้นไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวเท่านั้น
โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย
ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ/ปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของสมาชิก (SB) ตามทฤษฎี TPB และสมมุติฐาน

ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออม (INT) ทฤษฎี TPBและสมมุติฐาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านทัศนคติ (Attitude: ATT)					
1. ท่านเห็นว่าการฝากเงินกับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ ช่วยสร้างความมั่นคงทางการเงิน					
2. ท่านคิดว่าการฝากเงินเป็นวิธีการใช้เงินที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับ การใช้จ่ายฟุ่มเฟือย					
3. ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อมีเงินฝากเก็บไว้สำหรับอนาคต					

ภาพที่ 9 แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (หน้า 1)
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออม (INT) ทฤษฎี TPB และสมมุติฐาน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านทัศนคติ (Attitude: ATT)					
4. ท่านเชื่อว่าการฝากเงินเพิ่มความมั่นใจว่าเป้าหมายทางการเงินจะสำเร็จ					
5. ท่านรู้สึกภูมิใจในตนเองเมื่อสามารถฝากเงินได้ตามเป้าหมาย					
6. โดยรวมแล้ว ท่านเห็นว่าการฝากเงินเป็นพฤติกรรมที่ควรปฏิบัติ					
บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm: SN)					
1. ครอบครัวของท่านสนับสนุนให้ท่านฝากเงินเป็นประจำ					
2. เพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานของท่านมักฝากเงินกับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอ					
3. บุคคลที่ท่านเคารพเห็นว่าการฝากเงินเป็นสิ่งที่ควรทำ					
4. ท่านรู้สึกว่าคนรอบตัวคาดหวังให้ท่านมีวินัยในการฝากเงิน					
การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioural Control: PBC)					
1. ท่านสามารถจัดสรรงบประมาณรายเดือนเพื่อให้มีเงินฝากได้					
2. ท่านสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อให้เหลือเงินฝากในแต่ละเดือน					
3. แม้ในช่วงที่มีรายจ่ายสูง ท่านก็ยังสามารถฝากเงินได้ ท่านรู้สึกว่าการฝากเงินอยู่ในความสามารถและการตัดสินใจของท่านเอง					
4. ท่านมั่นใจว่าสามารถฝากเงินต่อเนื่องได้ในระยะเวลาอย่างน้อย 6 เดือน					
5. ท่านสามารถจัดการอุปสรรคต่าง ๆ ที่ขัดขวางการฝากเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความตั้งใจในการออม (Intention: INT)					
1. ท่านตั้งใจจะฝากเงินทุกเดือนในช่วง 3 เดือนข้างหน้า					
2. ท่านมีแผนที่จะเพิ่มจำนวนเงินออมในปี					
3. ท่านตั้งใจจะทำการฝากเงินเป็นนิสัยประจำ					
4. ท่านตั้งใจจะปรับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายเพื่อให้สามารถฝากเงินได้มากขึ้น					
5. ท่านมุ่งมั่นที่จะรักษาวินัยการฝากเงินในระยะยาว					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ภาพที่ 10 แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจในการออมตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (หน้า 2)
ที่มา: คณะผู้วิจัย

Factors Influencing Investment Returns in Small Savings Cooperatives

Siriprapa Promyotha^{*}, Sippapas Aonnom and Sasipa Pojanavatee

Department of Cooperative Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

^{*} Corresponding author: siriprapa.pyt@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing the investment returns of small savings cooperatives. Utilizing Panel Data from 288 savings cooperatives between 2019 and 2023, totaling 1,440 data points, the analysis employs a Fixed Effect Model. The independent variables include investment in other cooperative organizations, short-term loans, long-term investments, and long-term loans. The study found that all four independent variables have a statistically significant positive impact on the investment returns of savings cooperatives. The variables are ranked by the magnitude of their estimated coefficients: short-term loans have the most significant positive impact, followed by long-term loans, deposits in other cooperatives, and long-term investments, respectively. Based on these findings, small savings cooperatives should prioritize the management of short-term and long-term loans, while continuing to weigh credit quality, non-performing loans, liquidity, and default risk alongside returns rather than expanding credit on the basis of positive returns alone, followed by managing deposits in other cooperatives and long-term investments, to enhance the cooperatives' returns.

Keywords: Investment Returns, Small Savings Cooperatives, Investment Capital

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก

สิริประภา พรหมโยธา*, สิปปภาส อ่อนน้อม และ ศศิภา พจนวาทิ

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10900 ประเทศไทย

* Corresponding author: siriprapa.pyt@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก โดยใช้ข้อมูลแบบ Panel Data จากสหกรณ์ออมทรัพย์จำนวน 288 แห่ง ในช่วงปี พ.ศ. 2562–2566 รวมทั้งสิ้น 1,440 หน่วยข้อมูล วิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Fixed Effect Model ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ เงินให้กู้ระยะสั้น เงินลงทุนระยะยาว และเงินให้กู้ระยะยาว ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปรมีผลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญของผลกระทบได้ดังนี้ เงินให้กู้ระยะสั้น มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนสูงที่สุด รองลงมาคือเงินให้กู้ระยะยาว เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ และเงินลงทุนระยะยาว ตามลำดับ จากผลการศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กควรให้ความสำคัญกับนโยบายการบริหารจัดการการเงินให้กู้ระยะสั้นและระยะยาวเป็นลำดับแรก รองลงมาคือการบริหารจัดการเงินฝากสหกรณ์อื่นและการลงทุนระยะยาว เพื่อเพิ่มผลตอบแทนของสหกรณ์

คำสำคัญ: ผลตอบแทนจากการลงทุน, สหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก, เงินลงทุน

© 2026 AEMS: Applied Economics, Management and Social Sciences

บทนำ

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันทางการเงินรูปแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลที่มีอาชีพเดียวกัน หรืออาศัยในชุมชนเดียวกัน และถือเป็นสถาบันทางการเงินที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้บุคคลที่เป็นสมาชิกรู้จักการประหยัด การออม การลงทุน และการสนับสนุนบริการสินเชื่อให้แก่สมาชิก เพื่อนำไปใช้จ่ายเมื่อเกิดความจำเป็น ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการร่วมกันแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอีกทางหนึ่ง สหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยมีขนาดสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นปี 2566 สูงถึงประมาณ 3.30 ล้านล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 5.2 (ธัชชน ศรีทองเดิม, 2567) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มในระยะยาว ข้อมูลของศูนย์วิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ทางการเงินสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ (ศูนย์วิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ทางการเงินสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2568) ยืนยันว่าสินทรัพย์รวมของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จาก 2.06 ล้านล้านบาทในปี 2558 เป็น 3.43 ล้านล้านบาทในปี 2567 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 66 สอดคล้องกับรายได้รวมของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศที่เพิ่มขึ้นจาก 121,071 ล้านบาทในปี 2558 เป็น 167,121 ล้านบาทในปี 2567 การเติบโตดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสหกรณ์ออมทรัพย์ในระบบเศรษฐกิจทั้งระดับชุมชนและระดับประเทศ อย่างไรก็ตาม แม้สินทรัพย์และปริมาณธุรกิจของสหกรณ์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สหกรณ์ต้องเผชิญกับความท้าทายในการบริหารจัดการด้านการเงินของสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการบริหารเงินทุนเพื่อสร้างผลตอบแทน แหล่งเงินทุนหลักของสหกรณ์ออมทรัพย์ประกอบด้วย เงินรับฝากจากสมาชิก ทุนเรือนหุ้น ทุนสำรอง รวมถึงเงินกู้จากสถาบันการเงินอื่น ทุนเหล่านี้ต้องได้รับการบริหารจัดการให้เกิดความคุ้มค่าและปลอดภัยในการลงทุน

ทั้งนี้ รายได้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ส่วนใหญ่มาจากการให้บริการทางการเงินแก่สมาชิก โดยเฉพาะรายได้จากดอกเบี้ยรับและผลตอบแทนจากเงินลงทุน ซึ่งรวมกันคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 96.68 ของรายได้ทั้งหมดใน

ปี 2566 (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566) เมื่อพิจารณาแยกเฉพาะส่วนผลตอบแทนจากเงินลงทุน ข้อมูลระดับประเทศของกรมส่งเสริมสหกรณ์ (ศูนย์วิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ทางการเงินสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2568) พบว่าผลตอบแทนจากเงินลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศเพิ่มขึ้นจาก 10,911 ล้านบาท ในปี 2558 เป็น 27,507 ล้านบาทในปี 2567 หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 16.5 ของรายได้รวมของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศในปี 2567 สะท้อนว่าแม้ผลตอบแทนจากเงินลงทุนจะมีสัดส่วนรองจากรายได้ดอกเบี้ยรับ แต่ก็มีแนวโน้มเติบโตในอัตราที่สูงกว่ารายได้รวมอย่างชัดเจน (เพิ่มขึ้นกว่า 2.5 เท่าในรอบ 10 ปี เทียบกับรายได้รวมที่เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 38) จึงมีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ในโครงสร้างรายได้ของสหกรณ์ ผลตอบแทนจากเงินลงทุนมีบทบาทสำคัญในเชิงกลยุทธ์และเป็นรายได้หลักของสหกรณ์ เนื่องจากช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพารายได้ดอกเบี้ยรับจากสมาชิกเพียงช่องทางเดียว นอกจากนี้ การบริหารจัดการการลงทุนที่มีประสิทธิภาพยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับความเชื่อมั่นของสมาชิกต่อสหกรณ์ หากสหกรณ์สามารถสร้างผลตอบแทนที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มรายได้สุทธิของสหกรณ์เท่านั้น แต่ยังแสดงถึงความสามารถในการบริหารทรัพยากรทางการเงินของคณะกรรมการดำเนินงานของสหกรณ์ ทั้งนี้ ในการวัดประสิทธิภาพของสหกรณ์ในภาพรวมอาจใช้ตัวชี้วัดทางการเงินอื่น เช่น อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return On Investment: ROI) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return On Asset: ROA) หรืออัตราผลตอบแทนต่อทุน (Return On Equity: ROE) ได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้นิยมตัวแปรตาม ผลตอบแทนจากการลงทุน (Investment Return: IR) เป็นมูลค่าผลตอบแทนจากการลงทุนที่สหกรณ์ได้รับจริงในรูปตัวเงิน (หน่วยล้านบาท) ตามที่ปรากฏในงบการเงิน มิใช่อัตราส่วนในลักษณะเดียวกับ ROI, ROA, ROE ดังแสดงในตารางที่ 1

อย่างไรก็ตาม แม้สหกรณ์ออมทรัพย์จะมีความพยายามในการขยายกลุ่มการลงทุนเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้น แต่การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวก็ยังคงแฝงด้วยความเสี่ยงที่ต้องบริหารจัดการอย่างรอบคอบ จากรายงานเสถียรภาพระบบการเงินไทย ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2566 ของธนาคารแห่งประเทศไทย สหกรณ์ออมทรัพย์หลายแห่งมีแนวโน้มเพิ่มการลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูงมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในตราสารทุนและตราสารหนี้ เพื่อแสวงหาผลตอบแทนที่มากขึ้น ซึ่งอาจได้รับผลกระทบรุนแรงหากตลาดเงินมีความผันผวนสูง แม้สหกรณ์โดยรวมยังมีสภาพคล่องเพียงพอ แต่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเงินในลักษณะดังกล่าวอาจเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางการเงินของสหกรณ์ในระยะยาว หากขาดการวางแผนการลงทุนและประเมินความเสี่ยงอย่างรอบด้าน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) จากสถานการณ์ดังกล่าว การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของแหล่งรายได้อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ การศึกษาเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยที่ผ่านมามุ่งเน้นในประเด็นด้านโครงสร้างเงินทุน การบริหารสินเชื่อ และสภาพคล่อง (ปราณี ตปนียวรรค์, 2560; ยินดี ชาญณรงค์ และคณะ, 2561; ยุภารัตน์ พรประดับ และสุรีย์ โขษกรนัญ, 2564) โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานของ ยุภารัตน์ พรประดับ และสุรีย์ โขษกรนัญ (2564) ซึ่งศึกษาโครงสร้างเงินทุนและความสามารถในการทำกำไรของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดใหญ่ ในประเทศไทยโดยเฉพาะ สะท้อนให้เห็นว่างานวิจัยไทยที่ผ่านมายังไม่ได้ให้ความสำคัญกับสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กอย่างเป็นระบบเท่าที่ควร ทั้งที่ผลการศึกษาในบริบทต่างประเทศชี้ว่าขนาดองค์กรมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรและความยั่งยืนทางการเงินของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญ ดังที่ Flores-Chia and Mougenot (2023) พบในสหกรณ์ออมทรัพย์ของประเทศเปรู และ Sala-Ríos (2024) พบในสหกรณ์ของประเทศสเปน นอกจากนี้ งานวิจัยไทยที่ผ่านมายังมุ่งเน้นตัวชี้วัดด้านโครงสร้างเงินทุนและเสถียรภาพทางการเงินในภาพรวม มากกว่าการวิเคราะห์อย่างเจาะจงว่าสินทรัพย์ประเภทใด ระหว่างเงินฝากสหกรณ์อื่น เงินให้กู้ระยะสั้น เงินลงทุนระยะยาว หรือเงินให้กู้ระยะยาว เป็นปัจจัยขับเคลื่อนผลตอบแทนจากการลงทุนโดยตรง งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวใน 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กซึ่งยังไม่ได้รับความสนใจ

มากนักในวรรณกรรมไทย และ (2) วิเคราะห์อิทธิพลของโครงสร้างสินทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้ง 4 ประเภทต่อผลตอบแทนจากการลงทุนโดยตรง แทนที่จะพิจารณาความสามารถในการทำกำไรหรือเสถียรภาพทางการเงินในภาพกว้างดังเช่นงานศึกษาก่อนหน้า องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้จึงเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เจาะจงสำหรับผู้บริหารสหกรณ์ขนาดเล็กในการจัดสรรพอร์ตสินทรัพย์เพื่อเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนโดยเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากงานศึกษาเดิมที่มุ่งเน้นสหกรณ์ขนาดใหญ่หรือตัวชี้วัดทางการเงินในภาพรวม นอกจากนี้ ขนาดของสหกรณ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนศักยภาพในการลงทุนและการบริหารทรัพยากรทางการเงิน โดยเฉพาะสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและฐานสมาชิก ส่งผลให้ขอบเขตในการกระจายการลงทุนและการบริหารความเสี่ยงมีความจำกัดมากกว่าสหกรณ์ขนาดใหญ่ การทำความเข้าใจบทบาทของขนาดองค์กรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดและโอกาสในการเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนที่อาจแตกต่างจากสหกรณ์ขนาดใหญ่ ด้วยเหตุผลดังกล่าว การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนจากการลงทุนจะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่แก่ขบวนการสหกรณ์ โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ช่วยให้สหกรณ์สามารถวางแผนกลยุทธ์ด้านการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยงจากการลงทุน และเพิ่มความสามารถในการแสวงหารายได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังจะมีคุณค่าในเชิงนโยบาย โดยเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารสหกรณ์ในการกำหนดกลยุทธ์การลงทุน รวมถึงเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการกำหนดนโยบายในการกำกับดูแลให้กับสหกรณ์ออมทรัพย์

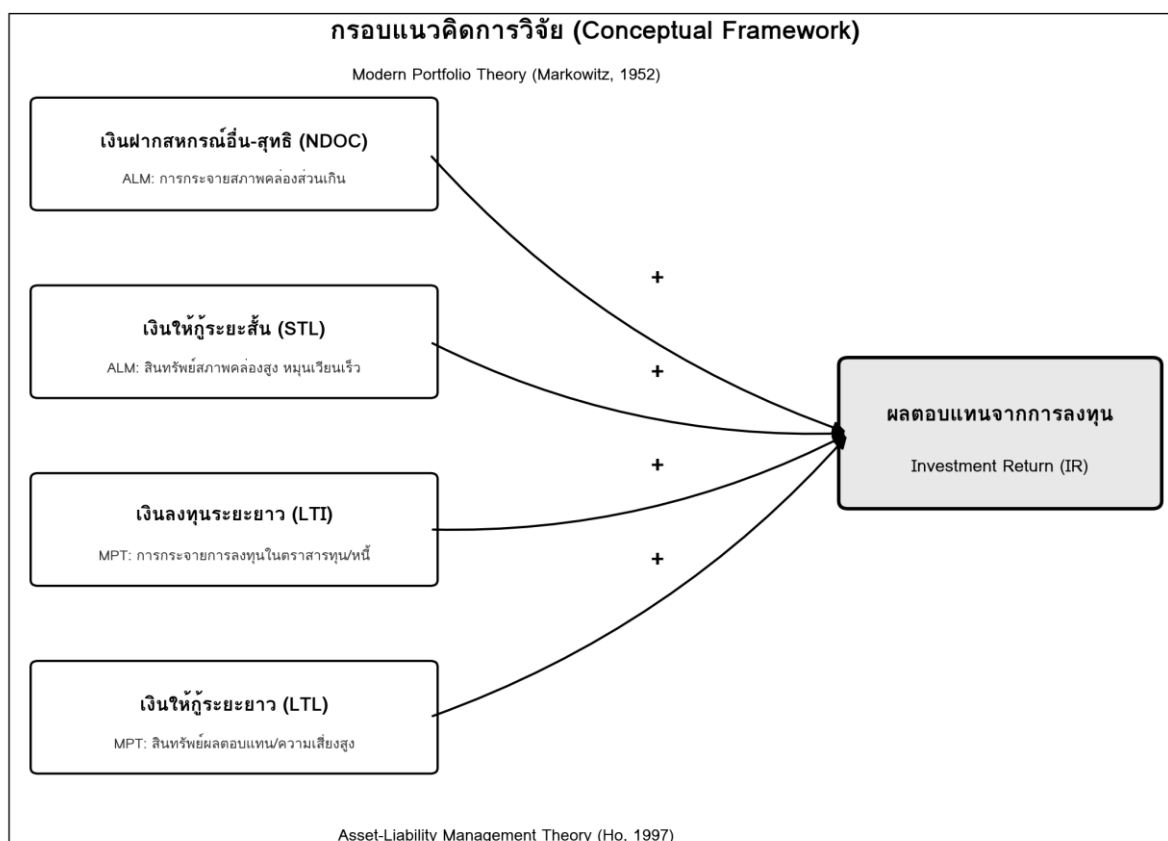
วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการลงทุนสมัยใหม่ (Modern Portfolio Theory: MPT) พัฒนาโดย Markowitz (1952) กล่าวว่า การกระจายการลงทุนไปยังสินทรัพย์ที่มีความหลากหลายจะสามารถช่วยลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสในการสร้างผลตอบแทนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญระหว่างผลตอบแทนและความเสี่ยงของสินทรัพย์ต่างๆ เพื่อสร้างกลุ่มหลักทรัพย์ลงทุนที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ขณะที่ Ho (1997) ได้นำเสนอทฤษฎีการบริหารสินทรัพย์และหนี้สิน (Asset-Liability Management: ALM Theory) ที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างสินทรัพย์และหนี้สิน รวมถึงการควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความไม่สอดคล้องระหว่างสินทรัพย์และภาระผูกพัน

ในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์ ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวที่ใช้ในการศึกษานี้สามารถมองเป็นองค์ประกอบของกลุ่มสินทรัพย์ลงทุน (Investment Portfolio) ของสหกรณ์ที่มีระดับสภาพคล่องและความเสี่ยงแตกต่างกัน กล่าวคือ เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) และเงินให้กู้ระยะสั้น (STL) เป็นสินทรัพย์สภาพคล่องสูงที่สอดคล้องกับหลักการบริหารสินทรัพย์และหนี้สินตามแนวคิด ALM Theory ของ Ho (1997) ซึ่งเน้นการรักษาสภาพคล่องให้เพียงพอต่อภาระผูกพันระยะสั้นของสหกรณ์ ขณะที่เงินลงทุนระยะยาว (LTI) และเงินให้กู้ระยะยาว (LTL) เป็นสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงและผลตอบแทนคาดหวังสูงกว่า สอดคล้องกับหลักการกระจายการลงทุนเพื่อแสวงหาผลตอบแทนตามแนวคิด MPT ของ Markowitz (1952) การจัดสรรน้ำหนักระหว่างสินทรัพย์ทั้งสี่ประเภทจึงสะท้อนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของสหกรณ์ในการแสวงหาสมดุลระหว่างผลตอบแทนและความเสี่ยง ดังแสดงกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวกับผลตอบแทนจากการลงทุน (IR) ภายใต้กรอบทฤษฎี MPT และ ALM Theory
 ที่มา: ผู้วิจัยสังเคราะห์จาก Markowitz (1952) และ Ho (1997)

การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยเน้นที่สินทรัพย์ที่สหกรณ์ใช้ในการลงทุน ได้แก่ เงินให้กู้ระยะสั้น เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ เงินให้กู้ระยะยาว และเงินลงทุนระยะยาว โดยแต่ละปัจจัยมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาก่อนหน้าซึ่งสามารถสนับสนุนการวิเคราะห์ในงานศึกษาได้อย่างเหมาะสม เช่น Bougheas et al. (2009) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสินเชื่อระยะสั้น พบว่าการให้สินเชื่อประเภทนี้สามารถช่วยธุรกิจในการบริหารสินค้าคงคลังและเพิ่มยอดขายได้ผ่านการเพิ่มสภาพคล่อง แนวคิดนี้สามารถประยุกต์ใช้กับสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยเน้นการบริหารสินเชื่อแก่สมาชิกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลตอบแทนจากการลงทุน นอกจากนี้ การศึกษาของ ญัฐพล เจนกุลประสูตร และพรณทิพย์ อย่างกลั่น (2567) แสดงให้เห็นว่าการบริหารเงินสดและเงินฝากสหกรณ์มีความสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไรโดยเฉพาะในด้านสภาพคล่อง ซึ่งสนับสนุนให้สหกรณ์ออมทรัพย์จัดการสินทรัพย์สภาพคล่องอย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มผลตอบแทนและรักษาเสถียรภาพทางการเงิน การศึกษาของ ทิพากร ศรีชัยธำรง และคณะ (2564) สนับสนุนแนวดังกล่าว และพบว่าความสามารถในการจัดการสภาพคล่องขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความมั่นคงสูงสุดของกิจการ ซึ่งในบริบทของการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ การบริหารสภาพคล่องอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีแนวโน้มส่งผลโดยตรงต่อศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน

ในด้านของเงินให้กู้ระยะยาว การศึกษาของ Hallak and Schure (2011) ระบุว่า สินเชื่อที่ปล่อยในลักษณะระยะยาวมีแนวโน้มให้ผลตอบแทนที่สูงขึ้น ซึ่งสามารถสะท้อนถึงโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว เช่นเดียวกับ Singh and Faircloth (2005) ที่พบว่าการลงทุนในสินทรัพย์ระยะยาวนั้นช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร และเป็นแรงผลักดันสำคัญในการเพิ่มผลตอบแทนในระยะยาวหากมี

การบริหารจัดการอย่างเหมาะสม และการศึกษาของ วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู (2565) แสดงให้เห็นว่าอัตราส่วนทางการเงินมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของโครงสร้างทางการเงินที่ส่งผลต่อศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน แนวคิดดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของสินทรัพย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อวางกลยุทธ์การจัดสรรเงินลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากปัจจัยด้านโครงสร้างสินทรัพย์และการบริหารสภาพคล่องแล้ว ขนาดของสหกรณ์อาจมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากการลงทุน โดยเฉพาะในสหกรณ์ขนาดเล็กซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร บุคลากร และการกระจายความเสี่ยง การศึกษาของ Flores-Chia and Mougenot (2023) พบว่าขนาดของสหกรณ์ในประเทศเปรูมีผลต่อความยั่งยืนทางการเงินในระยะยาว โดยองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่ามีความสามารถในการทำกำไรและบริหารจัดการความเสี่ยงได้ดีกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ Sala-Ríos (2024) พบว่าขนาดของสหกรณ์มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไรเนื่องจากสหกรณ์ขนาดใหญ่สามารถใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) ได้ดีกว่า ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุนและส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนที่สูงขึ้นอย่างยั่งยืนในระยะยาว

จากการศึกษาที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า ปัจจัยทางการเงินที่มีแนวโน้มส่งผลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ ได้แก่ เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ เงินให้กู้ระยะสั้น เงินให้กู้ระยะยาว และเงินลงทุนระยะยาว การศึกษานี้จึงเลือกศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวและผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อให้สหกรณ์สามารถนำไปปรับใช้ในการบริหารจัดการสินทรัพย์และการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กในประเทศไทยที่มีสินทรัพย์รวมน้อยกว่า 5,000 ล้านบาท จำนวน 1,186 แห่ง ทั้งนี้ เกณฑ์การจำแนกขนาดสหกรณ์ออมทรัพย์ดังกล่าวเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในระบบบริการข้อมูลสารสนเทศทางการเงินของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (Cooperative Auditing Department: CAD) ซึ่งเป็นหน่วยงานเจ้าของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงยึดตามเกณฑ์การจำแนกขนาดของ CAD เพื่อความสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลต้นทาง ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งได้จากรายงานงบการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศที่มีสินทรัพย์รวมน้อยกว่า 5,000 ล้านบาทผ่านระบบบริการข้อมูลสารสนเทศทางการเงินของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีข้อมูลครบถ้วนในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2562-2566) ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลครบถ้วนจำนวน 288 แห่ง ข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์เป็นข้อมูลแบบ panel data จำนวนทั้งสิ้น 1,440 หน่วยข้อมูล

นิยามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตารางที่ 1 นิยามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	สัญลักษณ์	นิยาม/วิธีคำนวณ	หน่วย	แหล่งข้อมูล
ผลตอบแทนจากการลงทุน (Investment Return)	IR	มูลค่าผลตอบแทนจากการลงทุนที่ สหกรณ์ได้รับจริงตามที่ปรากฏในงบ การเงิน (ตัวแปรตาม) ไม่ใช้อัตราส่วน แบบ ROI, ROA, ROE	ล้านบาท	งบการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ /กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ	NDOC	เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิของสหกรณ์ ออมทรัพย์	ล้านบาท	งบการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ /กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
เงินให้กู้ระยะสั้น	STL	เงินให้กู้ระยะสั้นของสหกรณ์ออม ทรัพย์	ล้านบาท	งบการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ /กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
เงินลงทุนระยะยาว	LTI	เงินลงทุนระยะยาวของสหกรณ์ออม ทรัพย์	ล้านบาท	งบการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ /กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
เงินให้กู้ระยะยาว	LTL	เงินให้กู้ระยะยาวของสหกรณ์ออม ทรัพย์	ล้านบาท	งบการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ /กรมตรวจบัญชีสหกรณ์

ที่มา: ผู้วิจัยกำหนดจากข้อมูลบัญชีภูมิของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายคุณลักษณะทั่วไปของข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้นทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปร เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นสูง (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson Correlation Test เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Pearson, 1920) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ควรมีค่าไม่เกิน 0.80 และไม่ควรถ่ำกว่า -0.80 โดยหากพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงเกินกว่าค่าที่เหมาะสม จำเป็นต้องใช้ Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อตรวจสอบเพิ่มเติมว่ามีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นสูงระหว่างตัวแปรอิสระหรือไม่ ซึ่งค่า VIF ควรน้อยกว่า 10 (Gujarati & Porter, 2009)

2) วิเคราะห์สมการถดถอยด้วยข้อมูลแบบ Panel Data ภายใต้แบบจำลองดังนี้

$$IR_{it} = \beta_0 + \beta_1 NDOC_{it} + \beta_2 STL_{it} + \beta_3 LTI_{it} + \beta_4 LTL_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

โดยที่ IR_{it} คือ ผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ $NDOC_{it}$ คือ เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิของสหกรณ์ออมทรัพย์ STL_{it} คือ เงินให้กู้ระยะสั้นของสหกรณ์ออมทรัพย์ LTI_{it} คือ เงินลงทุนระยะยาวของสหกรณ์ออมทรัพย์ LTL_{it} คือ เงินให้กู้ระยะยาวของสหกรณ์ออมทรัพย์ β_0 คือ ค่าคงที่ของแบบจำลอง $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ และ β_4 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ ε_{it} คือ ค่าคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง i คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ และ t คือ ช่วงเวลาที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากตัวแปรทั้งหมดข้างต้นอยู่ในหน่วยมูลค่าสัมบูรณ์ (ล้านบาท) ซึ่งมีการกระจายตัวสูง อันอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหา Heteroskedasticity ผู้วิจัยจึงทดสอบแปลงตัวแปรทั้งหมดเป็นรูปลอการิทึมธรรมชาติ (Double-Log Model) เป็นการวิเคราะห์เพิ่มเติม เนื่องจากชุดข้อมูลไม่มีตัวแปรสินทรัพย์รวมรายสหกรณ์สำหรับคำนวณเป็นอัตราส่วน (Ratio) จึงไม่สามารถทำ Ratio-based Model ได้ในขณะนี้ ผลของ Double-Log Model แสดงในส่วนการวิเคราะห์เพิ่มเติมท้ายตารางที่ 6 นอกจากนี้ เพื่อทดสอบความมั่นคงของผลการศึกษาต่อปัญหา Endogeneity/Reverse Causality ผู้วิจัยได้ทดสอบ Robustness Check ด้วยตัวแปรอิสระแบบหน่วงเวลา (Lagged Explanatory Variables: t-1) เพิ่มเติมด้วย ผลแสดงในส่วนผลการศึกษาย้ายตารางที่ 6

โดยใช้วิธี Hausman Test (Hausman, 1978) ในการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง เพื่อเปรียบเทียบระหว่าง Fixed Effect Model และ Random Effect Model โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ภายใต้สมมติฐานหลัก คือ Random Effect Model มีความเหมาะสมที่สุด เมื่อได้แบบจำลองที่เหมาะสมแล้ว นำมาตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) โดยใช้ทั้ง Durbin-Watson Test (DW) (Durbin & Watson, 1951) และ Wooldridge Test for Autocorrelation in Panel Data (Drukker, 2003; Wooldridge, 2002) เนื่องจาก Durbin-Watson Test ถูกออกแบบมาสำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาเป็นหลัก จึงใช้ Wooldridge Test ประกอบการยืนยันผลสำหรับข้อมูลแบบ Panel Data จากนั้นตรวจสอบปัญหาความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) โดยใช้วิธี Breusch-Pagan Test (Gujarati & Porter, 2009) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ภายใต้สมมติฐานหลัก คือ ไม่เกิดปัญหา Heteroskedasticity หากตรวจสอบแล้วพบว่าเกิดปัญหาความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่และ/หรือปัญหา Autocorrelation จะดำเนินการแก้ไขด้วยวิธี Cluster-Robust Standard Errors (Clustered by Entity) (Wooldridge, 2013) เพื่อปรับค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานให้ทนทานต่อปัญหาทั้งสองลักษณะพร้อมกัน นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความมั่นคงของผลการศึกษา (Robustness Check) เพิ่มเติมด้วยตัวแปรอิสระแบบหน่วงเวลา 1 ช่วงเวลา (Lagged Explanatory Variables: t-1) เพื่อบรรเทาข้อกังวลเรื่อง Endogeneity/Reverse Causality โดยมีสมมติฐานผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1: เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน (IR)

สมมติฐานที่ 2: เงินให้กู้ระยะสั้น (STL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน (IR)

สมมติฐานที่ 3: เงินลงทุนระยะยาว (LTI) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน (IR)

สมมติฐานที่ 4: เงินให้กู้ระยะยาว (LTL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน (IR)

ผลการศึกษา

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (หน่วย: ล้านบาท; n = 1,440)

Variable	M	Mdn	Maximum	Minimum	SD	Skewness	Kurtosis
IR	6.47	4.59	32.01	0.04	6.32	1.29	1.36
NDOC	15.03	2.87	301.00	0.00	29.13	4.32	28.21
STL	9.64	7.25	182.34	0.05	10.62	5.27	60.93
LTI	11.16	0.57	309.41	0.00	33.34	4.83	28.18
LTL	76.81	50.65	428.47	0.09	83.16	1.55	2.17

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

หมายเหตุ: M = ค่าเฉลี่ย; Mdn = ค่ามัธยฐาน; SD = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจากข้อมูลจริงพบว่า ผลตอบแทนจากการลงทุน (IR) มีค่าเฉลี่ย 6.47 ล้านบาท ค่ามัธยฐาน 4.59 ล้านบาท ค่าสูงสุด 32.01 ล้านบาท และค่าต่ำสุด 0.04 ล้านบาท เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) มีค่าเฉลี่ย 15.03 ล้านบาท ค่ามัธยฐาน 2.87 ล้านบาท ค่าสูงสุด 301.00 ล้านบาท และมีค่า 0.00 ล้านบาท จำนวน 86 หน่วยข้อมูล จากทั้งหมด 1,440 หน่วยข้อมูล เงินให้กู้ระยะสั้น (STL) มีค่าเฉลี่ย 9.64 ล้านบาท ค่ามัธยฐาน 7.25 ล้านบาท และค่าสูงสุด 182.34 ล้านบาท เงินลงทุนระยะยาว (LTI) มีค่าเฉลี่ย 11.16 ล้านบาท ค่ามัธยฐาน 0.57 ล้านบาท ค่าสูงสุด 309.41 ล้านบาท และมีค่า 0.00 ล้านบาท จำนวน

34 หน่วยข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสหกรณ์ขนาดเล็กบางแห่งที่ไม่มียุทธศาสตร์ทางการเงินไว้กับสหกรณ์อื่น หรือไม่มียุทธศาสตร์ระยะยาวในบางปี ส่วนเงินให้กู้ระยะยาว (LTL) มีค่าเฉลี่ย 76.81 ล้านบาท ค่ามัธยฐาน 50.65 ล้านบาท และค่าสูงสุด 428.47 ล้านบาท เมื่อพิจารณาความเบ้ (skewness) และค่าความโด่ง (kurtosis) ในตารางที่ 2 พบว่า NDOC, STL และ LTI มีการกระจายแบบเบ้ขวาค่อนข้างมาก โดยมีค่า skewness อยู่ระหว่าง 4.3–5.3 และมีค่า kurtosis อยู่ระหว่าง 28–61 บ่งชี้ว่าข้อมูลมีค่าผิดปกติ (outliers) อยู่พอสมควร ซึ่งเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (heteroskedasticity) ในแบบจำลอง ดังแสดงในที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่า VIF

ตัวแปร	NDOC	STL	LTI	LTL	VIF
NDOC	1.000				1.192
STL	.186 ($p < .001$)	1.000			1.673
LTI	.377 ($p < .001$)	.147 ($p < .001$)	1.000		1.179
LTL	.064 ($p = .014$)	.612 ($p < .001$)	.029 ($p = .278$)	1.000	1.610

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

หมายเหตุ: ค่าที่อยู่ในวงเล็บคือค่า p

จากตารางที่ 3 ไม่พบความสัมพันธ์ในระดับสูงที่บ่งชี้ถึงปัญหา multicollinearity รุนแรงระหว่างตัวแปรอิสระ เนื่องจากไม่มีคู่ตัวแปรใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า .80 หรือต่ำกว่า $-.80$ และไม่มีตัวแปรอิสระใดมีค่า VIF เกิน 10

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบแบบจำลอง

Variable	Fixed effect estimate	Fixed effect p	Random effect estimate	Random effect p
Intercept	-3.217	$< .001$	1.209	$< .001$
NDOC	0.057	$= .001$	0.019	$< .001$
STL	0.103	$= .013$	0.056	$< .001$
LTI	0.048	$< .001$	0.033	$< .001$
LTL	0.095	$< .001$	0.053	$< .001$
R^2	0.704		0.646	
Adjusted R^2	0.629		0.645	
Durbin-Watson statistic	2.149		2.026	

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

หมายเหตุ: ในตารางที่ 4 ให้ใช้ $R^2 = .704$, $R^2 = .646$, Adjusted $R^2 = .629$ และ Adjusted $R^2 = .645$ โดยไม่ใส่เลขศูนย์นำหน้า

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบแบบจำลองเบื้องต้นพบว่า fixed effect model ให้ค่า R^2 เท่ากับ .704 ขณะที่ random effect model ให้ค่า R^2 เท่ากับ .646 การพิจารณาความเหมาะสมระหว่าง fixed effect model และ random effect model ในขั้นตอนถัดไปใช้ Hausman test เป็นเกณฑ์หลักในการตัดสินใจ

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบ Hausman เพื่อเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม

Test statistic	χ^2	df	p
Hausman test (fixed vs. random)	22.57	4	< .001

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองด้วย Hausman test พบว่า $\chi^2 = 22.57$, $df = 4$ และ $p < .001$ ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่ระบุว่า random effect model เป็นแบบจำลองที่เหมาะสม และสรุปได้ว่า fixed effect model เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการศึกษานี้

ขั้นตอนถัดไปเป็นการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าคลาดเคลื่อน (autocorrelation) ของ fixed effect model โดยค่า Durbin-Watson statistic เท่ากับ 2.149 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.5–2.5 ตามเกณฑ์ทั่วไป อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก Durbin-Watson test ออกแบบมาสำหรับข้อมูลอนุกรมเวลาและไม่ใช้การทดสอบหลักสำหรับข้อมูล panel data ผู้วิจัยจึงทดสอบเพิ่มเติมด้วย Wooldridge test for autocorrelation in panel data (Drukker, 2003; Wooldridge, 2002) ผลการทดสอบพบว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าไม่เกิดปัญหา autocorrelation อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) แสดงว่าแบบจำลองมีปัญหาความสัมพันธ์ในตัวเองของค่าคลาดเคลื่อนระหว่างช่วงเวลาภายในสหกรณ์เดียวกัน (serial correlation) ผู้วิจัยจึงใช้ cluster-robust standard errors (clustered by cooperative entity) ซึ่งทนทานต่อทั้งปัญหา heteroskedasticity และ serial correlation ภายในหน่วยสังเกตเดียวกัน ตามแนวทางของ Wooldridge (2013) ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบ heteroskedasticity และ autocorrelation

Test statistic	Statistic	df	p
Breusch-Pagan test for heteroskedasticity	29.92	4	< .001
Wooldridge test for autocorrelation	93.73	1	< .001

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

ผลการทดสอบ Breusch-Pagan ในตารางที่ 6 พบว่า LM statistic = 29.92, $df = 4$ และ $p < .001$ ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่ระบุว่าความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนคงที่ และสรุปได้ว่าแบบจำลองมีปัญหา heteroskedasticity เช่นเดียวกับผลการทดสอบ Wooldridge ซึ่งพบว่า statistic = 93.73, $df = 1$ และ $p < .001$ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ที่ระบุว่าไม่เกิดปัญหา autocorrelation สรุปได้ว่าแบบจำลองมีทั้งปัญหา heteroskedasticity และ autocorrelation ผู้วิจัยจึงปรับค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานด้วย cluster-robust standard errors (clustered by entity) ดังแสดงในตารางที่ 7 Table 6. Fixed Effects Model Estimation Results with Cluster-Robust Standard Errors (Clustered by Entity) — คำนวณจากชุดข้อมูลจริง

ตารางที่ 7 ผลการประมาณค่า fixed effect model ด้วย cluster-robust standard errors (clustered by entity)

Variable	Estimate	SE	t	p
Intercept	-3.217	1.730	-1.859	.063
NDOC	0.057	0.020	2.826	.005
STL	0.103	0.036	2.858	.004
LTI	0.048	0.013	3.608	< .001
LTL	0.095	0.019	5.120	< .001
R ²	.704			
Adjusted R ²	.629			
Robust F statistic	8.851			< .001

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

หมายเหตุ: SE = cluster-robust standard error (clustered by entity)

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยสนับสนุนสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ โดยเงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุน (IR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .005$) เงินให้กู้ระยะสั้น (STL) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .004$) เงินลงทุนระยะยาว (LTI) และเงินให้กู้ระยะยาว (LTL) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .001$) เมื่อปรับค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานด้วย cluster-robust standard errors แล้ว ตัวแปรทั้ง 4 ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สะท้อนว่าข้อสรุปเรื่องอิทธิพลเชิงบวกของตัวแปรทั้ง 4 ต่อผลตอบแทนจากการลงทุนยังคงมีความมั่นคงเมื่อพิจารณาปัญหา autocorrelation ร่วมด้วย

นอกจากนี้ เพื่อตรวจสอบความมั่นคงของผลการศึกษาต่อปัญหา endogeneity/reverse causality ผู้วิจัยได้ทดสอบเพิ่มเติมโดยใช้ตัวแปรอิสระแบบหน่วงเวลา 1 ช่วงเวลา (lagged explanatory variables: $t - 1$) แทนตัวแปรอิสระในช่วงเวลาเดียวกัน (robustness check) ผลการทดสอบ ($n = 1,152$) พบว่า $STL(t - 1)$, $LTI(t - 1)$ และ $LTL(t - 1)$ ยังคงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อ IR อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) สอดคล้องกับผลหลักในตารางที่ 7 ขณะที่ $NDOC(t - 1)$ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .134$) ผลดังกล่าวช่วยบรรเทาข้อกังวลเรื่อง reverse causality ของตัวแปร STL, LTI และ LTL ได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงเป็นข้อจำกัดของการศึกษาที่ควรระบุไว้ในส่วนข้อจำกัดงานวิจัย

การวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อทดสอบความมั่นคงของผลการศึกษา (Additional Robustness Checks)

เนื่องจากตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในแบบจำลองหลักอยู่ในรูปมูลค่าสัมบูรณ์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา scale effect ผู้วิจัยจึงแปลงตัวแปรทั้งหมดให้อยู่ในรูปลอการิทึมธรรมชาติ โดยใช้ $\ln(x + 1)$ เพื่อรองรับค่าที่เท่ากับศูนย์ แล้ววิเคราะห์ด้วย double-log model โดยใช้ fixed effect model ร่วมกับ cluster-robust standard errors ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการประมาณค่า double-log model ด้วย fixed effect model และ cluster-robust standard errors

Variable	Elasticity (β)	SE	t	p
Intercept	-1.613	0.741	-2.177	.030
ln(NDOC + 1)	0.006	0.053	0.113	.910
ln(STL + 1)	0.320	0.140	2.284	.023
ln(LTI + 1)	0.157	0.079	2.000	.046
ln(LTL + 1)	0.675	0.189	3.564	< .001
Within R ²	.035			

ที่มา: ผู้วิจัยคำนวณจากชุดข้อมูลจริง

หมายเหตุ: SE = cluster-robust standard error; Breusch-Pagan test: LM = 5.28, df = 4, p = .260

จากตารางที่ 8 เมื่อแปลงตัวแปรทั้งหมดให้อยู่ในรูปลอการิทึม พบว่าปัญหาความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่ (heteroskedasticity) หายไป โดยผลการทดสอบ Breusch-Pagan ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (*p* = .260) เมื่อเทียบกับแบบจำลองเดิมในตารางที่ 6 (*p* < .001) ซึ่งยืนยันว่าปัญหาจากขนาดของข้อมูล (scale effect) เป็นสาเหตุสำคัญของความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนไม่คงที่ในแบบจำลองเดิม อย่างไรก็ตามลำดับความสำคัญของตัวแปรเปลี่ยนแปลงไปจากแบบจำลองเชิงเส้นเดิม กล่าวคือ เมื่อพิจารณาในรูปค่าความยืดหยุ่น (elasticity) เงินให้กู้ระยะยาว (LTL) มีค่าสัมประสิทธิ์ที่สูงที่สุดเท่ากับ 0.675 รองลงมาคือเงินให้กู้ระยะสั้น (STL) เท่ากับ 0.320 และเงินลงทุนระยะยาว (LTI) เท่ากับ 0.157 ตามลำดับ ขณะที่เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (*p* = .910) ผลที่แตกต่างกันระหว่างแบบจำลองเชิงเส้นในตารางที่ 7 และแบบจำลองเชิงลอการิทึมในตารางที่ 8 สะท้อนว่าข้อสรุปเรื่อง “ตัวแปรใดมีอิทธิพลมากที่สุด” มีความอ่อนไหวต่อรูปแบบการกำหนดแบบจำลอง (model specification) ผู้วิจัยจึงเสนอให้รายงานผลทั้งสองแบบจำลองประกอบกัน โดยในเชิงมูลค่าสัมบูรณ์ STL มีอิทธิพลสูงสุด ขณะที่ในเชิงอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ LTL มีอิทธิพลสูงสุด ซึ่งมีนัยเชิงนโยบายแตกต่างกัน กล่าวคือ ในเชิงมูลค่า การเพิ่ม STL 1 หน่วยทำให้ผลตอบแทนเพิ่มขึ้นมากกว่า แต่ในเชิงร้อยละ การเพิ่ม LTL ร้อยละ 1 ทำให้ผลตอบแทนเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่าตัวแปรอื่น

นอกจากนี้ เพื่อควบคุมปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคที่อาจส่งผลกระทบต่อสหกรณ์ทุกแห่งร่วมกันในแต่ละปี เช่น อัตราดอกเบี้ยนโยบายและภาวะตลาดทุน ซึ่งชุดข้อมูลไม่มีตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคโดยตรง ผู้วิจัยจึงทดสอบผลกระทบคงที่ด้านเวลา (time fixed effects) ควบคู่กับผลกระทบคงที่รายสหกรณ์ (entity fixed effects) เดิม หรือแบบจำลองผลกระทบคงที่สองทาง (two-way fixed effects model) ผลการทดสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของ NDOC, STL, LTI และ LTL ยังคงเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวแปร (NDOC = 0.078, STL = 0.125, LTI = 0.073 และ LTL = 0.109) ซึ่งใกล้เคียงกับผลในตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผลการศึกษาหลักมีความคงทน (robust) แม้ควบคุมปัจจัยร่วมรายปีที่ส่งผลกระทบต่อสหกรณ์ทุกแห่งพร้อมกันแล้ว ผลดังกล่าวช่วยบรรเทาข้อกังวลบางส่วนเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคที่ไม่ได้วัดโดยตรงในแบบจำลอง แม้จะยังไม่สามารถทดแทนการเพิ่มตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคที่วัดค่าได้จริง เช่น อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อ ตามที่ระบุไว้ในข้อจำกัดของงานวิจัย

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย ได้แก่ เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ เงินให้กู้ระยะสั้น เงินลงทุนระยะยาว เงินให้กู้ระยะยาว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของโครงสร้างสินทรัพย์ทางการเงินที่มีต่อศักยภาพในการสร้าง

รายได้ของสหกรณ์ สอดคล้องกับทฤษฎีการลงทุนสมัยใหม่ ที่เน้นการกระจายความเสี่ยงเพื่อลดความผันผวนของผลตอบแทน (Markowitz, 1952) รวมถึงแนวความคิดการบริหารจัดการสินทรัพย์และหนี้สิน ซึ่งมุ่งรักษาสมดุลทางการเงินผ่านการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Ho, 1997)

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า เงินให้กู้ระยะสั้น (STL) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบที่สุดต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การให้สินเชื่อระยะสั้นแก่สมาชิกของสหกรณ์เป็นแหล่งรายได้ที่สามารถบริหารจัดการได้ง่าย และให้ผลตอบแทนสม่ำเสมอในช่วงเวลาสั้น ๆ อันเป็นผลมาจากลักษณะการหมุนเวียนของเงินทุนที่รวดเร็วและความเสี่ยงในการผิดนัดชำระที่อยู่ในระดับต่ำกว่าสินเชื่อระยะยาว สอดคล้องกับการศึกษาของ Bougheas et al. (2009) ที่เสนอว่าการให้สินเชื่อระยะสั้นสามารถส่งเสริมการบริหารสินค้ายางคั่งและเพิ่มยอดขายของกิจการ ซึ่งในบริบทของสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถอธิบายได้ว่า การให้กู้ในลักษณะดังกล่าวช่วยเพิ่มสภาพคล่องและประสิทธิภาพทางการเงินขององค์กร นอกจากนี้ พบว่า เงินให้กู้ระยะยาว (LTL) แสดงอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าแม้จะมีลักษณะเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงกว่า แต่หากได้รับการประเมินความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและมีระบบบริหารจัดการที่รัดกุม สหกรณ์จะสามารถสร้างผลตอบแทนที่มั่นคงในระยะยาวได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hallak and Schure (2011) ที่ระบุว่าสินเชื่อที่ปล่อยในลักษณะระยะยาวและมีระบบบริหารจัดการที่ดีมักได้รับผลตอบแทนในระดับสูง

เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ (NDOC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายได้ว่า การกระจายเงินฝากไปยังสหกรณ์อื่นเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สหกรณ์ขนาดเล็กใช้ในการกระจายความเสี่ยงและเพิ่มผลตอบแทนในช่วงที่มีเงินสดส่วนเกินหรือมีข้อจำกัดในการลงทุนอันเนื่องมาจากกฎระเบียบ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล เจนกุลประสูตร และพรณทิพย์ อย่างกลั่น (2567) ที่พบว่า การจัดการเงินฝากและสินทรัพย์สภาพคล่องอย่างเหมาะสมส่งผลต่อกำไรและเสถียรภาพทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับเงินลงทุนระยะยาว (LTI) ซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากการลงทุนเช่นกัน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของการลงทุนในตราสารทุนหรือตราสารหนี้ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Singh and Faircloth (2005) ที่เห็นว่า การลงทุนในสินทรัพย์ระยะยาวส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการสร้างผลตอบแทนในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาจากขนาดค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองเชิงเส้น พบว่าเงินให้กู้ระยะสั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อผลตอบแทนจากการลงทุน รองลงมาคือเงินให้กู้ระยะยาว เงินฝากสหกรณ์อื่น-สุทธิ และเงินลงทุนระยะยาว ตามลำดับ

ทั้งนี้ ผลการทดสอบเพิ่มเติมด้วยแบบจำลอง double-log ในตารางที่ 8 พบว่า เมื่อพิจารณาในรูปค่าความยืดหยุ่น (elasticity) แทนมูลค่าสัมบูรณ์ เงินให้กู้ระยะยาว (LTL) กลับมีอิทธิพลสูงสุดแทนเงินให้กู้ระยะสั้น ผู้วิจัยจึงระบุว่าลำดับความสำคัญของตัวแปรที่รายงานข้างต้นอ้างอิงจากขนาดค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองเชิงเส้นตามตารางที่ 7 เป็นหลัก และมีความอ่อนไหวต่อรูปแบบการวัดตัวแปร โดยแบบจำลอง double-log ให้ข้อสรุปเชิงร้อยละที่แตกต่างออกไปดังที่อภิปรายไว้ในส่วนก่อนหน้า

ข้อเสนอแนะสำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับการบริหารเงินให้กู้ระยะสั้นให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากแบบจำลองเชิงเส้น เงินให้กู้ระยะสั้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนมากที่สุด การกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อระยะสั้นที่เหมาะสม พร้อมทั้งมีระบบอนุมัติและติดตามหนี้ที่เข้มงวด จะช่วยลดความเสี่ยงจากหนี้เสียและเพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน นอกจากนี้ สหกรณ์ควรจัดสรรพอร์ตการลงทุนให้มี

ความสัมพันธ์ระหว่างเงินให้กู้ระยะสั้น เงินให้กู้ระยะยาว และสินทรัพย์ประเภทอื่น เพื่อกระจายความเสี่ยงและสร้างเสถียรภาพของผลตอบแทนอย่างยั่งยืน

ข้อจำกัดของงานวิจัย

ข้อจำกัดของการศึกษานี้ประกอบด้วยประเด็นหลัก 3 ประการ ประการแรก การศึกษามุ่งวิเคราะห์เฉพาะสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็กที่มีสินทรัพย์รวมน้อยกว่า 5,000 ล้านบาท ผลการศึกษาจึงไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างการบริหาร กลยุทธ์ทางการเงิน และขนาดสินทรัพย์แตกต่างกันได้ ประการที่สอง การศึกษานี้ไม่ได้นำปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคมาพิจารณา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวอาจมีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดเล็ก ประการที่สาม แม้ผลการทดสอบด้วยตัวแปรอิสระแบบหน่วงเวลา (lagged explanatory variables: $t - 1$) จะช่วยบรรเทาข้อกังวลเกี่ยวกับปัญหาความสัมพันธ์ภายในและความเป็นเหตุเป็นผลย้อนกลับ (endogeneity/reverse causality) ของตัวแปร STL, LTI และ LTL ได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถยืนยันทิศทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้อย่างสมบูรณ์ในกรณีของ NDOC ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลองที่ใช้ตัวแปรแบบหน่วงเวลา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารoundต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสหกรณ์ออมทรัพย์ทุกขนาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนสภาพจริงของภาคสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรเพิ่มตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคในการวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถพิจารณาผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่มีต่อผลตอบแทนจากการลงทุนของสหกรณ์ได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2566). ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ จำแนกตามประเภท ประจำปี 2566. https://statistic.cad.go.th/download/report_info/66/out_2_66.pdf
- ณัฐพล เจนกุลประสูตร และพรณทิพย์ อย่างกลิ่น. (2567). ผลกระทบของกระแสเงินสดและการบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 7(2), 180–199. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/polssru/article/view/273719>
- ทิพากร ศรีชัยอรรณ, ชลกกก โฆษิตคณิน, และนิกษิณญา บุญช่วย. (2564). อิทธิพลของงบกระแสเงินสดต่อสภาพคล่องและความมั่งคั่งสูงสุดของธุรกิจ กรณีศึกษา: กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ*, 5(1), 87–102. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/246680>
- ธัชชน ศรีทองเดิม. (2567, 19 พฤศจิกายน). *ธุรกิจสหกรณ์ออมทรัพย์*. LH Bank. https://www.lhbank.co.th/getattachment/9228450b-6af4-4225-a8cb-f30fa84bce35/economic-analysis-Industry-Outlook-2024-Cooperative_Nov2024
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานเสถียรภาพระบบการเงินไทยรายไตรมาส ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2566. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/financial-stability-snapshot/FSSnapshot_Q366.pdf
- ปราณี ตปนียรวงศ์. (2560). วิเคราะห์ปัจจัยความมั่นคงทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 112–126. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/BJBM/article/view/230290>

- ยีนดี ชาญณรงค์, วราภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร, และสมบูรณ์ สุขสำราญ. (2561). แนวทางพัฒนาการบริหารจัดการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จังหวัดภาคใต้ฝั่งทะเลอันดามัน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 14(2), 42–70. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pkrujo/article/view/242034>
- ยุภารัตน์ พรประดับ และสุรีย์ โพษกรณัญ. (2564). โครงสร้างการบริหารเงินกู้กับความสามารถในการทำกำไรของสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดใหญ่ในประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 139–154. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hssj/article/view/251835>
- วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาหลักทรัพย์กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 18–32. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/254958
- ศูนย์วิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ทางการเงินสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2568). การดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ 10 ปี (ปีบัญชี 2558–2567). <https://cfc.office.cpd.go.th/news-all/information-news/113-research01-01-2024-3.html>
- Bougheas, S., Mateut, S., & Mizen, P. (2009). Corporate trade credit and inventories: New evidence of a trade-off from accounts payable and receivable. *Journal of Banking & Finance*, 33(2), 300–307. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2008.07.019>
- Drukker, D. M. (2003). Testing for serial correlation in linear panel-data models. *The Stata Journal*, 3(2), 168–177. <https://doi.org/10.1177/1536867X0300300206>
- Durbin, J., & Watson, G. S. (1951). Testing for serial correlation in least squares regression. II. *Biometrika*, 38(1/2), 159–177. <https://doi.org/10.1093/biomet/38.1-2.159>
- Flores-Chia, J., & Mougnot, B. (2023). Analysis of the financial sustainability of the cooperative savings and credit sector in Peru. *International Journal of Social Economics*, 50(3), 452–461. <https://doi.org/10.1108/IJSE-01-2022-0064>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Hallak, I., & Schure, P. (2011). Why larger lenders obtain higher returns: Evidence from sovereign syndicated loans. *Financial Management*, 40(2), 427–453. <https://doi.org/10.1111/j.1755-053X.2011.01148.x>
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251–1271. <https://doi.org/10.2307/1913827>
- Ho, D. (1997). Asset liability management. In H. Amman, B. Rustem, & A. Whinston (Eds.), *Computational approaches to economic problems* (pp. 143–159). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4757-2644-2>
- Markowitz, H. (1952). Portfolio selection. *The Journal of Finance*, 7(1), 77–91. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1952.tb01525.x>
- Pearson, K. (1920). Notes on the history of correlation. *Biometrika*, 13(1), 25–45. <https://doi.org/10.1093/biomet/13.1.25>
- Sala-Rios, M. (2024). What are the determinants affecting cooperatives' profitability? Evidence from Spain. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 95(1), 85–111. <https://doi.org/10.1111/apce.12423>

Singh, M., & Faircloth, S. (2005). The impact of corporate debt on long term investment and firm performance. *Applied Economics*, 37(8), 875–883.

<https://doi.org/10.1080/00036840500076762>

Wooldridge, J. M. (2002). *Econometric analysis of cross section and panel data*. MIT Press.

Wooldridge, J. M. (2013). *Introductory econometrics: A modern approach* (5th ed.). South-Western.

Applied Economics, Management and Social Sciences
ISSN 3027-8449 (Online)

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เลขที่ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว
เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
e-mail: aems.eco@ku.th

