

ISSN : 2773-9414
eISSN : 2774-0005



วารสาร
เศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

JOURNAL OF ECONOMICS
MAEJO UNIVERSITY

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2564

VOL.1, NO.2 JULY - DECEMBER 2021



วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Journal of Economics Maejo University

วัตถุประสงค์ของวารสาร

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปได้เผยแพร่ผลงานวิชาการงานวิจัย
2. เพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อคิดเห็นทางวิชาการในด้านเศรษฐศาสตร์การพัฒนา ด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง ด้านเศรษฐศาสตร์เกษตร ด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐศาสตร์การเงิน ด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ด้านเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาสังคมและชุมชน และด้านการจัดการ (การบริหารและการจัดการ)
3. เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
4. เพื่อเป็นการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม

ประเภทของผลงานวิชาการที่จะรับตีพิมพ์

1. บทความวิชาการ (Academic Article)
2. บทความวิจัย (Research Article)

ขอบเขตของวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เผยแพร่บทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยบทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ในหลายมิติและการพัฒนาสังคมและชุมชนและการจัดการ (การบริหารและการจัดการ) ต้องนำเสนอให้เห็นถึงการสร้างสรรค์องค์ความรู้ทางวิชาการที่มีประโยชน์และน่าสนใจ รวมถึงการนำเสนอผลการวิจัยที่เป็นปัจจุบัน เป็นประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและวิชาชีพ และบทความจะผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่บทความนั้นเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการของบทความที่จะเผยแพร่ในวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จะต้อง มีเนื้อหาครอบคลุมในด้าน ดังต่อไปนี้

- ด้านเศรษฐศาสตร์การพัฒนา
- ด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง
- ด้านเศรษฐศาสตร์เกษตร
- ด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม
- ด้านเศรษฐศาสตร์การเงิน
- ด้านเศรษฐศาสตร์

- ด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม
- ด้านเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
- ด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ
- ด้านเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว
- ด้านการพัฒนาสังคมและชุมชน
- ด้านการจัดการ (การบริหารและการจัดการ)

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้
 คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
 รองคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ ฝ่ายบริหารและกิจการนักศึกษา
 รองคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ ฝ่ายยุทธศาสตร์และการวิจัย
 รองคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ ฝ่ายวิชาการและมาตรฐานการศึกษา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

Prof. Hung T. Nguen	New Maxico State University
ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.เบญจพรรณ เอกะสิงห์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.เริงชัย ต้นสุชาติ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภารวี มณีจักร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพล ยะมะกะ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ เกียรติมานะโรจน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรอนงค์ พัวร์ตันอรุณกร	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
อาจารย์ ดร.อภิรักษ์ พัทธโรภาสวัฒนกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษ์ภูวนารถ
รองศาสตราจารย์ ดร.เกศสุดา สิทธิสันติกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก นันทะเสน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา พันธุ์มณี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ชนก สังข์แก้ว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา ยศสุข	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

Prof. Hung T. Nguen	New Maxico State University
ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.เกศสุดา สิทธิสันติกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.เบญจพรรณ เอกะสิงห์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.เริงชัย ต้นสุชาติ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สุรชัย กังวล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.สมเกียรติ ชัยพิบูลย์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์ ดร.ศักรินทร์ นนทพจน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ เชื้อเมืองพาน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก นันทะเสน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา เสถียรพีระกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัมพร ไห้ถ้ายอง	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล แจ่มจันทร์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิตา พันธุ์มณี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ ชัยบุญศรี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทพรดี นิตยพงศ์ชัย	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตชาล สิริตนการ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.นิโรจน์ สิ้นณรงค์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรารธนา ยศสุข	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ชนก สังข์แก้ว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรินทร์ สุภาพันธุ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รภัทสรณ์ คงธนจารุอนันต์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธินัน เอื้อศิลป์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพล ยะมะกะ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ นันทะเสน	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิไล จุลพันธ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ เกียรติมานะโรจน์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณชนก เพชรานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณนิภา ลือชารัมย์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภารวี มณีจักร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล จตุพร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ อวีโรธนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สิงหะวาระ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติ แสงเลิศไสว	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวรัตน์ กุศล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาภรณ์ อธิปัญญากุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธานี ชัยวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา พลับปลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศิลป์ กันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิทยาเขตแม่สอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิการ กาญจนะจิตรา	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สักรินทร์ นิยมศิลป์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรอนงค์ พัชรตันอรุณกร	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ วงศ์ไชย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Asst. Prof. Jorge Fidel Barahona Caceres, Ph.D.	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น้ำเพชร วินิจฉัยกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.กัณฑ์พร ช่วงชิต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.กัญชลิลา คงย่อง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.เกวลิณ สมบูรณ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.พรรณีภา อนุรักษากรกุล	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร.พิมพ์พิมล แก้วมณี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.รพี พงษ์พานิช	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อาจารย์ ดร.ธีรธร ยูงทอง	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ ดร.สมพร พูลพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
อาจารย์ ดร.อภิวัฒน์ อายุสุข	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อาจารย์ ดร.อมิพันธ์ พัชรโรภาสวัฒนกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

กำหนดการออกวารสาร

วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป วารสารฯ มีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 ระหว่างเดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน และฉบับที่ 2 ระหว่างเดือนกรกฎาคม-เดือนธันวาคม

ออกแบบปก

นางสาวศิริรัตน์ ทองสุวรรณ

เลขานุการ

ดร.วีร์ พวงเพ็ชร์

ผู้ช่วยเลขานุการ

นายชุมพลภัทร์ คงจนจารุณันต์

พิมพ์ที่

เอ็น.พี.ที. ปรี้นตั่ง (NPT Printing)

116/2 ตำบลป่าแดด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

โทรศัพท์: 081-421-4903

E-mail: nptprinting19@yahoo.com

บทความ ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ
บรรณาธิการและกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย และไม่ถือเป็นความรับผิดชอบ
ลิขสิทธิ์เป็นของผู้เขียนและวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
การตีพิมพ์ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนโดยตรงและเป็นลายลักษณ์อักษร

บทบรรณาธิการ

วารสารเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ฉบับนี้ เป็นฉบับที่ 2 ปีที่ 1 จัดพิมพ์ทำขึ้นเพื่อเปิดรับผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย ของอาจารย์ นิสิต นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งจากนักวิชาการทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งบทวิจารณ์หนังสือ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยบทความที่จะได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์เผยแพร่จะต้องมีคุณภาพทางวิชาการ มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ในด้านการสร้างองค์ความรู้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ

ในปัจจุบันแม้ว่าการระบาดของ COVID-19 จะเริ่มดีขึ้น เศรษฐกิจเริ่มกลับมาฟื้นตัวและเดินหน้าต่อไปได้บ้าง แต่แนวโน้มการฟื้นตัว ยังคงเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ซึ่งรูปแบบการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจแบบ V, U, W, Swoosh และ L-Shape คือ รูปแบบที่นักวิเคราะห์และนักเศรษฐศาสตร์ทั่วโลกมีการพูดถึงมากที่สุด เพื่อใช้อธิบายการฟื้นตัวหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม 5 รูปแบบการฟื้นตัวนี้ เป็นรูปแบบพื้นฐาน โดยการวิเคราะห์เศรษฐกิจยังมีตัวแปรอีกมาก และอาจจะมีรูปแบบการฟื้นตัวแบบอื่นเพิ่มเข้ามา อย่างในสหรัฐอเมริกาเอง เริ่มมีการพูดถึงการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจรอบนี้ว่าอาจจะเป็นแบบ K-Shape คือ หลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจจะมีบางกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงบวก มีการฟื้นตัวและเต็งกลับมาได้เลย ขณะที่บางกลุ่มธุรกิจไม่ฟื้นตัว รวมถึงยังตกต่ำลง จึงแยกออกมาเป็นเหมือนตัว K อย่างชัดเจนดังนั้น ความน่าสนใจต่อไปก็คือ เศรษฐกิจจะฟื้นตัวในลักษณะใด เราสามารถที่จะนำองค์ความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างคุณประโยชน์เพื่อที่จะสามารถแก้ไข วางแผน เกี่ยวกับการจัดการทางด้านเศรษฐกิจได้อย่างไร ในแง่มุมไหน บาง ซึ่งวารสารฉบับนี้หวังว่าจะเป็นแหล่งรวมความรู้และจินตนาการที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวความคิดให้กับผู้ที่ต้องการต่อยอด สร้างสรรค์งานวิจัยที่มีคุณภาพ เพื่อที่จะรองรับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะใดในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นกองบรรณาธิการขออ้อมรับไว้ด้วยความยินดียิ่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย/วิชาการ

13

การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร: กรณีศึกษา
ลูกค้าข้าราชการครู และข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด

An Analysis of Debt Default Probability of Bank Client: A Case Study of
Teachers and Local Government Clients of Krung Thai Bank, Hod Branch
สุทธิพงษ์ ใหม่จันทร์แดง

32

การศึกษาผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากนักลงทุนต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

A study on the Impact of net trading value by Investor types to The
Stock Exchange of Thailand
ปริยากร ดีพัฒน์กุล

47

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็ก
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Organization Engagement: The Case Studies of Hostels
and Small Hotels in Mueang District, Chiang Mai Province
ภาวินันท์ กิตติกรวรรเดช กันต์สินี กันทะวงค์วาร

56

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าสถาบันการเงิน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Customers' Behavior of Using Housing-loan Service of
Financial Institutes in Mueang District, Chiang Mai Province
จิระประภา ปัญญาแดง วรลักษณ์ ทิมาภักดิ์

สารบัญ

บทความวิจัย/วิชาการ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

65

Consumer Behavior of Fresh Coffee in Sansai District, Chiang Mai Province

พรศักดิ์ โพธิ์มงคล



วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Journal of Economics Maejo University

การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร:
กรณีศึกษาลูกค้าข้าราชการครู และข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด

An Analysis of Debt Default Probability of Bank Client:
A Case Study of Teachers and Local Government Clients
of Krung Thai Bank, Hod Branch

สุทธิพงษ์ ใหม่อัจฉริยะ*
Sudtipong Maijundang*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร โดยใช้แบบจำลองโพรบิต ผลการศึกษพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร การบริการชำระหนี้เงินกู้ วัตถุประสงค์ในการกู้ และหลักประกันเงินกู้ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ลูกค้าธนาคารมีโอกาสผิดนัดชำระหนี้มากขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการกู้ ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่การผิดนัดชำระหนี้มักเกิดขึ้นกับการกู้เพื่อการอุปโภค - บริโภค ดังนั้นผลการศึกษาในครั้งนี้จึงได้สะท้อนให้เห็นว่าในการพิจารณาให้สินเชื่อแก่ลูกค้ารายใหม่ ธนาคารควรพิจารณาและให้ความสำคัญกับ เพศ รายได้ต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร บริการชำระหนี้เงินกู้ หลักประกันเงินกู้ ของลูกค้าเป็นหลัก โดยเฉพาะด้านรายจ่ายต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการกู้ของลูกค้าอย่างละเอียดก่อนการอนุมัติสินเชื่อ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร

คำสำคัญ: การผิดนัดชำระหนี้, ธนาคารพาณิชย์, การให้สินเชื่อ, แบบจำลองโพรบิต, ข้าราชการ

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors affecting the probability of default of the bank customers using the Probit model. The results showed that seven factors could statistically affect debt default, namely gender, income, expenditure, loan interest rate, bank services, the objective of borrowing, and collateral loan. The critical factors that resulted in the bank's customers having a higher chance of defaulting on their debts were the monthly expenses and the purpose of the

* คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ E-mail: sudtipong.maijundang@gmail.com

* Corresponding author - Faculty of Economics, Chiang Mai University - E-mail: sudtipong.maijundang@gmail.com

loan, especially for consumption. Therefore, the results of this study reflect that when considering credit for new customers, banks should consider and pay attention to gender, income, loan interest rate loan, repayment service, collateral loan, especially the customer's expenses, and the borrowing objectives before credit approval. This is an essential factor affecting the chances of defaulting on the bank's customers.

Keywords: Technical Office, Operation, Public-Hospital, Chiang Mai, Data Envelopment Analysis

ที่มาและความสำคัญ

ในภาวะของเศรษฐกิจปัจจุบันแม้ว่ารายได้ของคนไทยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นในทุกปี ค่าใช้จ่ายในการครองชีพก็ขยับตัวสูงขึ้นเกือบทุกภูมิภาค สินค้าอุปโภคบริโภค รวมทั้งเครื่องอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันต้องหาซื้อได้ด้วยเงิน และโดยธรรมชาติของมนุษย์ล้วนต้องการกินดีอยู่ดี มีสิ่งของเครื่องใช้ทัดเทียมผู้อื่น แต่ในความเป็นจริงแล้วความเป็นอยู่ รายได้แต่ละครอบครัวย่อมแตกต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้ไม่สามารถที่จะหาซื้อของมาสนองความต้องการของตนได้ทันที ดังนั้นวิธีการที่จะบำบัดความต้องการที่จะได้สิ่งของเหล่านี้มาจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการผ่อนชำระ เช่าซื้อ หรือกู้ยืม จึงเกิดธุรกิจเช่าซื้อและธุรกิจเงินกู้นอกระบบ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มักมีอัตราดอกเบี้ยที่สูง สร้างภาระหนี้สินแก่ประชาชนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยเฉพาะในกลุ่มอาชีพรับราชการ จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2555 พบว่า ร้อยละ 83.2 ของครอบครัวของข้าราชการทุกประเภท และทุกระดับตำแหน่งเป็นผู้มีหนี้สินจำนวนหนี้สินรวมกันทั้งสิ้น 323,593 ล้านบาท และมีจำนวนหนี้สินเฉลี่ย 1,111,425 บาท ต่อราย (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารพาณิชย์ในประเทศที่มีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในรูปแบบของสถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ซึ่งได้เห็นถึงความสำคัญของข้าราชการไทยจึงได้ออกผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อให้กับข้าราชการและบุคลากรของรัฐ ธนาคารจึงได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐให้สินเชื่อเพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับข้าราชการ สำหรับหน่วยงานที่มีข้อตกลงกับธนาคาร ได้แก่ สินเชื่ออเนกประสงค์เพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับข้าราชการ สินเชื่อกรุงไทยธนวิภู สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับข้าราชการ และสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการบำนาญ ซึ่งสินเชื่อดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของสินเชื่อบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาภาระหนี้ ที่เพิ่มสูงขึ้นของข้าราชการและบุคลากรของรัฐ เพื่อยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับข้าราชการ และบุคลากรของรัฐ และลดปัญหาการเกิดหนี้นอกระบบให้ข้าราชการและบุคลากรของรัฐอีกด้วย โดยจากจำนวนสาขาของธนาคารกรุงไทยที่มีอยู่อย่างมากมายครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย งานวิจัยฉบับนี้ได้ให้ความสนใจธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด ซึ่งเป็นสาขาที่เปิดดำเนินการเมื่อปี 2557 เป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการทางการเงินและบริการทางด้านสินเชื่อให้กับประชาชนในเขตพื้นที่ อำเภอฮอด อำเภออมก๋อย อำเภอดอยเต่า และเขตอำเภอใกล้เคียง การให้บริการด้านสินเชื่อ ในระยะแรกธนาคารได้อนุมัติสินเชื่อสวัสดิการให้กับข้าราชการและบุคลากรของรัฐในเขตพื้นที่อำเภอฮอด อำเภออมก๋อย อำเภอดอยเต่า ซึ่งทำให้การขยายตัวของสินเชื่อประเภทนี้มีสัดส่วนที่สูงกว่าสินเชื่อประเภทอื่นๆ และมีอัตราการขยายตัวของสินเชื่อข้าราชการอย่างต่อเนื่อง คิดเป็น 164% เมื่อเทียบกับการขยายตัวของสินเชื่อข้าราชการในเขตพื้นที่อื่นๆ (ที่มา: รายงานผลการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย, 2563) จากข้อมูลทางด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด พบว่าลูกค้าสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นกลุ่มข้าราชการครู

ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่เขต 5 และข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอฮอด อำเภออมก๋อย และอำเภอตอยเต่า โดยมียอดอนุมัติสินเชื่อทั้งหมด 294,637,260 บาท (ที่มา: ธนาคารกรุงไทย, 2563) ซึ่งมีจำนวนภาระหนี้สูงกว่าข้าราชการหน่วยงานอื่น ในเขตพื้นที่อำเภอฮอด อำเภออมก๋อย และ อำเภอตอยเต่า คิดเป็น 55% ของพอร์ตสินเชื่อข้าราชการทั้งหมด โดยเป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ คือ สินเชื่อเอนกประสงค์เพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับข้าราชการ คิดเป็น 66% สินเชื่อกรุงไทยธนวิทย์ คิดเป็น 26% สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย คิดเป็น 7% และสินเชื่อสำหรับข้าราชการบำนาญ คิดเป็น 1%

แต่เนื่องด้วยสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ถึงแม้รายได้ของข้าราชการครู และข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีอัตราเพิ่มขึ้นในทุกปี แต่ว่าอัตราค่าใช้จ่ายก็ขยับตัวสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ส่งผลกระทบให้ผู้กู้สินเชื่อสวัสดิการหลายรายไม่สามารถส่งคืนเงินกู้ได้ตามกำหนด และก่อให้เกิดหนี้ค้างชำระมีจำนวนมาก และมีหนี้ค้างชำระเพิ่มขึ้น

อย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับข้าราชการหน่วยงานอื่น (ซึ่งนับตั้งแต่ลูกค้าที่ค้างชำระตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป) เท่ากับ 3,245,000 บาท ในปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 4,854,000 บาท ในปี 2562 โดยเป็นสินเชื่อเอนกประสงค์เพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับข้าราชการ เท่ากับ 2,275,295 บาท สินเชื่อกรุงไทยธนวิทย์ เท่ากับ 346,930 บาท สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เท่ากับ 1,789,120 บาท และสินเชื่อสำหรับข้าราชการบำนาญ เท่ากับ 442,665 บาท (ที่มา: ธนาคารกรุงไทย, 2563)

จากปัญหาดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการผิณฑ์ชำระหนี้ของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด ของกลุ่มลูกค้าข้าราชการครูและข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ธนาคารในการปล่อยสินเชื่อให้แก่ลูกค้ารายใหม่ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการค้างชำระหนี้ของลูกค้า หรือให้มีภาระหนี้ที่น้อยที่สุด นอกจากนี้ธนาคารยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา รวมถึงการกำหนดนโยบายและคุณภาพในการให้บริการสินเชื่อของธนาคารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และลดการเกิดสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL : Non Performing Loan)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการผิณฑ์ชำระหนี้ของลูกค้าธนาคารในกลุ่มข้าราชการครู และข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทบทวนวรรณกรรม

การมีหนี้ค้างชำระนั้นเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมต้องการบริโภคมากแต่รายได้ไม่พอสำหรับการบริโภค จึงทำการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินเพื่อสนองต่อความต้องการที่จะบริโภคเพิ่มขึ้นทำให้การออมของผู้บริโภคไม่เพียงพอต่อการชำระหนี้ จึงเกิดเป็นหนี้ค้างชำระได้ ซึ่งจากทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบกับ Duessenberry (1952) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการบริโภคของบุคคลมีได้ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ตนเองได้รับ แต่หากขึ้นอยู่กับรายได้เปรียบเทียบกับเพื่อนบ้านหรือครอบครัวที่เกี่ยวข้องหรือเปรียบเทียบกับความเป็นอยู่ของตนในอดีต โดยเฉพาะช่วงที่เคยกินดีอยู่ดีมาก่อน ได้เน้นความสำคัญของการเลียนแบบกันอันเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อการตัดสินใจในการบริโภคและก่อให้เกิดการเอาอย่างกันในการบริโภค ทั้งที่ระดับรายได้ของผู้บริโภคแตกต่างกันและจากทฤษฎีของสมมติฐานรายได้ถาวรของ Friedman (1957) ได้เน้นความสัมพันธ์ระดับการบริโภคและ

ระดับรายได้ถาวรโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณากับการบริโภคหมวดสินค้าคงทนแล้ว การตัดสินใจบริโภคจะขึ้นอยู่กับระดับรายได้ถาวรเป็นสำคัญ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการผัดขันธ์ชำระหนี้ธนาคารส่วนใหญ่พบว่า มี 3 ปัจจัยหลักที่สำคัญ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ซึ่งผลการศึกษากลุ่มลูกค้ายกได้แค่เพียงปัจจัยที่ส่งผลต่อการผัดขันธ์ชำระหนี้ของกลุ่มลูกค้าโดยรวมเท่านั้น แต่ไม่สามารถทราบถึงพฤติกรรมการก่อหนี้ของลูกค้าว่า ลูกคามีพฤติกรรมการก่อหนี้อย่างไร และงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษากลุ่มลูกค้าโดยรวมไม่ได้เฉพาะเจาะจงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น จรุงรัตน์ ตระการศิริพันธ์ (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบเนื่องจากปัญหาภาวะเศรษฐกิจ ชะลอตัวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาล การเกิดภัยธรรมชาติ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการผลิตจึงส่งผลให้เกิดหนี้ค้างชำระมาก สำหรับปัจจัยภายในเกิดจากอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น การจำกัดการให้สินเชื่อบางประเภท และเงื่อนไขการชำระหนี้สูง ส่วนปัจจัยที่เกิดจากตัวลูกหนี้เอง คือ ส่วนมากมีการลงทุนเกิดกำลังความสามารถทำให้อัตนทุนที่สูง ธุรกิจขาดสภาพคล่อง ใช้เงินผิดวัตถุประสงค์ ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยและทำการค้าเกินตัว เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ ขณะที่ศรีวาลัย นิราษ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยของการค้างชำระหนี้เงินกู้ของลูกค้าธนาคารของรัฐในจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการค้างชำระหนี้ลูกค้าของธนาคารของรัฐในจังหวัดลำพูนมากที่สุด มีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจ และค่านิยมและเทคโนโลยี ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดมีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย ส่วนปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้กู้เองที่มีอิทธิพลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุดนั้นมีสาเหตุมาจากรายได้หลัก และรายได้รองลดลงและการนำเงินหมุนเวียนไปลงทุน ส่วนสุภาพร ธรรมรัชสุนทร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของลูกค้าหนี้สินเชื่อบัวหลวงศูนย์สินเชื่ออุปโภคบริโภค ธนาคารกรุงเทพ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ วงเงินกู้ สัดส่วนภาระหนี้ต่อวงเงินกู้ จำนวนผู้กู้ ราคาประเมินหลักประกันและสัดส่วนภาระหนี้ต่อราคาประเมินหลักประกัน ส่วนผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ โดยใช้สมการถดถอยแบบ Binary Logistic Regression ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนผู้กู้และสัดส่วนภาระหนี้ต่อราคาประเมินหลักประกัน

กาญจนา ไผ่ศรี (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขา เชียงแสน ผลการศึกษา พบว่าตัวแปร อาชีพรับราชการ รายจ่ายของลูกค้าหนี้ต่อเดือน และวงเงินกู้เพิ่มโอกาสความน่าจะเป็นที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระ และตัวแปรสัดส่วนภาระหนี้คงเหลือต่อวงเงินกู้ สถานภาพสมรสและรายได้ของลูกค้าหนี้ลดโอกาสความน่าจะเป็นที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ส่วนวรรณัฐกานต์ นุชพุ่ม (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และระดับความเข้าใจทางการเงิน โดยการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ชำระหนี้บัตรเครดิตเต็มจำนวน มีจำนวน 207 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีการชำระเต็มจำนวนมากกว่าเพศชาย 1.098 เท่าของเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตะวัน ทิพย์พรหมมา (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้ค้างชำระบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกหนี้ค้างชำระส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

นภดล อังคนาวาศิลย์ และบุญเลิศ จิตรมณีโรจน์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินคงค้างชำระหนี้เงินกู้เชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าที่ขอประนอมหนี้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า 1) อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน รายได้สุทธิต่อเดือน อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด มูลค่าหลักประกันที่ใช้ขอสินเชื่อและมูลเหตุที่เกิดจากตัวลูกหนี้ ด้านรายได้ที่ลดลงมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับจำนวนหนี้คงค้างเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 8 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของจำนวนหนี้คงค้างเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้ 69.0% และ 2) อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (DSCR) จำนวนเงินที่ต้องผ่อนชำระในแต่ละงวด มูลเหตุที่เกิดจากตัวลูกหนี้ด้านการเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และตัวแปรดัมมี่แสดงอิทธิพลของภูมิภาคของหลักประกันในกรุงเทพฯและปริมณฑลมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับสัดส่วนของจำนวนหนี้คงค้างต่อยอดหนี้ทั้งหมดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของจำนวนหนี้คงค้างเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้ 64.7%

ดังนั้นการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้จึงได้ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ของลูกค้าชั้นผัดนัดชำระหนี้ โดยได้เจาะจงลูกค้ากลุ่มที่เป็นข้าราชการครูและข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งถือว่าลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มข้าราชการที่มีอัตราการก่อหนี้สูงและมีอัตราการผัดนัดชำระหนี้ในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของการผัดนัดชำระหนี้ธนาคารของลูกค้าชั้นผัดนัดชำระหนี้ กรณีศึกษา ลูกค้าข้าราชการครูและข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด โดยวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ธนาคาร คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านธนาคาร และปัจจัยด้านหนี้สิน ว่าปัจจัยดังกล่าวมีโอกาสที่จะเกิดการผัดนัดชำระหนี้หรือไม่ อีกทั้งผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์และเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมการก่อหนี้ของลูกค้าคือ พฤติกรรมการก่อหนี้ของลูกค้าชั้นดีและลูกค้าชั้นผัดนัดชำระหนี้ โดยการวิเคราะห์และเปรียบเทียบจากปัจจัยด้านหนี้สิน ได้แก่ ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ วัตถุประสงค์ในการกู้ วงเงินกู้ หลักประกันเงินกู้ จำนวนเงินผ่อนชำระและภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความน่าจะเป็นของการผัดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร ในกลุ่มข้าราชการครูและข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด โดยใช้ข้อมูลในการวิจัยเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือลูกค้าข้าราชการครูและข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีสินเชื่อสวัสดิการข้าราชการของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด ได้แก่ สินเชื่ออเนกประสงค์เพื่อเป็นสวัสดิการสำหรับข้าราชการ สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยสำหรับข้าราชการ และสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการบำนาญ ทั้งหมดจำนวน 195 ราย ซึ่งเป็นจำนวนที่คำนวณได้มาจากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) เมื่อขนาดประชากรซึ่งคือลูกค้าทั้งหมดของธนาคารที่อยู่ในกลุ่มลูกค้าข้าราชการครูและข้าราชการปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 380 ราย (ข้อมูล ณ พ.ศ. 2563) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2. วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความน่าจะเป็นของการผัดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร ในกลุ่มข้าราชการครู และข้าราชการปกครองส่วนท้องถิ่น โดยในการวิเคราะห์จะเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะทั่วไป

ของข้อมูล จากนั้นจะทำการวิเคราะห์โอกาสในการผิณฑชำระหนี้โดยใช้แบบจำลอง Binary choice model ซึ่งเป็นแบบจำลองที่สามารถอธิบายพฤติกรรมของตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพสองทางเลือก โดยในการวิเคราะห์จะใช้ทั้งแบบจำลองโพรบิท (Probit model) และแบบจำลองโลจิสต์ (Logit model) จากนั้นจะทำการเลือกแบบจำลองที่มีความเหมาะสมมากที่สุดโดยพิจารณาจากค่า AIC (The Akaike information criterion) ที่มีค่าต่ำที่สุด และนำผลการประมาณไปทำการวิเคราะห์ในทางเศรษฐศาสตร์ต่อไป

ขั้นตอนการศึกษา สามารถอธิบายโดยดังนี้

1. การใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อแสดงลักษณะพื้นฐานของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ อันได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด เป็นต้น โดยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการอธิบายลักษณะพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานภาพ จำนวนบุคคลที่อยู่ในอุปการะ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคารที่ลูกค้าได้รับ การติดตามการชำระหนี้ของธนาคาร การบริหารชำระเงินกู้ การกำหนดเงื่อนไขการผ่อนชำระ ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ วัตถุประสงค์ในการกู้ วงเงินกู้ หลักประกันการกู้เงิน จำนวนเงินผ่อนชำระ และภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิณฑชำระหนี้ธนาคารของลูกค้า โดยใช้ Binary Choice model ได้แก่แบบจำลองโพรบิท (Probit Model) และแบบจำลองโลจิสต์ (Logit model) เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสการผิณฑชำระหนี้ธนาคารของลูกค้า โดยแบบจำลองจะประกอบไปด้วยตัวแปรตามที่มีค่าที่เป็นไปได้ 2 ทาง และเป็นแบบจำลองที่ใช้สำหรับการประมาณค่าความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์หนึ่ง โดยสมมติให้ความน่าจะเป็นดังกล่าวเท่ากับความถี่สะสมของการแจกแจงแบบปกติ (Normal Cumulative Distribution Function: CDF) สำหรับแบบจำลองโพรบิท และความถี่สะสมของการแจกแจงแบบโลจิสติกส์ (Logistic Cumulative Distribution) สำหรับแบบจำลองแบบโลจิสต์ ดังนั้นความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจสามารถเขียนได้ดังสมการ ต่อไปนี้

$$Prob(y = 1) = \int_{-\infty}^{\beta'x} \phi(t) dt = \Psi(\beta'x)$$

โดยที่ Ψ คือ Standard Normal Distribution Function สำหรับแบบจำลองโพรบิท และ Logistic function สำหรับแบบจำลองโลจิสต์ และ ϕ คือ Probability Density Function

ดังนั้นการทดสอบเพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิณฑชำระหนี้ธนาคารของลูกค้าธนาคารสามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการได้ ดังนี้

$$Y^* = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12} X_{12} + \beta_{13} X_{13} + \beta_{14} X_{14} + \beta_{15} X_{15} + \beta_{16} X_{16} + \beta_{17} X_{17} + \beta_{18} X_{18} + \beta_{19} X_{19} + \beta_{20} X_{20} + \beta_{21} X_{21} + \beta_{22} X_{22} + \beta_{23} X_{23} + \beta_{24} X_{24} + \beta_{25} X_{25} + \beta_{26} X_{26} + \beta_{27} X_{27} + e$$

โดยกำหนดให้

Y^* หมายถึง การผิณฑชำระหนี้สินเชื่อสวัสดิการข้าราชการของธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด โดย $Y^* = 1$ แสดงว่า ผิณฑชำระหนี้ และ 0 แสดงว่า ไม่มีการผิณฑชำระหนี้

X_1 หมายถึง เพศ โดยที่ $X_1 = 1$ เมื่อเป็นเพศชาย และ 0 เมื่อเป็นเพศ หญิง

X_2 หมายถึง อายุ (ปี)

X_3 หมายถึง ระดับการศึกษา โดยที่ $X_3 = 1$ เมื่อระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาโท (ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี) และ 0 เมื่อระดับปริญญาโทขึ้นไป (ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก)

X_4 หมายถึง ตำแหน่งงาน ได้แก่ ระดับปฏิบัติการ ระดับกลางและระดับสูง โดยที่ $X_{41} = 1$ เมื่อมีระดับตำแหน่งงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ และ 0 เมื่ออยู่ในระดับตำแหน่งงานอื่นๆ

X_5 หมายถึง สถานภาพ ได้แก่ สถานภาพโสด สถานภาพสมรส สถานภาพหย่า และสถานภาพหม้าย โดยที่

$X_{51} = 1$ เมื่ออยู่ในสถานภาพโสด และ 0 เมื่ออยู่ในสถานภาพอื่นๆ

$X_{52} = 1$ เมื่ออยู่ในสถานภาพสมรส และ 0 เมื่ออยู่ในสถานภาพอื่นๆ

X_6 หมายถึง จำนวนบุคคลที่อยู่ในอุปการะ (คน)

X_7 หมายถึง รายได้ต่อเดือน (บาท)

X_8 หมายถึง รายจ่ายต่อเดือน (บาท)

X_9 หมายถึง อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร (เปอร์เซ็นต์ต่อปี) โดยถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 3% อัตราดอกเบี้ย 3.01%-4% อัตราดอกเบี้ย 4.01%-5% และอัตราดอกเบี้ย 5% ขึ้นไป การวัดค่าจึงต้องอาศัยตัวแปรหุ่น โดยที่

$X_{91} = 1$ เมื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 3% และ 0 เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับอื่นๆ

$X_{92} = 1$ เมื่ออัตราดอกเบี้ย 3.01%-4% และ 0 เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับอื่นๆ

$X_{93} = 1$ เมื่ออัตราดอกเบี้ย 4.01-5% และ 0 เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับอื่นๆ

X_{10} หมายถึง การติดตามการชำระหนี้ของธนาคาร กำหนดให้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ มีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ มีการติดตามเป็นบางครั้ง และไม่มีการติดตามเลย โดยที่ $X_{10} = 1$ เมื่อมีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ หรือมีการติดตามเป็นบางครั้ง และ 0 เมื่อไม่มีการติดตามเลย

X_{11} หมายถึง การบริการชำระเงินกู้ ได้แก่ บริการหักชำระโดยผ่านหน่วยงาน บริการหักชำระโดยผ่านบัญชีลูกค้า และบริการชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร โดยที่ $X_{11} = 1$ เมื่อลูกค้ารับบริการหักชำระโดยผ่านหน่วยงาน หรือบริการหักชำระโดยผ่านบัญชีลูกค้า และ 0 เมื่อลูกค้ารับบริการผ่านทางช่องทางอื่นๆ เช่น ชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร

X_{12} หมายถึง การกำหนดเงื่อนไขการผ่อนชำระ ได้แก่ การผ่อนชำระทั้งต้นและดอกเบี้ย การผ่อนชำระเฉพาะดอกเบี้ย โดยที่ $X_{12} = 1$ เมื่อมีการผ่อนชำระทั้งต้นและดอกเบี้ย และ 0 เมื่อมีการผ่อนชำระเฉพาะดอกเบี้ย

X_{13} หมายถึง ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ โดยมีประเภทผลิตภัณฑ์มี 4 ประเภท คือ สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ สินเชื่อเอนกประสงค์ สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และสินเชื่อบ้านอายุฯ โดยที่

$X_{131} = 1$ เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อธนวัฏ และ 0 เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่นๆ

$X_{132} = 1$ เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเอนกประสงค์ และ 0 เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่นๆ

$X_{133} = 1$ เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย และ 0 เมื่อเลือกผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่นๆ

X_{14} หมายถึง วัตถุประสงค์ของลูกค้าในการกู้สินเชื่อกับธนาคาร ได้แก่ เพื่ออุปโภค-บริโภค เพื่อชำระหนี้กับสถาบันการเงินอื่น หรือชำระบัตรเครดิต และเพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัย หรือ ซื้อที่อยู่อาศัย โดยที่

$X_{141} = 1$ เมื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อการอุปโภค-บริโภค และ 0 เมื่อมีวัตถุประสงค์อื่นๆ

$X_{142} = 1$ เมื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อชำระหนี้กับสถาบันการเงินอื่นหรือชำระบัตรเครดิต และ 0 เมื่อมีวัตถุประสงค์อื่นๆ

X_{15} หมายถึง วงเงินกู้ (บาท)

X_{16} หมายถึง หลักประกันเงินกู้ ซึ่งได้กำหนดเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ที่ดินเปล่า ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง บุคคลค้ำประกัน และค้ำประกันตนเอง โดยที่

$X_{161} = 1$ เมื่อใช้หลักประกันเป็นที่ดินเปล่า และ 0 เมื่อใช้หลักประกันประเภทอื่นๆ

$X_{162} = 1$ เมื่อใช้หลักประกันเป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และ 0 เมื่อใช้หลักประกันประเภทอื่นๆ

$X_{163} = 1$ เมื่อใช้หลักประกันเป็นบุคคลค้ำประกัน และ 0 เมื่อใช้หลักประกันประเภทอื่นๆ

X_{17} หมายถึง จำนวนเงินผ่อนชำระ (บาท)

X_{18} หมายถึง ภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น โดยถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ได้แก่ ไม่มีภาระหนี้ ภาระหนี้ต่ำกว่า 100,000 บาท ภาระหนี้ 100,001 - 500,000 บาท ภาระหนี้ 500,001 - 1,000,000 บาท และ ภาระหนี้ 1,000,001 บาทขึ้นไป การวัดค่าจึงต้องอาศัยตัวแปรหุ่น $X_{18} = 1$ ไม่มีภาระหนี้ - 500,000 บาท และ 0 หมายถึงมีภาระหนี้ 500,001 บาท ขึ้นไป

ผลการศึกษา

1. ลักษณะทั่วไปของข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ซึ่งพบว่าลูกค้าที่มีสินเชื่อบริการกับธนาคารกรุงไทย สาขาชอด จำนวน 195 ราย สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าที่ผิดนัดชำระหนี้และกลุ่มลูกค้าที่ไม่ผิดนัดชำระหนี้ โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มลูกค้าที่ผิดนัดชำระหนี้โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งงานระดับปฏิบัติงาน (ตั้งแต่ C1 - C7) และมีสถานะภาพสมรส มีจำนวนบุคคลที่อยู่ในอุปการะเลี้ยงดูอยู่ระหว่าง 2 - 3 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีรายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท และส่วนสินเชื่อกู้ยืมของลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 23,000 - 500,000 บาท โดยใช้ตัวเองเป็นหลักประกันการกู้เงิน (ในกรณีที่ลูกค้ามีเงินเดือนตั้ง 25,000 บาท ขึ้นไป ยกเว้นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และบุคคลค้ำประกัน) และมีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนอยู่ระหว่าง 0 - 5,000 บาท ส่วนภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่นอยู่ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท ส่วนด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารที่ลูกค้าได้รับซึ่งได้รับอัตราดอกเบี้ยมากกว่า 5% ขึ้นไป เป็นลูกค้าที่ได้รับการติดตามการชำระหนี้ของธนาคารเป็นบางครั้ง (ลูกค้าได้รับการติดตามการชำระหนี้จากธนาคารสัปดาห์ละ 2 ครั้ง) ซึ่งลูกค้ารับบริการหักชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารและส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีการผ่อนชำระเฉพาะดอกเบี้ย

สำหรับลูกค้าที่ไม่ผิดนัดชำระหนี้ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งงานระดับปฏิบัติงาน (ตั้งแต่ C1 - C7) และมีสถานะภาพสมรส มีจำนวนบุคคลที่อยู่ในอุปการะเลี้ยงดูอยู่ระหว่าง 2-3 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีรายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 15,000 บาท และส่วนสินเชื่อกู้ยืมของลูกค้าที่เลือกกู้ เป็นสินเชื่อบริการ สินเชื่อเอนกประสงค์ มีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อการอุปโภค- บริโภค วงเงินกู้ของลูกค้าอยู่ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท และ 1,000,001 - 1,500,000 บาท โดยมีหลักประกันเงินกู้เป็นบุคคลค้ำประกัน และมีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน อยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ส่วนภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่มีภาระหนี้จาก

สถาบันการเงินอื่น ส่วนด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารที่ลูกค้าได้รับ ส่วนใหญ่ได้รับอัตราดอกเบี้ยระหว่าง 3.01% - 4% เป็นลูกค้า ที่ได้รับการติดตามการชำระหนี้ของธนาคารสม่ำเสมอ ซึ่งลูกค้ารับบริการหักชำระเงินผ่านหน่วยงานและส่วนใหญ่ลูกค้าที่มีการผ่อนชำระเงินทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย

2. ผลการประมาณจากแบบจำลอง

ในส่วนนี้จะนำเสนอผลการประมาณแบบจำลองโพรบิตและแบบจำลองโลจิต ด้วยเทคนิควิธีการประมาณแบบ Maximum Likelihood Estimate (MLE) และเมื่อทำการเปรียบเทียบผลการที่ได้จากแบบจำลองโพรบิตและแบบจำลองโลจิต พบว่าแบบจำลองโพรบิตมีความเหมาะสมและสามารถอธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมมานี้ได้ถูกต้องมากกว่าแบบจำลองโลจิต เนื่องจากมีค่า AIC ของแบบจำลองโพรบิตมีค่าต่ำกว่าค่า AIC ของแบบจำลองโลจิต ซึ่งได้แสดงค่า AIC ไว้ในส่วนท้ายของตารางที่ 1 ดังนั้นในการวิเคราะห์ผลการศึกษาจึงเลือกใช้ผลที่ได้จากแบบจำลองโพรบิต ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการประมาณค่าจากแบบจำลองโพรบิต

Variable	Maximum Likelihood Estimates			
	Coefficient	Standard Error	Z	P-value
ค่าคงที่	60.664	1331.011	0.05	0.964
เพศ ^a (X ₁) ชาย = 1	10.805*	5.725	1.89	0.059
อายุ (X ₂)	-0.150	0.134	-1.12	0.264
ระดับการศึกษา ^a (X ₃) ต่ำกว่าปริญญาโท = 1	-4.443	4.331	-1.03	0.305
ตำแหน่งงาน ^a (X ₄₁) ระดับปฏิบัติการ = 1	13.515	9.387	1.44	0.150
ตำแหน่งงาน ^a (X ₄₂) ระดับกลาง = 1	17.089	10.589	1.61	0.107
สถานภาพ ^a (X ₅₁) โสด = 1	13.307*	7.128	1.87	0.062
สถานภาพ ^a (X ₅₂) สมรส = 1	6.423	4.330	1.48	0.138
จำนวนบุคคลที่อุปการะ ^b (X ₆)	0.355	0.646	0.55	0.582
รายได้ต่อเดือน (X ₇)	-0.003*	0.002	-1.87	0.062
รายจ่ายต่อเดือน (X ₈)	0.003*	0.002	1.91	0.057
อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ^a (X ₉₁) ไม่เกิน 3% = 1	-19.033*	10.068	-1.89	0.059
อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ^a (X ₉₂) 3.01% - 4% = 1	-9.902*	5.915	-1.67	0.094
อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ^a (X ₉₃) 4.01% - 5% = 1	0.625	1.912	0.33	0.744

Variable	Maximum Likelihood Estimates			
	Coefficient	Standard Error	Z	P-value
การติดตามการชำระหนี้ของธนาคาร ^a (X_{10}) สม่ำเสมอและบางครั้ง = 1	3.889	2.985	1.30	0.193
บริการชำระเงินกู้ ^a (X_{11}) บริการหักชำระผ่านหน่วยงานหรือ หักชำระผ่านบัญชีลูกค้า = 1	-24.797*	13.160	-1.88	0.060
การกำหนดเงื่อนไข การผ่อนชำระทั้งต้น และ การผ่อนชำระ ^a (X_{12}) ดอกเบี้ย = 1	-24.797*	13.160	-1.88	0.060
การกำหนดเงื่อนไข การผ่อนชำระทั้งต้น และ การผ่อนชำระ ^a (X_{12}) ดอกเบี้ย = 1	-45.229	582.509	-0.08	0.938
ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ^a (X_{131}) สินเชื่อธนวัฏ = 1	-54.614	1330.966	-0.04	0.967
ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ^a (X_{132}) สินเชื่อเอนกประสงค์ = 1	-18.158	1196.720	-0.02	0.988
ประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ^a (X_{133}) สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย = 1	2.413	1196.714	0.00	0.998
วัตถุประสงค์ในการกู้ ^a (X_{141}) เพื่ออุปโภค-บริโภค = 1	14.019*	7.679	1.83	0.068
วัตถุประสงค์ในการกู้ ^a (X_{142}) เพื่อชำระหนี้กับสถาบันการเงินอื่น หรือชำระบัตรเครดิต = 1	9.999*	5.679	1.76	0.078
วงเงินกู้ (X_{15})	-0.000003	0.000003	-1.24	0.214
หลักประกันเงินกู้ ^a (X_{161}) ที่ดินเปล่า = 1	5.026	4.900	1.03	0.305
หลักประกันเงินกู้ ^a (X_{162}) ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง = 1	-0.959	1.993	-0.48	0.630
หลักประกันเงินกู้ ^a (X_{163}) บุคคลค้ำประกัน = 1	-6.750*	4.026	-1.68	0.094
จำนวนเงินผ่อนชำระ (X_{17})	0.0004*	0.000	1.79	0.074
ภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น ^a (X_{18}) ไม่ภาระหนี้ - 500,000 บาท = 1	4.132	2.806	1.47	0.141
AIC ของแบบจำลองเท่ากับ 62.264				

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : AIC ของแบบจำลองโลจิสเท่ากับ 63.571

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

^a หมายถึง ตัวแปรหุ่น

^b หมายถึง ตัวแปรที่มีลักษณะข้อมูลเป็นมาตรเรียงอันดับ

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิตนัดชำระหนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ สถานภาพ คือ สถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร คือ ไม่เกิน 3% และ 4.01% - 5% บริการชำระเงินกู้ คือ บริการหักชำระผ่านหน่วยงานและหักชำระผ่านบัญชีลูกค้า วัตถุประสงค์ในการกู้ คือ เพื่ออุปโภค-บริโภค และ เพื่อชำระหนี้กับสถาบันการเงินอื่น หรือชำระบัตรเครดิต หลักประกันเงินกู้ คือ บุคคลค้ำประกัน จำนวนเงินผ่อนชำระ ซึ่งผลการประมาณจะถูกนำไปคำนวณค่า Marginal effects ต่อไปเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบได้ โดยผลการคำนวณค่า Marginal effects สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2

ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี Marginal effects

Variable	Marginal effect				
		Standard Error	Z	P-value	
เพศ ^a (X ₁)	ชาย = 1	0.314**	0.133	2.36	0.018
สถานภาพ ^a (X ₅₁)	โสด = 1	$\frac{dy}{dx}$ 0.249	0.168	1.48	0.138
รายได้ต่อเดือน (X ₇)		-0.0001***	0.00002	-6.27	0.000
รายจ่ายต่อเดือน (X ₈)		0.0001***	0.00002	6.57	0.000
อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ^a (X ₉₁)	ไม่เกิน 3% = 1	-0.333***	0.094	-3.53	0.000
อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ^a (X ₉₂)	3.01% - 4% = 1	-0.328***	0.098	-3.36	0.001
บริการชำระเงินกู้ ^a (X ₁₁)	บริการหักชำระผ่านหน่วยงาน หรือหักชำระผ่านบัญชีลูกค้า = 1	-0.673***	0.186	-3.61	0.000
วัตถุประสงค์ในการกู้ ^a (X ₁₄₁)	เพื่ออุปโภค-บริโภค = 1	0.285*	0.158	1.81	0.071
วัตถุประสงค์ในการกู้ ^a (X ₁₄₂)	เพื่อชำระหนี้กับสถาบันการเงินอื่น หรือชำระบัตรเครดิต = 1	0.101	0.247	0.41	0.683
หลักประกันเงินกู้ ^a (X ₁₆₃)	บุคคลค้ำประกัน = 1	-0.520***	0.125	-4.24	0.000
จำนวนเงินผ่อนชำระ (X ₁₇)		0.00001	0.00001	1.62	0.106

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

^a หมายถึง ตัวแปรหุ่น

จากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โดย Marginal effect เพื่อศึกษาโอกาสความน่าจะเป็น (Probability) ของ ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิตนัดชำระหนี้ธนาคารของลูกค้าชั้นผิตนัดชำระหนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสใน

การผิदनัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ได้แก่ ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ (X_1) โดยการศึกษากำหนดให้ลูกค้ายเป็นเพศชาย มีค่าตัวแปรหุ่น เท่ากับ 1 ส่วนลูกค้ายที่เป็นเพศหญิง เท่ากับ 0 จากค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.314 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้ายเป็นเพศชายโอกาสที่จะผิदनัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น 31.1% เมื่อเทียบกับเพศหญิง ซึ่งจากผลการศึกษานี้ อาจสะท้อนได้ว่ากลุ่มลูกค้ายที่เป็นเพศหญิงมีการบริหารจัดการเรื่องภาระหนี้สิน เช่น การชำระหนี้ การตระหนักถึงภาระหนี้ของตนเอง เป็นต้น ได้ดีมากกว่าเพศชาย รวมถึงพฤติกรรมการชำระหนี้ที่จะชำระได้เต็มจำนวนงวดมากกว่าเพศชาย จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัฐภานนท์ นุชพุ่ม (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการชำระหนี้ของเพศหญิงมีโอกาสการชำระหนี้เต็มจำนวนมากกว่าเพศชาย

ต่อมาเป็นปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือน (X_8) พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.0001 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 หมายความว่า ถ้ารายจ่ายต่อเดือนเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย หรือเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้โอกาสในการผิदनัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น 0.01% หรือก็คือหากลูกค้ายมีระดับรายจ่ายเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้โอกาสที่ลูกค้ายจะผิदनัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากจากการที่ลูกค้ายมีภาระค่าใช้จ่ายสูงขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ายไม่มีเงินเหลือพอที่จะนำมาชำระหนี้ให้กับธนาคารได้ตามกำหนดระยะเวลา หรือไม่สามารนำเงินมาชำระหนี้ได้เลย เพราะค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้ที่ตนมีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภดล อังคนาวีศัลย์ และบุญเลิศ จิตรธมณีโรจน์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินคงค้างชำระหนี้เงินกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้ายที่ขอประนอมหนี้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ระดับรายจ่ายของลูกค้ายมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับจำนวนหนี้คงค้างเงินกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ (X_{141}) โดยเป็นวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อการ อุปโภค - บริโภคการศึกษา ซึ่งการศึกษาได้กำหนดให้ลูกค้ายมีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อการอุปโภค - บริโภค เท่ากับ 1 ส่วนวัตถุประสงค์อื่น เท่ากับ 0 พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.285 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้ายที่มีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อการอุปโภค - บริโภคจะมีโอกาสที่จะผิदनัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น 28.5% เมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ในการกู้อื่นๆ (เช่น วัตถุประสงค์เพื่อชำระหนี้จากสถาบันการเงินอื่น หรือชำระบัตรเครดิต วัตถุประสงค์เพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัย หรือ ซื้อที่อยู่อาศัย) นั้นหมายความว่า การที่ลูกค้ายกู้เงินเพื่อใช้ในการอุปโภค - บริโภค โดยที่การกู้เงินเพื่อวัตถุประสงค์เพื่ออุปโภค - บริโภคเป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่มีเงื่อนไขในการใช้เงินกู้ที่กู้ยืมโดยชัดเจน ดังนั้นธนาคารจะไม่สามารถที่จะกำหนดเงื่อนไขในการกู้ยืม หรือติดตามการใช้เงินกับลูกค้ายได้ ส่งผลให้ลูกค้ายอาจจะนำเงินไปใช้จ่ายในสิ่งที่ไม่จำเป็น เช่น ซื้อสิ่งของที่ไม่จำเป็นหรืออาจใช้จ่ายไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการใช้เงินที่แท้จริง ส่งผลให้ในอนาคตลูกค้ายอาจจะมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หรือทำให้ลูกค้ายอาจจะมาขอกู้วงเงินใหม่ เนื่องจากเงินเหลือแต่ละเดือนไม่พอกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ายมีภาระหนี้เพิ่มทำให้โอกาสที่ลูกค้ายจะมีเงินมาชำระหนี้ให้กับธนาคารลดลง อีกทั้งสินเชื่อที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการบริโภค - อุปโภคจะมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่า สินเชื่อที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ

ส่วนปัจจัยที่มีผลให้โอกาสในการผิदनัดชำระหนี้ลดลง ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน (X_7) พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.0001 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 หมายความว่า ถ้า X_7 เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ Y ลดลง 0.01% สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้ายมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท โอกาสที่ลูกค้ายจะมีการผิदनัดชำระหนี้จะลดลง 0.01% หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าหากลูกค้ายมีรายได้ลดลง โอกาสที่ทำให้ลูกค้ายจะมีการผิदनัดชำระหนี้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา ไฝศรี

(2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้ลดลงโอกาสที่จะเกิดหนี้ค้างชำระสูงขึ้น ดังนั้นหากลูกค้ำมีระดับรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้โอกาสที่ลูกค้ำจะมีการผิดนัดชำระหนี้ลดลง เพราะการที่ลูกค้ำมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ลูกค้ำมีรายได้เพียงพอที่จะมาชำระหนี้ให้กับธนาคาร

ต่อมาเป็นปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร พบว่า เป็นระดับอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 3% และระดับอัตราดอกเบี้ยที่ระดับ 3.01%-4% ซึ่งการศึกษาได้กำหนดให้ลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคาร (X_{91}) ไม่เกิน 3% เท่ากับ 1 ส่วนลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารในอัตราดอกเบี้ยอื่น เท่ากับ 0 พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.333 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ย ไม่เกิน 3% จะมีโอกาสที่จะมีการผิดนัดชำระหนี้ลดลง 33.3 % เมื่อเทียบกับลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยในระดับอื่นๆ ที่สูงกว่า ซึ่งได้แก่ อัตราดอกเบี้ย 3.01% - 4% อัตราดอกเบี้ย 4.01% - 5% และ 5% ขึ้นไป ดังนั้นการที่ลูกค้ำได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารต่ำ ซึ่งไม่เกิน 3% ย่อมมีความเสี่ยงที่จะมีโอกาสที่จะมีการผิดนัดชำระหนี้ลดลงกว่าอัตราดอกเบี้ยระดับอื่นๆ เนื่องจากลูกค้ำได้รับอัตราดอกเบี้ยในระดับต่ำ ส่งผลให้จำนวนค่างวดผ่อนที่ลูกค้ำจะต้องชำระให้กับธนาคารอยู่ในระดับต่ำไปด้วย กล่าวคือ เมื่อลูกค้ำได้รับจำนวนค่างวดชำระที่ต่ำเนื่องจากได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำก็จะส่งผลทำให้ความสามารถที่ลูกค้ำจะมีเงินเพียงพอที่จะนำมาชำระให้กับธนาคารได้มากขึ้น และเมื่อการศึกษากำหนดให้ลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคาร (X_{92}) ตั้งแต่ 3.01% - 4% เท่ากับ 1 ส่วนลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากธนาคารในอัตราดอกเบี้ยอื่น มีค่าตัวแปรหุ่น เท่ากับ 0 พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.328 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร 3.01% - 4% จะมีโอกาสที่จะมีการผิดนัดชำระหนี้ลดลง 32.8 % เมื่อเทียบกับลูกค้ำที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยในระดับอื่นๆ คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 3% อัตราดอกเบี้ย 3.01% - 4% อัตราดอกเบี้ย 4.01% - 5% และอัตราดอกเบี้ย 5% ขึ้นไป ดังนั้นการที่ลูกค้ำได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงเกินไป ส่งผลทำให้ลูกค้ำได้รับจำนวนค่างวดผ่อนชำระที่ลูกค้ำจะชำระให้กับธนาคารอยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไปที่ลูกค้ำจะสามารถผ่อนชำระได้ ทำให้ลูกค้ำมีเงินเพียงพอในการผ่อนชำระให้กับธนาคารได้ จากระดับอัตราดอกเบี้ยในระดับต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ยิ่งลูกค้ำได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำโอกาสที่จะผิดชำระหนี้กับธนาคารน้อยลง ซึ่งถือได้ว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผิดนัดชำระหนี้กับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุงรัตน์ ตระการศิริพันธ์ (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ โดยอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นทำให้เกิดหนี้ค้างชำระกับธนาคาร และศรีวาลย์ นิราษ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยของการค้างชำระหนี้เงินกู้ของลูกค้ำธนาคารของรัฐในจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุด มีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย

ต่อมาเป็นปัจจัยด้านการบริการหักชำระเงินกู้ (X_{11}) ซึ่งได้กำหนดให้การบริการหักชำระเงินกู้ของลูกค้ำโดยการหักชำระผ่านหน่วยงาน และหักชำระผ่านบัญชีลูกค้ำ เท่ากับ 1 ส่วนหักชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เท่ากับ 0 พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.673 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้ำเลือกรับบริการการชำระหนี้ในแต่ละงวดหักชำระผ่านหน่วยงานหรือหักชำระผ่านบัญชีลูกค้ำ จะมีโอกาสที่ลูกค้ำจะผิดนัดชำระหนี้ลดลง เท่ากับ 67.3% เมื่อเทียบกับการชำระหักผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ซึ่งการที่ลูกค้ำให้หน่วยงานของลูกค้ำเองหักชำระหนี้ให้กับธนาคาร หรือ ลูกค้ำชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร โดยที่ลูกค้ำไม่ต้องนำเงินเข้ามาชำระเอง จะทำให้ลูกค้ำได้รับการชำระหนี้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ตรง

ตามจำนวนงวดที่ลูกค้าจะต้องชำระให้กับธนาคาร และได้รับการชำระหนี้ที่สะดวกรวดเร็วกว่าการที่ลูกค้าหักชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะผิดนัดชำระหนี้มีน้อยลง เนื่องจากการที่ลูกค้านำเงินเข้ามาชำระเอง อาจเกิดความล่าช้า หรือไม่ตรงกับค่างวดที่จะต้องชำระในแต่ละเดือน หรือลูกค้าอาจจะนำเงินไปใช้อย่างอื่นก่อนที่จะนำเงินมาชำระหนี้ อาจทำให้ลูกค้าไม่สามารถนำเงินมาชำระหนี้ให้กับธนาคารตามระยะเวลาได้

และเป็นปัจจัยด้านหลักประกันเงินกู้ (X_{163}) ซึ่งเป็นลักษณะบุคคลค่าประกัน โดยการศึกษากำหนดให้ลูกค้าใช้หลักประกันการกู้เงินเป็นบุคคลครั้งประกัน เท่ากับ 1 ส่วนลูกค้าที่ใช้หลักประกันอื่น เท่ากับ 0 พบว่าค่า Marginal effect ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.520 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้าที่ใช้บุคคลเป็นหลักประกันการกู้เงินจะมีโอกาสที่จะผิดนัดชำระหนี้ลดลง 52.0% เมื่อเทียบกับหลักประกันประเภทอื่น ๆ คือ ที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ที่ดินเปล่า หรือใช้ตนเองเป็นหลักประกัน ซึ่งการที่ลูกค้าใช้บุคคลเป็นหลักประกันการกู้เงินเป็นการที่ให้บุคคลที่เป็นผู้ค้ำประกัน มีส่วนรับผิดชอบกับภาระหนี้ที่เกิดขึ้นจากการกู้เงินของลูกค้า หรือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ความเชื่อมั่นกับธนาคารในการที่จะอนุมัติวงเงินกู้ให้กับลูกค้าว่าจะไม่ผิดนัดชำระหนี้ ถ้าหากลูกค้าผิดนัดชำระหนี้บุคคลที่เป็นผู้ค้ำประกันจะรับผิดชอบภาระหนี้ทั้งหมด ดังนั้นถ้าหากลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ หรือชำระล่าช้า ธนาคารสามารถที่จะแจ้งให้ผู้ค้ำประกันนำเงินมาชำระหนี้แทนลูกค้าได้ หรือ ธนาคารสามารถเรียกคืนเงินกู้ทั้งหมดจากผู้ค้ำประกันได้ ถ้าลูกค้าไม่ชำระหนี้ตามกำหนดระยะเวลาตามที่ธนาคารกำหนดตามสัญญาเงินกู้ที่ให้ไว้กับธนาคาร ดังนั้นจึงทำให้โอกาสที่ธนาคารจะได้รับเงินกู้คืนมากกว่าหลักประกันประเภทอื่น ๆ

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

จากสถานภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันถึงแม้ว่ารายได้จะอัตราเพิ่มทุกปี แต่ภาระหนี้สินก็มีการเพิ่มขึ้นตาม โดยเฉพาะในกลุ่มอาชีพข้าราชการ ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มอาชีพที่มีรายได้มั่นคงและมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกปี แต่กลับมีอัตราภาระหนี้สินเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ผลที่ตามมาคือส่งผลทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ ในส่วนของลูกค้าธนาคารก็ได้รับผลกระทบจากสถานภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นลูกค้าในกลุ่มของข้าราชการครู และข้าราชการองค์ปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีการหนี้สินที่ค้างชำระสูง เมื่อเทียบกับข้าราชการหน่วยงานอื่น ๆ จึงทำให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าธนาคาร โดยทำการศึกษาจากกลุ่มลูกค้า ทั้งหมด 195 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ผิดนัดทั้งหมด จำนวน 90 ราย คิดเป็น ร้อยละ 46.15 และกลุ่มลูกค้าที่ไม่ผิดนัดชำระหนี้ จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.85 จากการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมแล้ว กลุ่มลูกค้าที่ผิดนัดชำระหนี้ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเพศชาย อายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งงานระดับปฏิบัติงาน (ตั้งแต่ C1- C7) และมีสถานะภาพสมรส มีจำนวนบุคคลที่อยู่ในอุปการะเลี้ยงดูอยู่ระหว่าง 2 - 3 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีรายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท และส่วนสินเชื่อที่ลูกค้าเลือกกู้ เป็นสินเชื่อประเภทสินเชื่อกรุงไทยธนวิภูมิ วัตถุประสงค์ในการกู้ เพื่อการอุปโภค - บริโภค วงเงินกู้ของลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 23,000 - 500,000 บาท โดยใช้ตัวเองเป็นหลักประกันการกู้เงิน (ในกรณีที่ลูกค้ามีเงินเดือนตั้ง 25,000 บาท ขึ้นไป ยกเว้นหลักทรัพย์ค้ำประกัน และบุคคลค้ำประกัน) และมีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนอยู่ระหว่าง 0 - 5,000 บาท ส่วนภาระหนี้จากสถาบันการเงินอื่นอยู่ระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท ส่วนด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารที่ลูกค้าได้รับซึ่งได้รับอัตราดอกเบี้ยมากกว่า 5%ขึ้นไป เป็นลูกค้าที่ได้รับการติดตามการชำระหนี้ของธนาคารเป็นบางครั้ง (ลูกค้าได้รับการติดตามการชำระหนี้จากธนาคารสัปดาห์ละ 2 ครั้ง) ซึ่งลูกค้ารับบริการหักชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารและส่วนใหญ่ลูกค้า

ที่มีการผ่อนชำระเฉพาะดอกเบี้ย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ธนาคารของลูกค้านักธนาคาร โดยการใช้แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้มี 7 ปัจจัย ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคาร บริการชำระหนี้เงินกู้ วัตถุประสงค์ในการกู้ และหลักประกันเงินกู้ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ลดลง ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร โดยเป็นระดับอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่า 3% และระดับอัตราดอกเบี้ยที่ระดับ 3.01% - 4% ปัจจัยด้านบริการหักชำระเงินกู้ โดยเป็นวิธีการบริการหักชำระผ่านหน่วยงานของลูกค้านัก หรือหักชำระผ่านบัญชีลูกค้านัก และปัจจัยด้านหลักประกันเงินกู้ ซึ่งเป็นลักษณะบุคคลค้ำประกัน โดยปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ลดลงมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านหลักประกันซึ่งมีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้ลดลงมากที่สุด กล่าวได้ว่า หากลูกค้านักใช้บุคคลในการค้ำประกันโอกาสที่ลูกค้านักจะผัดนัดชำระหนี้ หรือ ธนาคารจะไม่ได้รับชำระหนี้ลดลง เนื่องจากถ้าลูกค้านักไม่ชำระหนี้บุคคลที่ค้ำประกันให้กับลูกค้านักจะนำชำระหนี้แทนลูกค้านักทั้งหมด ดังนั้นจึงทำให้โอกาสที่ลูกค้านักจะผัดนัดชำระหนี้ลดลง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ โดยมีลักษณะเป็นเพศชาย ปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือน และปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ โดยเป็นวัตถุประสงค์เพื่ออุปโภค - บริโภค โดยปัจจัยที่มีผลต่อการผัดนัดชำระหนี้มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ คือ เพศชาย ซึ่งมีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้มากที่สุด ซึ่งเมื่อเทียบกับเพศหญิง

จากผลการศึกษาดังกล่าวมีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผัดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือนและปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ นั่นคือ

1.1 ปัจจัยด้านเพศซึ่งเป็นเพศชาย สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้านักเป็นเพศชายโอกาสที่จะผัดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น 31.4% เมื่อเทียบกับเพศหญิง อาจสะท้อนได้ว่ากลุ่มลูกค้านักที่เป็นเพศหญิงมีการบริหารจัดการเรื่องภาระหนี้สิน เช่น การชำระหนี้ การตระหนักถึงภาระหนี้ของตนเองเป็นต้น ได้ดีมากกว่าเพศชาย รวมถึงพฤติกรรมการชำระหนี้ที่จะชำระได้เต็มจำนวนงวดมากกว่าเพศชาย จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณัฐกานต์ นุชพุ่ม (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระหนี้บัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการชำระหนี้ของเพศหญิงมีโอกาสการชำระหนี้เต็มจำนวนมากกว่าเพศชาย

1.2 ปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือน หากลูกค้านักมีระดับรายจ่ายเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้โอกาสที่ลูกค้านักจะผัดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ลูกค้านักมีภาระค่าใช้จ่ายสูงขึ้นมากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ลูกค้านักไม่มีเงินเหลือพอที่จะนำมาชำระหนี้ให้กับธนาคารได้ตามกำหนดระยะเวลา หรือไม่สามาร้นำเงินมาชำระหนี้ได้เลย เพราะค่าใช้จ่ายสูงกว่ารายได้ที่ตนมีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภดล อังคณาวิศัลย์ และบุญเลิศ จิตรมณีโรจน์ (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินคงค้างชำระหนี้เงินกู้เชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้านักที่ขอประนอมหนี้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ระดับรายจ่ายของลูกค้านักมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับจำนวนหนี้คงค้างเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้านักที่มีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อการอุปโภค - บริโภคจะมีโอกาสที่จะผัดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น 28.5% เมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ในการกู้อื่นๆ (เช่น วัตถุประสงค์เพื่อชำระหนี้จากสถาบันการเงินอื่นหรือชำระบัตรเครดิต วัตถุประสงค์เพื่อปลูกสร้างที่อยู่อาศัย หรือ ซื้อที่อยู่อาศัย) นั้นหมายความว่า การที่ลูกค้านักกู้เงินเพื่อใช้ในการอุปโภค - บริโภค โดยที่การกู้เงินเพื่อวัตถุประสงค์เพื่ออุปโภค - บริโภค

เป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่มีเงื่อนไขในการใช้เงินกู้ที่กู้ยืมโดยชัดเจน ดังนั้นธนาคารจะไม่สามารถที่จะกำหนดเงื่อนไขในการกู้ยืม หรือติดตามการใช้วงเงินกับลูกค้าได้ ส่งผลให้ลูกค้าอาจจะนำเงินไปใช้จ่ายในสิ่งที่ไม่จำเป็น เช่น ซื้อสิ่งของที่ไม่จำเป็นหรืออาจใช้จ่ายไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการใช้เงินที่แท้จริง ส่งผลให้ในอนาคตลูกค้าอาจจะมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หรือทำให้ลูกค้าอาจจะมาขอกู้วงเงินใหม่ เนื่องจากเงินเหลือแต่ละเดือนไม่พอกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ามีภาระหนี้เพิ่มทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะมีเงินมาชำระหนี้ให้กับธนาคารลดลง อีกทั้งสิ้นเชื่อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการบริโภค - อุปโภคจะมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าสินเชื่อที่มีวัตถุประสงค์อื่นๆ

2. ปัจจัยที่มีผลให้โอกาสในการผิมนัดชำระหนี้ลดลง ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ปัจจัยด้านการบริการหักชำระเงินกู้ และปัจจัยด้านหลักประกันเงินกู้ นั่นคือ

2.1 ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้ามีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น 1 บาท โอกาสที่ลูกค้าจะมีการผิมนัดชำระหนี้จะลดลง 0.01% หรือในทางตรงกันข้าม ถ้าหากลูกค้ามีรายได้ลดลง โอกาสที่ทำให้ลูกค้าจะมีการผิมนัดชำระหนี้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา ใฝ่ศรี (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขาเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ลดลงโอกาสที่จะเกิดหนี้ค้างชำระสูงขึ้น ดังนั้นหากลูกค้ามีระดับรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะส่งผลทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะมีการผิมนัดชำระหนี้ลดลงเพราะการที่ลูกค้ามีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ลูกค้ามีรายได้เพียงพอที่จะมาชำระหนี้ให้กับธนาคาร

2.2 ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร สามารถอธิบายได้ว่า ลูกค้าที่ได้รับอัตราดอกเบี้ย ไม่เกิน 3% จะมีโอกาสที่จะมีการผิมนัดชำระหนี้ลดลง 33.3 % เมื่อเทียบกับลูกค้าที่ได้รับอัตราดอกเบี้ยในระดับอื่นๆ ที่สูงกว่า ซึ่งได้แก่ อัตราดอกเบี้ย 3.01% - 4% อัตราดอกเบี้ย 4.01% - 5% และ 5% ขึ้นไป ดังนั้นการที่ลูกค้าได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารต่ำ ซึ่งไม่เกิน 3% ย่อมมีความเสี่ยงที่จะมีโอกาสที่จะมีการผิมนัดชำระหนี้ลดลงกว่าอัตราดอกเบี้ยระดับอื่นๆ เนื่องจากลูกค้าได้รับอัตราดอกเบี้ยในระดับต่ำส่งผลให้จำนวนค่างวดผ่อนที่ลูกค้าจะต้องชำระให้กับธนาคารอยู่ในระดับต่ำไปด้วย กล่าวคือ เมื่อลูกค้าได้รับจำนวนค่างวดชำระที่ต่ำเนื่องจากได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำก็จะส่งผลทำให้ความสามารถที่ลูกค้าจะมีเงินเพียงพอที่จะนำมาชำระหนี้ให้กับธนาคารได้มากขึ้น ดังนั้นการที่ลูกค้าได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงเกินไป ส่งผลทำให้ลูกค้าได้รับจำนวนค่างวดผ่อนชำระที่ลูกค้าจะชำระให้กับธนาคารอยู่ในระดับที่ไม่สูงเกินไปที่ลูกค้าจะสามารถผ่อนชำระได้ ทำให้ลูกค้ามีเงินเพียงพอในการผ่อนชำระให้กับธนาคารได้ จากระดับอัตราดอกเบี้ยในระดับต่างๆ จะเห็นได้ว่า ยิ่งลูกค้าได้รับอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำโอกาสที่จะผิมนัดชำระหนี้กับธนาคารน้อยลง ซึ่งถือได้ว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผิมนัดชำระหนี้กับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จริญญา รัตน์ ตรีการศิริพันธ์ (2540) ได้ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ โดยอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้นทำให้เกิดหนี้ค้างชำระกับธนาคาร และศรีวิมล นีราช (2551) ได้ศึกษาปัจจัยของการค้างชำระหนี้เงินกู้ของลูกค้าธนาคารของรัฐในจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการค้างชำระหนี้มากที่สุด มีสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ย

2.3 ปัจจัยด้านการบริการหักชำระเงินกู้ สามารถอธิบายได้ว่า หากลูกค้าเลือกรับบริการการชำระหนี้ในแต่ละงวดหักชำระผ่านหน่วยงานหรือหักชำระผ่านบัญชีลูกค้าจะมีโอกาสที่ลูกค้าจะผิมนัดชำระหนี้ลดลง เท่ากับ 67.3% เมื่อเทียบกับการชำระหักผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ซึ่งการที่ลูกค้าให้หน่วยงานของลูกค้าเองหักชำระหนี้ให้กับธนาคาร หรือ ลูกค้าชำระโดยการหักผ่านบัญชีธนาคาร โดยที่ลูกค้าไม่ต้องนำเงินเข้ามาชำระเอง จะทำให้ลูกค้าได้รับการชำระหนี้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ตรงตามจำนวนงวดที่ลูกค้าจะต้องชำระให้กับธนาคาร และได้รับการชำระหนี้ที่สะดวกรวดเร็วกว่าการที่ลูกค้าหักชำระผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร ทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะผิมนัดชำระ

หนี้ลดลง เนื่องจากการที่ลูกค้านำเงินเข้ามาชำระเองอาจเกิดความล่าช้า หรือไม่ตรงกับค่างวดที่จะต้องชำระในแต่ละเดือน หรือลูกค้าอาจจะนำเงินไปใช้อย่างอื่นก่อนที่จะนำเงินมาชำระหนี้ อาจทำให้ลูกค้าไม่สามารถนำเงินมาชำระหนี้ให้กับธนาคารตามระยะเวลาได้

2.4 ปัจจัยด้านหลักประกันเงินกู้ ซึ่งเป็นลักษณะบุคคลค้ำประกัน สามารถอธิบายได้ว่าลูกค้าที่ใช้บุคคลเป็นหลักประกันการกู้เงินจะมีโอกาสที่จะผิดนัดชำระหนี้ลดลง 52.0% เมื่อเทียบกับหลักประกันประเภทอื่นๆ คือที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง ที่ดินเปล่า หรือใช้ตนเองเป็นหลักประกัน ซึ่งการที่ลูกค้าใช้บุคคลเป็นหลักประกันการกู้เงินเป็นการที่ให้ผู้ค้ำประกัน มีส่วนรับผิดชอบกับภาระหนี้ที่เกิดขึ้นจากการกู้เงินของลูกค้า หรือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ความเชื่อมั่นกับธนาคารในการที่จะอนุมัติวงเงินกู้ให้กับลูกค้าว่าจะไม่ผิดนัดชำระหนี้ ถ้าหากลูกค้าผิดนัดชำระหนี้บุคคลที่เป็นผู้ค้ำประกันจะรับผิดชอบภาระหนี้ทั้งหมด ดังนั้นถ้าหากลูกค้าไม่สามารถชำระหนี้ได้ หรือชำระล่าช้า ธนาคารสามารถที่จะแจ้งให้ผู้ค้ำประกันนำเงินมาชำระหนี้แทนลูกค้าได้ หรือ ธนาคารสามารถเรียกคืนเงินกู้ทั้งหมดจากผู้ค้ำประกันได้ถ้าลูกค้าไม่ชำระหนี้ตามกำหนดระยะเวลาตามที่ธนาคารกำหนดตามสัญญาเงินกู้ที่ให้กับธนาคาร ดังนั้นจึงทำให้โอกาสที่ธนาคารจะได้รับเงินกู้คืนมากกว่าหลักประกันประเภทอื่นๆ

จากผลการศึกษา นำมาสู่ข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือนและปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ ดังนั้นการพิจารณาให้สินเชื่อแก่ลูกค้า รายใหม่ควรพิจารณาปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการก่อให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า ซึ่งได้แก่ เพศ รายจ่ายต่อเดือน โดยการตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าว่า ลูกค้าเป็นเพศอะไร เพศชาย หรือ เพศหญิง ซึ่งเพศชายและเพศหญิงอาจมีพฤติกรรมการชำระหนี้ที่แตกต่างกัน มีรายจ่ายต่อเดือนเท่าไร เมื่อคำนวณจากรายได้และรายจ่ายเหมาะสมสำหรับวงเงินกู้ที่จะได้รับหรือไม่ รวมถึงวัตถุประสงค์ในการกู้ของลูกค้าเป็นอย่างไรมีการใช้วงเงินกู้ตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้กับธนาคารหรือไม่ ถ้าไม่เป็นไปตามไว้วัตถุประสงค์ที่แจ้งไว้กับธนาคาร ธนาคารควรที่จะระงับการจ่ายเงินกู้โดยทันที เพื่อป้องกันลูกค้านำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจส่งผลต่อการชำระหนี้คืนในอนาคตได้

2. จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยที่มีผลให้โอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ลดลง ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ปัจจัยด้านการบริการหักชำระเงินกู้ และปัจจัยด้านหลักประกันเงินกู้ ดังนั้นการพิจารณาให้สินเชื่อแก่ลูกค้า รายใหม่ควรพิจารณาปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการก่อให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า ซึ่งได้แก่ รายได้ต่อเดือน อัตราดอกเบี้ยของธนาคารที่ลูกค้าได้รับ หลักประกันเงิน โดยการตรวจสอบคุณสมบัติของลูกค้าว่า ลูกค้ามีรายได้ต่อเดือนเท่าไร เมื่อคำนวณจากรายได้เหมาะสมสำหรับวงเงินกู้ที่จะได้รับหรือไม่ อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับเหมาะสมสำหรับที่ลูกค้าหรือไม่ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถชำระหนี้คืน รวมถึงหลักประกันที่ลูกค้านำมาค้ำประกันมีความเหมาะสมกับวงเงิน เป็นต้น และพนักงานควรเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน ตรวจสอบคุณสมบัติอย่างละเอียดก่อนการอนุมัติสินเชื่อ และให้เล็งเห็นว่าอาจเกิดเป็นหนี้ค้างชำระในอนาคตได้ เนื่องจากอาจมีการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติบางอย่างที่มีความสำคัญต่อความสามารถในการชำระหนี้ในอนาคตได้ และควรให้ความสำคัญในส่วนของหลักประกันที่ลูกค้านำมาค้ำประกันเงินกู้ เพื่อที่จะทำให้ธนาคารลดความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้าได้ และด้านแนวทางในการติดตามการชำระหนี้ ซึ่งการให้สินเชื่อแม้จะกำหนดเงื่อนไขในข้อสัญญา มีเครื่องมือและขั้นตอนในการพิจารณาแล้วแต่ก็ยังมีโอกาสที่จะผิดนัดชำระหนี้ขึ้นในภายหลัง ดังนั้น หลักจากการอนุมัติให้สินเชื่อไปด้วย ควรมีการติดตามว่าลูกค้ามีการผ่อนชำระเป็นปกติหรือไม่ ลูกค้า

ได้รับการบริการชำระหนี้ตามที่ธนาคารกำหนดหรือไม่ และหากลูกค้าขาดการชำระหนี้ ควรรีบดำเนินการติดตาม ทวงถามตั้งแต่แรกๆ เนื่องจากหากปล่อยให้ผิดนัดชำระหนี้บ่อยลูกค้าต้องโดนค่าปรับเป็นจำนวนมาก โอกาสที่จะ ได้รับการชำระคืนย่อมเป็นไปได้ยาก โดยหากลูกค้าผิดนัดชำระหนี้ 1-2 เดือนหากมีการติดตามทวงถามอย่างใกล้ชิด ทำให้ลูกค้าพอจะชำระหนี้ได้และทำให้ทราบปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับลูกค้าได้ ซึ่งอาจจะสามารถช่วยแก้ปัญหา ให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในกลุ่มข้าราชการในกลุ่มอื่นๆ ด้วย เพื่อให้เห็นถึงลักษณะการก่อหนี้ของลูกค้ากลุ่มข้าราชการ กลุ่มอื่นๆ และทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการผิดนัดชำระหนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเอง หรือ ธนาคารอื่นที่ให้สินเชื่อกลุ่มข้าราชการในการนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการให้สินเชื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาวินัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกถึงปัจจัยและสาเหตุที่ลูกค้า ผิดนัดชำระหนี้ หรือพฤติกรรมการณ์ผิดนัดชำระหนี้ของลูกค้า เพื่อสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับ ลูกค้า
3. เนื่องจากในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการศึกษาลูกค้าธนาคารของสาขาฮอดเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาค้น คว้าต่อไปควรมีการศึกษาลูกค้าในสาขาต่างๆ ของธนาคาร และอาจเพิ่มปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้ให้มีความ หลากหลายมากขึ้น เพื่อจะได้ข้อมูลของลูกค้าและทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้ได้อย่างถูก ต้องมากขึ้น
4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบโดยวิเคราะห์เครื่องมือแบบโลจิสติกและโพรบิทที่มีผลต่อโอกาสในการผิดนัด ชำระหนี้ของลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ที่ใช้บริการในสาขาอื่นหรือบริษัทที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารเอง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา ไผ่ศรี. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อหนี้ค้างชำระสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน สาขา เชียงแสน. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรรยารัตน์ ตระการศิริพันธ์. (2540). ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาการชำระหนี้ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ตะวัน ทิพย์พรหมมา. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้ค้างชำระบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารกรุงไทย. (2563). รายงานยอดรวมสินเชื่อสวัสดิการ ธนาคารกรุงไทย สาขาฮอด. เชียงใหม่: ธนาคาร กรุงไทย.
- นภดล อังคนาวินิจฉัย และ บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนเงินคงค้างชำระหนี้ เงินกู้ยืมสินเชื่อ เพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าที่ขอประนอมหนี้กับธนาคารอาคารสงเคราะห์. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัย บัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14, 14(14), 1699-1710.
- รายงานผลการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย. (2563). รายงานผลการอนุมัติสินเชื่อ ธนาคารกรุงไทย สาขา ฮอด. เชียงใหม่: ธนาคารกรุงไทย.

- วรรณัฐกานต์ นุชพุ่ม. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระบัตรเครดิต ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศรีวาลัย นิราช. (2551). **ปัจจัยการค้างชำระหนี้เงินกู้ของลูกค้าธนาคารของรัฐในจังหวัดลำพูน.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาพร ธรรมรัชสุนทร. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของลูกค้าสินเชื่อบัวหลวง ศูนย์สินเชื่ออุปโภคบริโภค ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตนครหลวง.** (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). **การสำรวจภาวะการครองชีพของข้าราชการพลเรือนสามัญ พ.ศ. 2555.** สืบค้น 10 กันยายน 2563, จาก: <http://www.nso.go.th/sites/2014/Page/สำรวจ/ด้านสังคม/รายได้รายจ่ายครัวเรือน/ภาวะการครองชีพของข้าราชการพลเรือนสามัญ.aspx>
- Duesenberry, Jame S. (1952). **Income Saving and the Theory of Consumer Behavior.** Cambridge: Harward University Press.
- Friedman, Milton. (1957). **A Theory of the Consumption Function.** Princeton, N.J: Princeton University Press.

การศึกษาผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากนักลงทุน ต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

A study on the Impact of net trading value by Investor types to The Stock Exchange of Thailand

ปริยากร ดีพัฒน์กุล*

Priyakorn Deephatthanakul*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากกลุ่มนักลงทุนแต่ละประเภทต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยใช้การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลแบบแกรนเจอร์ แบบจำลองปริภูมิสถานะ แบบจำลองถดถอยเชิงเส้น และใช้ข้อมูลรายวันตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2552 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2563 จากผลการศึกษา พบว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ขณะที่มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศมีผลต่อดัชนีในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างประเทศ ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนี สำหรับผลการทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปรชี้ให้เห็นว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของกลุ่มนักลงทุนแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างกันแบบสองทิศทาง

คำสำคัญ: มูลค่าการซื้อขายสุทธิ, ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลแบบแกรนเจอร์, แบบจำลองปริภูมิสถานะ

ABSTRACT

This study aims to study and compare a time-varying effect of net trading value from various types of investors on the Stock Exchange of Thailand (SET). Econometrics analysis, including Granger Causality, State-Space, and linear regression models are used to achieve our purposes. By applying daily closing price data ranges from November 2, 2009, to December 30, 2020, the results showed that the net trading value of proprietary investors has a positive effect on SET Index, while the net trading value of individual investors shows an opposite effect. Institution and Foreign investors did not contribute a significant effect on SET Index. Finally, the Granger Causality test showed a bi-directional relationship between various types of investors and SET Index.

* คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Corresponding author – Faculty of Economics, Chiang Mai University) - E-mail: priyakorn119@gmail.com

Keywords: Total Cost Equation, General Hospitals, Panel Regression Model

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2562) พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 - 2562 ดัชนีหลักทรัพย์มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 84 และมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์มีการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 205 ขณะที่ในปี พ.ศ. 2562 ตลาดหลักทรัพย์ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนต่าง ๆ จากปัจจัยภายนอก แต่ตลาดหลักทรัพย์ของไทยยังมีศักยภาพที่โดดเด่นเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค นอกจากนี้ ยังพบว่า มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของตลาด SET และ MAI เฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 5.32 หมื่นล้านบาท โดยมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มนักลงทุนต่างประเทศมีสัดส่วนที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.38 ของมูลค่าการซื้อขายรวมทั้งหมด ขณะที่นักลงทุนทั่วไปในประเทศ บัญชีบริษัทหลักทรัพย์ และนักลงทุนสถาบันมีสัดส่วนคิดเป็น 33.72% 13.55% และ 11.35 % ตามลำดับ

ปัจจุบันนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มักนำข้อมูลราคา และปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์มาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเทคนิคสถิติ เพื่อให้ทราบทิศทางและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ เพราะปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์และราคามักมีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้ง ศุภณัฐญ์ เตปิยะ และคณะ (2558) กล่าวว่า ปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ในแต่ละระดับราคาแสดงถึงควมมีเสถียรภาพ หรือความไร้เสถียรภาพของราคาหลักทรัพย์ในระดับนั้น ๆ หากราคาหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้นตามจะเรียกว่า การสะสมหลักทรัพย์ แต่ถ้าราคาหลักทรัพย์ลดลงและปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นตามจะเรียกว่า การปล่อยหลักทรัพย์ แต่ในกรณีที่มีการสะสมหลักทรัพย์มีไม่มากนัก แม้ว่าราคาจะเพิ่มสูงขึ้นไปอีกก็ยังไม่ถือว่าเป็นการสะสมหลักทรัพย์ เพราะอาจจะเป็นเพียงการสะสมหลักทรัพย์ชั่วคราว หรืออาจเป็นสัญญาณที่บอกการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามก็ได้ หรือในทำนองเดียวกันนี้ หากมีการปล่อยหลักทรัพย์ไม่มากนัก แม้ว่าราคาจะลดลงมากเพียงใดก็ตาม ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นราคาต่ำที่สุด เพราะอาจเกิดจากความวิตกกังวล (Panic) ของนักลงทุน และขายหลักทรัพย์ออกเพียงชั่วคราวเท่านั้น ดังนั้นกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปริมาณการซื้อขายกับราคาหลักทรัพย์จึงเป็นเทคนิคที่ยาก แต่ให้ผลการวิเคราะห์ที่ค่อนข้างแม่นยำ

โดยปัจจุบันการเติบโตของยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้การส่งผ่านของข้อมูลข่าวสารในทั่วโลกมีการเชื่อมโยงระหว่างกันได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ซึ่งเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และผลักดันตลาดเงิน ตลาดทุนของแต่ละประเทศให้มีการพัฒนาและขยายตัวไปพร้อมกับเศรษฐกิจ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปจะสามารถส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของแต่ละกลุ่มนักลงทุนขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคล ซึ่งการวิเคราะห์มีการแตกต่างกันไป และเป็นผลทำให้ราคาของหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยนักลงทุนบางคนมักใช้สถิติของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากกลุ่มนักลงทุนวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทิศทางดัชนีหลักทรัพย์ และหาจังหวะซื้อขายหลักทรัพย์ภายใต้สมมติฐานของแต่ละคน อาทิเช่น มูลค่าการซื้อขายรายวันของนักลงทุนต่างชาติที่เข้าซื้อหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้นติดต่อกันหลายวันกัน ทำให้นักลงทุนมีมุมมองต่อตลาดหลักทรัพย์ในทิศทางบวก หรือคาดการณ์ว่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งความเป็นจริงอาจจะไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้เสมอไป ดังนั้น หากนักลงทุนสามารถวิเคราะห์ที่ได้ถูกต้องย่อมจะทำให้มีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากหลักทรัพย์นั้น ๆ มากขึ้น

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากกลุ่มนักลงทุนแต่ละประเภท และตัวแปรควบคุมอื่น ๆ อาทิเช่น เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (USD/THB) ดัชนี MSCI Index ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX) ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในช่วงเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 ถึงปี พ.ศ.2563 ประการที่สอง เพื่อทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปรมูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มนักลงทุนและดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยวิธี Granger Causality ประการที่สาม เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบและความสัมพันธ์ของการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนแต่ละประเภทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีต่อกัน และต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยผู้ศึกษามีความคาดหวังว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในพยากรณ์แนวโน้ม (trend) ของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ และเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการใช้ในการพิจารณาจากความสัมพันธ์ของตัวแปรมูลค่าการซื้อขายและดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ และสร้างผลตอบแทนให้แก่การลงทุนได้

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษางานวิจัยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุนเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อย พบว่า นักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างประเทศมีลักษณะเป็นผู้นำตลาด ในขณะที่นักลงทุนทั่วไปในประเทศมีแนวโน้มการลงทุนตามผู้นำตลาด และในงานวิจัยของ Kamesaka and Wang (2004) กล่าวว่า นักลงทุนทั่วไปในประเทศของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนน้อยกว่านักลงทุนกลุ่มอื่น ๆ โดยนักลงทุนรายย่อยหรือนักลงทุนทั่วไปในประเทศมีการตัดสินใจในการซื้อขายหลักทรัพย์จากข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และมีการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเสมอ ไม่ว่าข้อมูลนั้น ๆ จะเป็นข่าวจริงหรือข่าวเท็จ จากงานวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน (2554) พบว่า สัดส่วนพฤติกรรมดังกล่าวไว้ข้างต้นมีโอกาสที่จะเกิดขึ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประมาณร้อยละ 40 - 50 ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้วมีสัดส่วนพฤติกรรมดังกล่าวเพียงร้อยละ 0.4 - 1.1 เท่านั้น แสดงว่า พฤติกรรมการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศที่พัฒนาแล้วนั้นมีการวิเคราะห์ตามหลักเหตุ และผลมากกว่านักลงทุนในประเทศไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งกล่าวได้อีกนัยว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความอ่อนไหวต่อข้อมูลข่าวสาร สะท้อนให้เห็นว่าตลาดหลักทรัพย์ยังไม่มีประสิทธิภาพ (พรจิตรา จวบภักษ์เย็น และธนโชติ บุญวรโชติ, 2556) นอกจากนี้ นักลงทุนทั่วไปในประเทศยังมีความเชื่อที่ว่า การซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบัน และนักลงทุนต่างประเทศจะส่งผลกระทบต่อราคาส่ง หรือลองของราคาหลักทรัพย์ในตลาด ซึ่งพฤติกรรมนี้ทำให้การลงทุนของนักลงทุนทั่วไปในประเทศขาดการวิเคราะห์ข้อมูล ส่งผลที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตลาดหลักทรัพย์ เพราะการซื้อขายที่หวังเพียงส่วนต่างของราคามากจนเกินไปจะทำให้ราคาหลักทรัพย์เกิดความผันผวนสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Admati (1988) ที่ทำการศึกษาจากดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ สรุปได้ว่า นักลงทุนทำการซื้อขายหลักทรัพย์โดยตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลส่วนตัว หากมีข้อมูลมากจะทำการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นและทำให้ความผันผวนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้นอาจส่งผลทำให้การลงทุนทั้งในประเทศ และนักลงทุนต่างชาติขาดความเชื่อมั่นในตลาดหลักทรัพย์ได้

จากข้อมูลแสดงมูลค่า และสัดส่วนการซื้อขายหลักทรัพย์รวมของ SET และ mai โดยพิจารณาแยกตามประเภทกลุ่มผู้ลงทุน พบว่า มูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มนักลงทุนต่างประเทศ และนักลงทุนสถาบันรวมกันแล้วมีมูลค่ามากกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการซื้อขายเฉลี่ยต่อวันของกลุ่มนักลงทุนทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มนักลงทุนทั้งสองกลุ่มมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) หากกลุ่มนักลงทุนดังกล่าวมีมูลค่าการซื้อขายสุทธิเป็นซื้อ(ขาย) จะทำให้โอกาสที่การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) เป็นบวก(ลบ)ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิโรจน์ เดชะผล (2552), ศรีณย์รัชต์ ชีโรติธินกุล (2553) และคมกิติ อังคะวิวัฒน์ (2557) ที่มีผลการศึกษาพบว่า มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน และงานวิจัยของสุภาวดี บุศย์เพชร (2553) พบว่า มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบันมีผลต่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) ในวันถัด ๆ ไปของนักลงทุนกลุ่มอื่น และอาจทำให้ตลาดเกิดความผันผวนต่อราคาหลักทรัพย์จากการเก็งกำไรในมูลค่า และปริมาณการซื้อขายได้ ในขณะที่ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นพบว่า ในบางวันที่กลุ่มนักลงทุนต่างประเทศหรือกลุ่มนักลงทุนสถาบัน หรือทั้งสองกลุ่มที่มีการมูลค่าการซื้อขายสุทธิตั้งแต่วันเป็นซื้อ(ขาย) การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) เป็นลบ(บวก) ซึ่งไม่ได้เป็นไปตามผลการศึกษาเสมอไป เนื่องจากว่าอาจจะมีตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (SET Index) อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงในตัวแปร ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ ราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา อัตราเงินปันผลตลาดหลักทรัพย์ และอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น (พรจิตรา จวบฤกษ์เย็น และธนโชติ บุญวรโชติ, 2556)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของกลุ่มนักลงทุน 4 กลุ่ม ได้แก่ นักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) นักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) นักลงทุนสถาบัน (Institution) และ บัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary) ต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและพฤติกรรมของนักลงทุนส่วนใหญ่มักใช้ข้อมูลทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ประกอบการตัดสินใจลงทุน ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงดัชนี อาทิเช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ดัชนี MSCI Index ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX) โดยใช้ข้อมูลรายวันของตัวแปรในการศึกษาผลกระทบที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2552 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2563 รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 2,915 วัน ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูล Bloomberg Concensus ในการวิเคราะห์ข้อมูล และพบว่า ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2552 เริ่มมีการแบ่งกลุ่มนักลงทุนที่เป็นบริษัทหลักทรัพย์ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2552 มีข้อมูลครบทั้ง 4 กลุ่มนักลงทุน

วิธีการศึกษา

ในวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) โดยใช้สมการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรง, แบบจำลอง State Space และการทดสอบ Granger Causality นั้น ก่อนอื่นจะต้องทำการทดสอบความนิ่งเพื่อขจัดปัญหาการถดถอยไม่แท้จริง (Spurious Regression) ของข้อมูล ด้วยวิธีทดสอบแบบ Augmented Dickey - Fuller (ADF) ดังสมการดังต่อไปนี้ คือ

$$\Delta y_t = \gamma y_{t-1} + \sum_{p=1}^P \beta_p \Delta y_{t-p} + u_t \quad (1)$$

$$\Delta y_t = \alpha + \gamma y_{t-1} + \sum_{p=1}^P \beta_p \Delta y_{t-p} + u_t \quad (2)$$

$$\Delta y_t = \alpha + \gamma y_{t-1} + \sum_{p=1}^P \beta_p \Delta y_{t-p} + \lambda t + u_t \quad (3)$$

โดย y_t คือตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้ และจากสมการที่ 1-3 นั้นเราจะพิจารณาและทดสอบ $H_0 : \gamma = 0$ ซึ่งถ้าเราปฏิเสธสมมติฐานหลักนี้ได้ก็แสดงว่าตัวแปร y_t มีความนิ่งนั่นเอง

1) แบบจำลอง State Space model

ในการศึกษาครั้งนี้ เราต้องการศึกษาและเปรียบเทียบผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากกลุ่มนักลงทุนแต่ละประเภทต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนั้นแบบจำลอง State Space จึงถูกนำมาใช้ โดยแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถแสดงได้ดังนี้

$$Y_t = \beta_{0,t} + \beta_{1,t} Vol1_t + \beta_{2,t} Vol2_t + \beta_{3,t} Vol3_t + \beta_{4,t} Vol4_t + \beta_{5,t} EX_t + \beta_{6,t} MSCI_t + \beta_{7,t} DJI_t + \beta_{8,t} NYMEX_t + \varepsilon_t \quad (4)$$

โดยที่ $Vol1_t$ คือ มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

$Vol2_t$ คือ มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

$Vol3_t$ คือ มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนสถาบันต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

$Vol4_t$ คือ มูลค่าการซื้อขายสุทธิของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

$MSCI_t$ คือ ดัชนี Morgan Stanley Capital International (MSCI) ณ เวลา t

EX_t คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (USD/THB) ณ เวลา t

DJI_t คือ ดัชนี Dow Jones Industrial Average (DJI) ณ เวลา t

$NYMEX_t$ คือ ราคาน้ำมันดิบ NYMEX ณ เวลา t

Y_t คือ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ เวลา t

จากสมการ (4) ค่าพารามิเตอร์ $\beta_{k,t}$, $k=0, \dots, 8$ คือสัมประสิทธิ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาได้ และ ε_t คือ ตัวแปรรบกวน ณ เวลา t

2) การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผล Granger Causality

การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปรของ C.W.J. Granger (1969) ระหว่างมูลค่าการซื้อขายสุทธิของ 4 กลุ่มนักลงทุน กับ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เพื่อศึกษาว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มนักลงทุนเป็นเหตุหรือเป็นผลของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET

Index) โดยสามารถเขียนสมการ Granger Causality ของแต่ละคู่ตัวแปร ได้ดังสมการดังต่อไปนี้

$$Y_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Vol1_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Y_{t-n} + u_i \quad (5)$$

$$Vol1_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Y_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Vol1_{t-n} + u_i \quad (6)$$

$$Y_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Vol2_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Y_{t-n} + u_i \quad (7)$$

$$Vol2_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Y_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Vol2_{t-n} + u_i \quad (8)$$

$$Y_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Vol3_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Y_{t-n} + u_i \quad (9)$$

$$Vol3_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Y_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Vol3_{t-n} + u_i \quad (10)$$

$$Y_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Vol4_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Y_{t-n} + u_i \quad (11)$$

$$Vol4_t = \sum_{m=1}^r \pi_m Y_{t-m} + \sum_{n=1}^k \eta_n Vol4_{t-n} + u_i \quad (12)$$

โดยสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบความเป็นเหตุเป็นผล ดังนี้

H_0 : มูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์ไม่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์

H_1 : H_0 ไม่เป็นจริง

หากทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธ H_0 หมายความว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์ ($Vol1, Vol2, Vol3$ และ $Vol4$) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ (Y) ในทำนองเดียวกัน สามารถทดสอบสมมติฐานว่าการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์ไม่ได้เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มหลักทรัพย์

ผลการศึกษา

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

แสดงดังตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

	ค่าเฉลี่ย	ค่ามัธยฐาน	ค่าสูงสุด	ค่าต่ำสุด	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Growth SET	0.0003	0.0000	0.0795	-0.1079	0.0103
Growth Vol1	0.9595	-0.5392	1512.5450	-464.9380	47.5454
Growth Vol2	-1.2684	-0.446065	2039.692	-2132.0400	65.7107
Growth Vol3	-0.0351	-0.6055	1899.9740	-693.0079	45.5769
Growth Vol4	-0.0659	-0.7745	3668.6000	-459.2857	73.2492
Growth EX	0.0003	0.0005	0.0876	-0.0991	0.0094
Growth MSCI	0.0000	0.0000	0.0149	-0.0189	0.0029
Growth DJI	0.0004	0.0003	0.1136	-0.1292	0.0107
Growth NYMEX	-0.0011	0.000	0.3766	-3.0596	0.0667

ที่มา: จากการคำนวณ

จากข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติพื้นฐานของอนุกรมเวลา พบว่า ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยเท่ากับ ร้อยละ 0.0003 ค่ามัธยฐานอยู่ที่ร้อยละ 0.0000 โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงสุดอยู่ที่ร้อยละ 0.0795% ค่าต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -0.1079 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับร้อยละ 0.0103

โดยมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิของนักลงทุนทั้ง 4 กลุ่ม พบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์เฉลี่ยรายวันของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Growth Vol1) นักลงทุนต่างประเทศ (Growth Vol2) นักลงทุนสถาบัน (Growth Vol3) และบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Growth Vol4) มีค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 0.9595, -1.2684, -0.0351 และ -0.0659 ตามลำดับ ในขณะที่อัตราการเปลี่ยนแปลงค่าสูงสุด แสดงให้เห็นว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายสุทธิรายวันของนักลงทุนแต่ละกลุ่มมีมูลค่าการซื้อขายเพิ่มขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับวันก่อนหน้า โดยคิดเป็นร้อยละ 1512.5450, 2039.692, 1899.9740 และ 3668.6000 ตามลำดับ และอัตราการเปลี่ยนแปลงค่าต่ำสุด แสดงถึง อัตราการการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายสุทธิรายวันลดลงมากที่สุดเมื่อเทียบกับวันก่อนหน้า เท่ากับร้อยละ -464.9380, -2132.0400, -693.0079 และ -459.2857 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรควบคุมอื่น ๆ ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (USD/THB) ดัชนี MSCI ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX) ได้มีการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้ตัวแปรทุกตัวจะแปลงให้อยู่ในรูปของ Growth และเมื่อทดสอบ ADF เราพบว่าตัวแปรทุกตัวมีลักษณะนี้

4.2 ผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่อ SET

แสดงดังตารางที่ 2 วิเคราะห์สมการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรง

	Estimate	Std. Error	t -value	p-value
(Intercept)	-1660.000	9.4400	-17.5620	0.000 ***
Growth Vol1	-4.16E-03	2.11E-03	-1.9690	0.049 **
Growth Vol2	1.16E-03	2.34E-03	0.4960	0.620
Growth Vol3	2.11E-03	2.47E-03	0.8520	0.394
Growth Vol4	3.32E-02	5.40E-03	6.1550	0.000 ***
Growth EX	51.9000	2.4300	21.3740	0.000 ***
Growth MSCI	0.1910	0.0486	3.9380	0.000 ***
Growth DJI	0.0354	3.42E-03	10.3400	0.000 ***
Growth NYMEX	5.2800	0.2280	23.1180	0.000 ***

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุม โดยใช้สถิติทดสอบ t-statistic ในตารางที่ 4.2 พบว่า ค่า p-value ของตัวแปร Growth Vol4, Growth EX, Growth MSCI, Growth DJI และ Growth NYMEX มีค่า 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่งผลให้ปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Growth Vol4) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Growth EX) ดัชนี MSCI Index (Growth MSCI) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (Growth DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (Growth

NYMEX) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ ตรีระสทกุลย์ และสุเมธ ธูดาราทระกุล (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (USD/THB) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX) มีอิทธิพลต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยน (International Fisher Effect) หากมีการคาดการณ์ว่าค่าเงินในประเทศจะแข็งค่าขึ้น จะส่งผลทำให้เงินทุนจากต่างประเทศไหลเข้ามา และอัตราดอกเบี้ยในประเทศจะลดลงเมื่อเทียบกับต่างประเทศ และทำให้ปริมาณอุปสงค์ในประเทศเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อดัชนีหลักทรัพย์ที่มีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นตาม (Mishkin, 1989)

ในขณะที่ค่า p-value ของตัวแปร Growth Vol1 มีค่า p-value = 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่งผลให้ปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Growth Vol1) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญรัตน์ แสงสุริยาโรจน์ (2561) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของผู้ลงทุนรายย่อยภายในประเทศผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากสมการการถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเชิงซ้อนด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares-OLS) ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของผู้ลงทุนรายย่อยภายในประเทศ

4.3 ทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary)

จากการนำข้อมูลอนุกรมเวลาของตัวแปรดังกล่าว ทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Unit root) เพราะข้อมูลที่น่ามาใช้ประมาณต้องมีลักษณะที่นิ่ง (Stationary) โดยอาศัยการทดสอบแบบ Augmented Dicky - Fuller test (ADF) (Said and Dickey, 1984) ผลการศึกษา ดังนี้

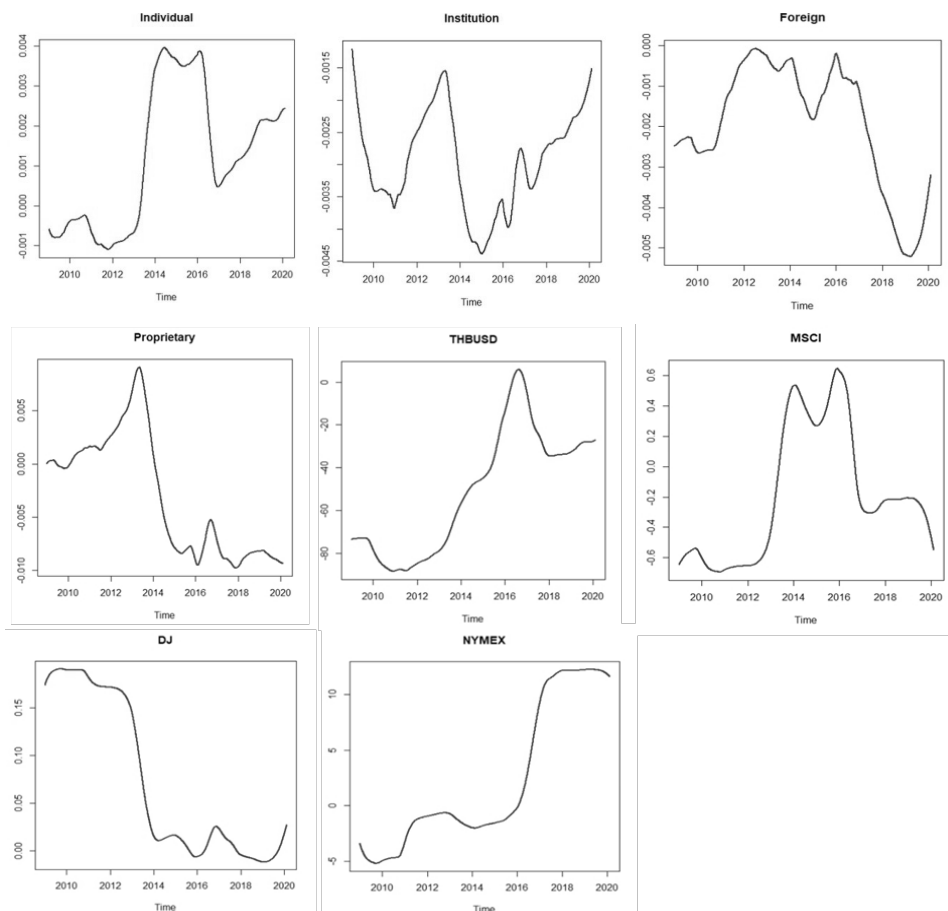
แสดงดังตารางที่ 3 ค่า Augmented Dicky - Fuller test (ADF) ของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

Variable	ADF	Critical Value		
		1%	5%	10%
Growth SET	-54.61783	3.961194	-3.41135	-3.127521
Growth Vol1	-24.69627	-3.961209	-3.411357	-3.127525
Growth Vol2	-25.61029	-3.961206	-3.411356	-3.127524
Growth Vol3	-21.87924	-3.961211	-3.411358	-3.127526
Growth Vol4	-23.29038	-3.961209	-3.411357	-3.127525
Growth EX	-50.38836	-3.961194	-3.41135	-3.127521
Growth MSCI	-16.67528	-3.961202	-3.411354	-3.127524
Growth DJI	-16.62814	-3.961202	-3.411354	-3.127524
Growth NYMEX	-45.92081	-3.961195	-3.41135	-3.127521

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการทดสอบ Augmented Dicky - Fuller test (ADF) โดยมีสมมติฐานหลัก (H_0) คือ อนุกรมเวลาที่นำมาศึกษามียูนิทรูท (Unit root) หรืออนุกรมเวลามีลักษณะไม่นิ่ง และมีสมมติฐานรอง (H_1) คือ อนุกรมเวลาที่นำมาศึกษาไม่มียูนิทรูท (Unit root) หรืออนุกรมเวลามีลักษณะนิ่ง จากการทดสอบโดยเปรียบเทียบค่าสถิติ t-statistic กับค่าจากตาราง Augmented Dicky - Fuller (ค่า Mackinnon critical) ณ ระดับนัยสำคัญต่างๆ พบว่า การทดสอบยูนิทรูท (Unit root) ที่ order of integration เท่ากับ 1 หรือ I(1) ระดับ first difference with trend and intercept ของข้อมูลดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มูลค่าการซื้อขายสุทธิของกลุ่มนักลงทุน 4 กลุ่ม ได้แก่ นักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Growth Vol1) นักลงทุนต่างประเทศ (Growth Vol2) นักลงทุนสถาบัน (Growth Vol3) และบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Growth Vol4) ตัวแปรควบคุม ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Growth EX) ดัชนี MSCI Index (Growth MSCI) ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (Growth DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (Growth NYMEX) จากตารางที่ 3 ค่าสถิติ ADF มีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติ Mackinnon ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01, 0.05 และ 0.10 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก หรือเป็นการยืนยันว่า อนุกรมเวลาที่นำมาใช้ศึกษามีลักษณะนิ่ง

4.4 ลักษณะแนวโน้มของผลกระทบจากแต่ละตัวแปรที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในแต่ละช่วงเวลา จากแบบจำลอง State-Space



รูปภาพที่ 1 แสดงลักษณะแนวโน้มของผลกระทบจากแต่ละตัวแปรที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ในแต่ละช่วงเวลา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 - ค.ศ. 2020

จากรูปภาพที่ 1 อธิบายได้ว่าตัวแปรนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) มีผลกระทบต่อ SET Index เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงปี ค.ศ.2013 - 2016 จากข้อมูลสรุปภาพรวมภาวะตลาดหลักทรัพย์ปี 2013 พบว่า นักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) รายใหม่ให้ความสนใจการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น โดยมีจำนวนการเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายใหม่เพิ่มขึ้นเกิน 1 ล้านบัญชี ซึ่งสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของตลาดหลักทรัพย์ไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai) ปรับเพิ่มขึ้นที่ 15.1 ล้านล้านบาท เป็นสถิติสูงสุดในประวัติการณ์เช่นกัน แม้ว่าในปี 2014 ประเทศไทยกำลังเผชิญปัญหาทางการเมือง และความผันผวนของเศรษฐกิจโลก แต่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีสภาพคล่องของการซื้อขายสูงสุด ในกลุ่มตลาดหลักทรัพย์ ASEAN-5

ขณะที่ตัวแปรนักลงทุนสถาบัน (Institution) มีผลกระทบต่อ SET Index ลักษณะเป็นช่วง ๆ โดยพบว่า ในปี 2012 - 2014 มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลดังที่ได้กล่าวข้างต้น พบว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) มีสภาพคล่องที่สูง และดึงดูดนักลงทุนในประเทศทั้งการซื้อขายเองในตลาด และจากการส่งเสริมการลงทุนในกองทุนรวม ทำให้มูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนสถาบัน (Institution) มีผลกระทบต่อ SET Index สูงขึ้น นอกจากนี้ในช่วงปี 2016 - 2020 นักลงทุนสถาบันมีแนวโน้มของผลกระทบต่อ SET Index เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการลงทุนในกองทุนรวมเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะมีสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี ให้ผลตอบแทนที่ดี ส่งผลให้นักลงทุนสถาบันมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้น สามารถบริหารพอร์ตการลงทุน และเพิ่มสภาพคล่องในตลาดได้มากขึ้น

ตัวแปรนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) มีผลกระทบต่อ SET Index เป็นอย่างมากในปี 2011 - 2017 ในขณะที่ปี 2018 - 2020 มีแนวโน้มของผลกระทบต่อ SET Index ลดลงอย่างมาก โดยข้อมูลมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศในปี 2018 - 2020 มีสถานะขายสุทธิติดต่อกัน ขณะที่ดัชนีหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มีทิศทางเป็นบวก และต้นปี 2018 SET Index ทำสถิติใหม่ ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในประวัติการณ์นับตั้งแต่เปิดซื้อขายตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ 1,778.53 จุด แต่นักลงทุนต่างประเทศก็ยังขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย

นอกจากนี้ตัวแปรนักลงทุนประเภทบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary) มีผลกระทบต่อ SET Index เป็นอย่างมากในปี 2012 - 2013 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของการแบ่งกลุ่มนักลงทุนประเภทบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ ในขณะที่ตั้งแต่ปี 2014 มีแนวโน้มของผลกระทบต่อ SET Index ลดลงอย่างมาก และมีผลต่อ SET Index อย่างคงที่จนถึงปี 2020 โดยข้อมูลมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ ในปี 2018 - 2020 เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับนักลงทุนกลุ่มอื่น ๆ

สำหรับตัวแปรควบคุมอื่น ๆ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (USD/THB) มีผลกระทบต่อ SET Index มากที่สุด ระหว่างปี 2016 - 2017 ซึ่งในช่วงระหว่างปี 2015 - 2017 พบว่า ค่าเงินบาทอ่อนค่าที่สุด เมื่อเทียบกับปีอื่น ๆ จากการศึกษาผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อดัชนีหุ้นไทย โดย Tsai, I-C. (2012) กล่าวว่า หากเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนค่า จะทำให้เม็ดเงินของนักลงทุนต่างชาติไหลออกจากตลาดหลักทรัพย์ไทย และส่งผลทำให้ดัชนีหุ้นไทยปรับลดลง ขณะที่ดัชนี MSCI Index มีผลกระทบต่อ SET Index เป็นอย่างมากในปี 2014 - 2016 ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ มีผลกระทบต่อดัชนี SET Index โดยในปี 2010-2012 ได้รับการยอมรับสูงสุดว่าเสมือนตัวแทนของเศรษฐกิจอเมริกา ดังนั้น ในตลาดหลักทรัพย์หลาย ๆ ประเทศจะนำข้อมูลในอดีตของดัชนีมาเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ปัจจุบัน และพยากรณ์ทิศทางของตลาดโลก สำหรับปัจจุบันนี้นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไทยมีการใช้ข้อมูลจากดัชนีอื่น ๆ ในการวิเคราะห์ตัดสินใจในการวางแผนการลงทุนเพิ่มขึ้น ทำให้ผลกระทบของดัชนีดาวโจนส์มีผลกระทบต่อ SET Index ลดลง และตัวแปรราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX)

มีผลกระทบต่อ SET Index อย่างมากระหว่างปี 2018-2020 ซึ่งในปีดังกล่าว พบว่า ราคาน้ำมันดิบมีความผันผวนสูง จากภาวะเศรษฐกิจโลก สงครามการค้า และโรคระบาด Covid-19 โดยความผันผวนดังกล่าวส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์

4.5 สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากแบบจำลอง State-Space

แสดงดังตารางที่ 4 แสดงสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากแบบจำลอง State-Space

	Min.	1 st Qu.	Midian	Mean	3 rd Qu.	Max.
Growth Vol1	-0.0097	-0.0083	-0.0052	-0.0029	0.0015	0.0090
Growth Vol2	-0.0010	-0.0062	0.0010	0.0011	0.0024	0.0039
Growth Vol3	-5.215E-03	-2.62E-03	-1.56E-03	-1.94E-03	-6.07E-04	-6.98E-05
Growth Vol4	-0.0043	-0.0034	-0.0028	-0.0029	-0.0023	-0.0012
Growth EX	-88.4330	-79.8960	-47.7310	-51.2460	-29.0510	5.8520
Growth MSCI	-0.6941	-0.6030	-0.2556	-0.1909	0.2727	0.6467
Growth DJI	-0.0114	0.0018	0.0182	0.0773	0.1717	0.1905
Growth NYMEX	-5.1856	-1.8783	0.9252	2.2339	11.2350	12.2399

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายสุทธิ โดยใช้สร้างสมการพยากรณ์แบบจำลอง State - Space model เพื่อศึกษาผลกระทบของมูลค่าการซื้อขายสุทธิจากกลุ่มนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการคำนวณ พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปร Growth Vol1, Growth Vol4, Growth EX และ Growth MSCI เท่ากับ -0.0029, -0.0029, -51.2460 และ -0.1909 ตามลำดับ อธิบายได้ว่า โดยเฉลี่ยแล้ว เมื่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Growth Vol1), มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Growth Vol4), อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (Growth EX) และดัชนี MSCI Index (Growth MSCI) เปลี่ยนแปลงไป 1% ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) จะเปลี่ยนแปลงลดลงโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.0029%, 0.0029%, 51.2460% และ 0.1909% (ตามลำดับ) ในช่วงเวลานั้น ๆ

ขณะที่ตัวแปร Growth Vol2, Growth DJI และ Growth NYMEX มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.0011, 0.0773 และ 2.2339 อธิบายได้ว่า โดยเฉลี่ยแล้ว เมื่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศ (Growth Vol2), ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (Growth DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (Growth NYMEX) เปลี่ยนแปลงไป 1% ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) จะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.0011 %, 0.0773 % และ 2.2339% (ตามลำดับ) ในช่วงเวลานั้น ๆ

นอกจากนี้ตัวแปร Growth Vol3 เท่ากับ 0.0000 อธิบายได้ว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบัน (Growth Vol3) แทบจะไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

4.6 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Granger Causality)

แสดงดังตารางที่ 5 การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปร โดยวิธี Granger Causality

	F-Statistic	Prob.
INDIVIDUAL ไม่เป็นเหตุของ SET	3.09740	0.045**
SET ไม่เป็นเหตุของ INDIVIDUAL	1.00382	0.366
FOREIGN ไม่เป็นเหตุของ SET	3.50879	0.030**
SET ไม่เป็นเหตุของ FOREIGN	0.52519	0.591
INSTITUTION ไม่เป็นเหตุของ SET	5.96706	0.002***
SET ไม่เป็นเหตุของ INSTITUTION	21.5023	0.000***
PROPRIETARY ไม่เป็นเหตุของ SET	1.42853	0.239
SET ไม่เป็นเหตุของ PROPRIETARY	14.9778	0.000***
INDIVIDUAL ไม่เป็นเหตุของ FOREIGN	6.13341	0.002***
FOREIGN ไม่เป็นเหตุของ INDIVIDUAL	0.47866	0.619
INSTITUTION ไม่เป็นเหตุของ FOREIGN	3.54041	0.029**
FOREIGN ไม่เป็นเหตุของ INSTITUTION	10.6458	0.000***
PROPRIETARY ไม่เป็นเหตุของ FOREIGN	1.09955	0.333
FOREIGN ไม่เป็นเหตุของ PROPRIETARY	2.88706	0.055*
INSTITUTION ไม่เป็นเหตุของ INDIVIDUAL	4.98458	0.006***
INDIVIDUAL ไม่เป็นเหตุของ INSTITUTION	4.32249	0.013**
PROPRIETARY ไม่เป็นเหตุของ INDIVIDUAL	0.91228	0.401
INDIVIDUAL ไม่เป็นเหตุของ PROPRIETARY	2.81488	0.060*
PROPRIETARY ไม่เป็นเหตุของ INSTITUTION	6.40271	0.001***
INSTITUTION ไม่เป็นเหตุของ PROPRIETARY	1.28617	0.276

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, INDIVIDUAL, FOREIGN, INSTITUTION และ PROPRIETARY คือ *Vol1*, *Vol2*, *Vol3*, และ *Vol4* ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปร โดยวิธี Granger Causality ระหว่างมูลค่าการซื้อขายสุทธิของ 4 กลุ่มนักลงทุน กับ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยการทดสอบมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) นักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) และนักลงทุนสถาบัน (Institution) พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของกลุ่มนักลงทุนดังกล่าวข้างต้น ไม่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ

0.01 ตามลำดับ นั้นหมายความว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของแต่ละกลุ่มนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) นักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) และนักลงทุนสถาบัน (Institution) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

ในขณะที่มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary) นั้น พบว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก แสดงว่า การเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลง SET Index ยังเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบัน (Institution) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

แสดงตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบ Granger Causality ของแต่ละตัวแปร

ตัวแปร		ผลการทดสอบ Granger Causality
SET	INDIVIDUAL	มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)
SET	FOREIGN	มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)
SET	INSTITUTION	มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบัน (Institution) และดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เป็นสาเหตุซึ่งกันและกัน
SET	PROPRIETARY	การเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary)
INDIVIDUAL	FOREIGN	มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign)
INDIVIDUAL	INSTITUTION	มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนสถาบัน (Institution) และมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) เป็นสาเหตุซึ่งกันและกัน
INDIVIDUAL	PROPRIETARY	มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary)
FOREIGN	INSTITUTION	มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) และมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนสถาบัน (Institution) เป็นสาเหตุซึ่งกันและกัน
FOREIGN	PROPRIETARY	มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary)
INSTITUTION	PROPRIETARY	มูลค่าการซื้อขายสุทธิของบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ (Proprietary) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนสถาบัน (Institution)

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากผลการทดสอบความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปร พบว่า มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) และนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ดังนั้น สมมติฐานที่ว่านักลงทุนต่างประเทศมีผลต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นเป็นจริง นอกจากนี้ นักลงทุนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่ามูลค่าการซื้อขายของนักลงทุนต่างชาติและนักลงทุนสถาบัน (Institution) จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์เป็นอย่างมาก และนักลงทุนทั่วไปในประเทศจะเป็นผู้ตาม แต่ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual) นั้นเป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนต่างประเทศ (Foreign) และมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนสถาบัน (Institution) เป็นสาเหตุซึ่งกันและกันกับ มูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนทั่วไปในประเทศ (Individual)

สำหรับตัวแปรบางตัวที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่เมื่อนำมาพยากรณ์ในแบบจำลอง State - Space model เพื่อศึกษาผลกระทบของตัวแปร พบว่าทิศทางความสัมพันธ์บางตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน อาทิเช่น ตัวแปร SET กับ Institution ดังนั้น ในการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ควรตรวจสอบทิศทางของความสัมพันธ์ก่อนนำไปใช้ในการวางแผนการลงทุน

ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้ คือ การใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิของมูลค่าการซื้อขายสุทธิของ 4 กลุ่มนักลงทุน ได้แก่ นักลงทุนทั่วไปในประเทศ นักลงทุนต่างประเทศ นักลงทุนสถาบัน และบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ ซึ่งใช้ข้อมูลตั้งแต่วันที่ 2/11/2552 ถึงวันที่ 30/12/2563 เนื่องจากเป็นข้อมูลที่เริ่มมีการแบ่งกลุ่มบัญชีบริษัทหลักทรัพย์ ทำให้ข้อมูลที่ใช้ไม่ครอบคลุมตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการเปิดให้มีการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นอกจากนี้ได้ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ดัชนี MSCI Index ดัชนีอุตสาหกรรมดาวโจนส์ (DJI) และราคาน้ำมันดิบสหรัฐอเมริกา (NYMEX) ซึ่งอาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาหุ้น และทำให้ตลาดหลักทรัพย์ และมูลค่าการซื้อขายในแต่ละช่วงเวลามีความผันผวนสูง

ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรเพิ่มข้อมูลปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาหุ้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมูลค่าการซื้อขายสุทธิของนักลงทุน เพื่อให้ครอบคลุมต่อการศึกษาลักษณะและความสัมพันธ์ของตัวแปร อาทิเช่น ปัจจัยด้านการเมือง ภัยทางธรรมชาติ ราคาทองคำ ราคาสกุลเงินดิจิทัล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- คมกิตติ อังคหะวิวัฒน์. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). **Market Index**. สืบค้น 1 ตุลาคม 2563, จาก https://www.set.or.th/th/maket/market_statistics.html
- ธนวรรธน์ ตรีระสกุญ้อย และสุเมธ ธูวตาราตระกุล. (2561). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ**. 9(2), 12-29.
- ชัยยุทธน์ แสงสุริยาโรจน์. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มนักลงทุนรายย่อย ภายใต้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ).

- พรจิตรา จวบภุชเียน และธนโชติ บุญวรโชติ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนแต่ละประเภทและอัตราผลตอบแทนจากดัชนีหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารวิทยาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์**. 34(1), 60-76.
- วิโรจน์ เดชะผล. (2552). **ตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภณัฐ เตปิยะ, วีร์ ลงกานี และชัยวุฒิ ตั้งสมชัย. (2558, ตุลาคม-ธันวาคม). ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณการซื้อขายของหลักทรัพย์กลุ่มเหล็ก ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง**. 4(2), 102-114.
- ศรัณย์รัชต์ ชีโรติชนกุล. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์สุทธิของนักลงทุนต่างประเทศในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน. (2554). **“ผลการวิจัยโครงการวิจัยผู้ลงทุน” Capital Market Research Forum**. สืบค้น 1 ตุลาคม 2563, จาก https://www.set.or.th/setresearch/files/microstructure/forum/201101_Presentation_InvestorSurvey.pdf
- สุภาวดี บุศย์เพชร. (2553). **การศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อมูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Admati, A. R., & Pfleiderer, P. (1988). **A theory of intraday patterns: Volume and price variability**. *Review of Financial Studies*, 1, 3-40.
- Granger, C.W.J. (1969). **Invertigation causality relations by economic models and cross-spectral methods**. *Econometrica*, vol. 37, no. 3 (July): pp. 424-438.
- Kamesaka, A., & Wang, J. (2004). **The Asian crisis and investor behavior in Thailand's equity market**. Ryokoku University and University of New South Wales Working Papers.
- Mishkin, F. S. (1989). **Is the Fisher Effect for Real? A Reexamination of the Relationship between Inflation and Interest Rates**. *Journal of Monetary Economics*. 30,195-215.
- Said and Dickey. (1984). **Testing for Unit Root in Autoregressive-Moving average Models with Unknown Order**. *Biometrika*. 71, 599-607.
- Tsai, I-C. (2012). **The relationship between stoke price index and exchange rate in Asian markets: Aquantile regression approach**. *Journal of Internationnal Financial Markets, Institutions & Money*, 22, pp. 609-621.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Organization Engagement: The Case Studies of Hostels and Small Hotels in Mueang District, Chiang Mai Province

ภาวินันท์ กิตติกรวรรณ*¹ และ กันต์สินี กันทะวงษ์วาร²

Pavinan Kittikornworradet and Kansinee Guntawongwan¹

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษาโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและศึกษาการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานโดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในโฮสเทล และโรงแรมขนาดเล็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 502 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเบื้องต้น เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ T-test และ F-test รวมถึงการใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ในการวิเคราะห์การตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงาน

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรพบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการมั่นคงในการทำงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด โดยเฉพาะการมีตำแหน่งงานที่มั่นคง ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 88 ที่เห็นว่ามีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับมากส่วนการศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรพบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการยอมรับเป้าหมายหรือค่านิยมขององค์กร และด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร ส่วนการทดสอบความแตกต่างของระดับความผูกพันต่อองค์กรตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้ที่มีสถานภาพหม้ายหรือแยกกันอยู่จะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับองค์กรเป็นระยะเวลานานกว่าจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กรมากกว่า เป็นต้น ในขณะที่ผลการศึกษการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานในช่วง 1-2 ปีนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากมีประสบการณ์การทำงานที่น้อย มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รวมถึงผู้ที่ทำงานในตำแหน่งพนักงานห้องอาหารจะมีโอกาสในการตัดสินใจเปลี่ยนงานสูง

คำสำคัญ: ความผูกพันองค์กร, โฮสเทล, โรงแรมขนาดเล็ก, พนักงานโรงแรมเชียงใหม่

* Corresponding author Email: cartoon_pavinan@hotmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² อาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The objectives of the study “Factors Affecting Organization Engagement: The Case Studies of Hostels and Small Hotels in Mueang District, Chiang Mai Province” were: to analyze the factors affecting organization engagement and to study the relationship between personal information with organization engagement moreover, this study aim to study about job change decision making. The researcher utilized questionnaires to 502 staffs of hostels and small Hotels in Mueang District, Chiang Mai Province. This research was carried out using a questionnaire as a tool for data collection. The statistics applied to analyze the data were the descriptive statistics as percentage, mean, and standard deviation. The statistics use to test the hypothesis were t-test and F-test, as well as use a multinomial logit model to analyze the job change decision.

The results of the study the factors affecting organization engagement show that job security is the most influential factors in affecting organization engagement, especially in the topic of stable positions in which 88 percent of employees agreed that it had an influential on organization engagement at a high level. The results of the study of organizational engagement level showed that employees have their organization engagement overall at a good level. They mostly agree with "accepting the organization's goals and corporate values" and "trying their best to maximize the benefits of the organization." The results of an analysis of differences in organizational engagement levels based on personal characteristics found that the differences of experience, married status, income and position of the employees affect organizational engagement differently at statistically. That are employees with divorce status have a higher level of organizational engagement than those with single status, and employees who have experience working with the organization for long time will have more levels of organizational engagement. The results of analysis of job change decisions in 1-2 years found that employees who have been older, less experience, undergraduate education, and including those who work in Restaurant position had a high chance of a job change decision.

Keywords: Organization Engagement, Hostels, Small Hotels, Hotel Staff, Chiang Mai

ที่มาและความสำคัญ

ทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากร คือองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้เพราะการที่องค์กรหนึ่งๆ จะบรรลุถึงเป้าหมายได้สำเร็จนั้น จะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรภายในองค์กรเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนา นอกจากนี้แล้วบุคลากรเหล่านั้นยังต้องมีคุณภาพไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้ความสามารถหรือสมรรถนะในการทำงาน และมีคุณลักษณะต่างๆ ที่สนับสนุนให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณลักษณะหนึ่งที่สำคัญและได้รับความสนใจจากทั้งนักวิชาการและนักบริหารในปัจจุบันได้แก่ คุณลักษณะที่เรียกว่า “ความผูกพันต่อองค์กร (organizational Engagement)” เนื่องจากคุณลักษณะนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคลากร

ทุ่มเทความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่ (ชูชัย สมธิธิกร และพงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์, 2559) ความผูกพันองค์กร เป็นพฤติกรรมรูปแบบหนึ่งที่แสดงออกมาของสมาชิกในรูปแบบของความสม่ำเสมอของพฤติกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กร หากสมาชิกขาดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ผลที่ตามมาคือ ความสูญเสียขององค์กรในรูปแบบต่างๆ อาจเป็นในรูปแบบของทรัพยากรบุคคล ขวัญกำลังใจพนักงาน การลดลงของผลผลิต การเสียเวลา คัดและฝึกอบรมบุคลากรใหม่ (ลลิตา จันทร์งาม, 2559)

ธุรกิจด้านโรงแรมและบริการด้านอาหารจัดเป็นธุรกิจนอกภาคเกษตรที่มีอัตราการเจริญเติบโตเป็นอันดับที่ 1 ของภาคบริการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) โดยธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการ โดยในทุกกระบวนการจำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีคุณภาพ สามารถให้การบริการที่มีมาตรฐาน จากบทความของ L'Officiel Hommes Thailand Club ในปี 2560 กล่าวว่าปัจจุบันรูปแบบของโรงแรมที่ให้บริการเปลี่ยนแปลงไปจากโรงแรมขนาดใหญ่ 5 ดาว กลายเป็นโรงแรมขนาดเล็ก และ โฮสเทลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากเทรนด์การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนผ่านสู่การท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวคนเดียวและใช้บริการที่พักแบบโรงแรมขนาดเล็ก และโฮสเทล เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมเดินทางใหม่ๆ

ในปัจจุบันโฮสเทลที่จดทะเบียนถูกต้องในจังหวัดเชียงใหม่ มีมากถึง 289 แห่ง จากจำนวนโรงแรมที่มีจำนวนมากส่งผลให้แรงงานในกลุ่มธุรกิจที่พักแรมและบริการด้านอาหารเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น โดยพบว่าจำนวนผู้ที่ทำงานในส่วนของการพักแรมและบริการด้านอาหารติดอันดับ 1 ใน 5 อาชีพที่มีความต้องการแรงงานมากที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงใหม่, 2560) ถึงแม้ว่าแรงงานในธุรกิจประเภทที่พักแรมและบริการด้านอาหารจะเป็นที่ต้องการและมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของเชียงใหม่ แต่ปัญหาอย่างหนึ่งที่โรงแรมขนาดเล็กมักจะเผชิญ คือเมื่อพนักงานเริ่มมีประสบการณ์ในการทำงานมากขึ้นมักจะลาออกไปทำงานในโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก หรือโฮสเทลโดยตรงทั้งในเรื่องของงบประมาณ การบริหารจัดการพนักงาน ทำให้เกิดผลเสียต่อระบบการทำงาน และคุณภาพในการให้บริการของโรงแรมต่ำลง ลูกค้าน้อยลง กระทบต่อรายได้ของโรงแรม

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจโรงแรมมีอัตราการออกจากงาน (Turnover Rate) สูงถึงร้อยละ 49.50 (สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงใหม่, 2560) ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อเจ้าของธุรกิจโรงแรม ทำให้ต้องสูญเสียงบประมาณในการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพื่อรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการที่ดีของโรงแรม รวมทั้งยังส่งผลให้ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีอยู่เดิมนั้นชะงัก เสียระบบ ขาดความต่อเนื่อง และประสิทธิภาพการทำงานลดลง จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานกรณีศึกษาโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะทำให้ผู้บริหารโรงแรมทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและสามารถดูแลพนักงานให้เกิดความผูกพันกับองค์กร อยากรทำงานกับองค์กรต่อไป รวมทั้งการหาทางป้องกันการลาออกของพนักงานเพื่อลดความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นจากการลาออก โดยที่ผ่านมามีงานศึกษาที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรค่อนข้างหลากหลาย แต่จะเป็นการศึกษาในกรณีของโรงแรมขนาดใหญ่ และการศึกษาในธุรกิจอื่น ซึ่งการศึกษาในกรณีโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็กยังมีไม่มากนัก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงาน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์เจ้าของธุรกิจโรงแรม เพื่อเป็นแนวทาง

ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพ และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการให้พนักงานแต่ละกลุ่มทำงานได้อย่างมีความสุข และอยู่กับองค์กรได้นานยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงาน

วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานที่ปฏิบัติงานในโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตำแหน่งงานได้แก่ พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด และพนักงานห้องอาหารและเครื่องดื่ม จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรและการวัดระดับความผูกพันองค์กร ในขณะที่การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลกับระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานทดสอบด้วยสถิติ T-test และ F-test ส่วนการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานภายในระยะเวลา 1-2 ปี ใช้แบบจำลอง Multinomial Logit Model ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างพนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 25 - 29 ปี มีประสบการณ์การทำงาน 1 - 2 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีสถานภาพโสด โดยรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือนและมีสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานในตำแหน่งพนักงานทำความสะอาดมากที่สุดร้อยละ 39.84

ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างพนักงานในโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็กมีความผูกพันต่อองค์กรในด้านลักษณะงาน ซึ่งพิจารณาจากความมั่นคงในการทำงาน ความรับผิดชอบต่องาน และความก้าวหน้าในการทำงาน พบว่าการมีตำแหน่งงานที่มั่นคง การได้รับมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ และการมีโอกาสได้เรียนรู้งานส่วนอื่นเพื่อพัฒนาตัวเอง จะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.39 4.18 และ 3.96 ตามลำดับ ส่วนในด้านลักษณะองค์กร ซึ่งพิจารณาจากการกระจายอำนาจ และการมีส่วนร่วมในการทำงาน พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรมากที่สุด คือการที่มีการแบ่งส่วนงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน(มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) ในขณะที่ด้านประสบการณ์การทำงาน ซึ่งพิจารณาจากเงินเดือนและสวัสดิการ รวมถึงความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานพบว่าการที่ผู้บังคับบัญชามีความยุติธรรม และการได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด คือมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 4.07 ตามลำดับ

สำหรับระดับความผูกพันต่อองค์กรจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความผูกพันต่อองค์กรภาพรวมอยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.77) โดยมีคะแนนเฉลี่ยในส่วนการยอมรับเป้าหมายหรือค่านิยมขององค์กรและ

ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร เท่ากับ 3.97 คะแนน

เมื่อพิจารณาด้านการยอมรับเป้าหมายหรือค่านิยมขององค์กรพบว่าในเรื่องความยินดีที่จะปฏิบัติตามนโยบายขององค์กรเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.08) ส่วนด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กรพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งเกี่ยวกับการทุ่มเทเวลางานให้กับการทำงาน ไม่เอาเวลางานเพื่อไปทำกิจกรรมตัวอื่นๆ (คะแนนเฉลี่ย 4.07) ส่วนความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดเกี่ยวกับความตั้งใจที่ถูกต้องในการเข้ามาทำงานกับองค์กรแห่งนี้ (คะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 3.96)

ในด้านความแตกต่างของระดับความผูกพันขององค์กรตามลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจากการทดสอบด้วยสถิติ T-test และ F-test พบว่ามีลักษณะส่วนบุคคล 4 ลักษณะ ได้แก่ ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน ที่ทำให้ค่าเฉลี่ยของระดับความผูกพันองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกล่าวคือผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 4 ปีจะมีระดับความผูกพันองค์กรมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยและผู้ที่มีสถานภาพม่าย/หย่า/แยกกันอยู่ จะมีระดับความผูกพันองค์กรมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ส่วนในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ที่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาทต่อเดือน จะมีระดับความผูกพันองค์กรมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,001 บาทต่อเดือนนอกจากนั้นผู้ที่ทำงานในตำแหน่งพนักงานทำความสะอาด และพนักงานต้อนรับ จะมีระดับความผูกพันองค์กรมากกว่าพนักงานห้องอาหาร

สำหรับการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานทดสอบโดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit Model พบว่ามีลักษณะส่วนบุคคล 4 ลักษณะ ได้แก่ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน ที่ทำให้ค่าเฉลี่ยของระดับความผูกพันองค์กรแตกต่างกันกล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จะตัดสินใจเปลี่ยนงานหรือมีความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานในระยะ 1 - 2 ปีนี้ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ถึง 3.7 เท่า และ 2.4 เท่า ตามลำดับและผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปีจะตัดสินใจเปลี่ยนงานหรือมีความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานในระยะ 1 - 2 ปีนี้ มากกว่ากลุ่มประสบการณ์มากกว่า 4 ปี ถึง 2 เท่า สำหรับระดับการศึกษาสูงสุดพบว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะตัดสินใจเปลี่ยนงานในระยะ 1 - 2 ปีนี้ มากกว่ากลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ถึง 1.0 เท่า และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จะมีความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานน้อยกว่าการตัดสินใจไม่เปลี่ยนงาน และน้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 54.7 ในส่วนตำแหน่งงานปัจจุบันพบว่าผู้ที่มีตำแหน่งเป็นพนักงานต้อนรับจะตัดสินใจเปลี่ยนงานในระยะ 1 - 2 ปีนี้ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเป็นพนักงานห้องอาหาร ร้อยละ 18.8 และพบว่ากลุ่มพนักงานต้อนรับ จะมีความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานมากกว่าการตัดสินใจไม่เปลี่ยนงานและมากกว่ากลุ่มพนักงานพนักงานห้องอาหาร ถึง 1 เท่า แต่เมื่อเทียบพนักงานทำความสะอาด กับกลุ่มพนักงานห้องอาหาร พบว่าพนักงานทำความสะอาดจะมีความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานน้อยกว่าการตัดสินใจไม่เปลี่ยนงานและน้อยกว่ากลุ่มพนักงานห้องอาหาร ถึง ร้อยละ 63.5 นอกจากนี้ยังพบว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีระดับความผูกพันต่อองค์กรในด้านความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้น จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเปลี่ยนงานหรือไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานในระยะ 1 - 2 ปีนี้ ลดลง ร้อยละ 93.6 และเมื่อพิจารณาค่า P-value ของความผูกพันต่อองค์กรและปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าความผูกพันต่อองค์กรที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนงาน และตัวแปรที่มีผลคือ อายุ (ต่ำกว่า 30 ปี) โดยพบว่ายิ่งพนักงานมีอายุเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ความต้องการเปลี่ยนงานของพนักงานลดลง

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรพบว่าไม่ว่าจะเป็นปัจจัยลักษณะงาน ปัจจัยลักษณะองค์กรและปัจจัยประสบการณ์การทำงานล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรในระดับมากทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา ทรงนุวัต (2558) ซึ่งทำการศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธินและพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านลักษณะงาน สวัสดิการ เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้ามีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ในด้านระดับความผูกพันต่อองค์กรพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ทำงานในโฮสเทล และโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.77 คะแนน) และกลุ่มตัวอย่างรู้สึกเห็นด้วยมากที่สุดกับการยอมรับเป้าหมายหรือค่านิยมขององค์กร และความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพรรณ ไกยวรรณ (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่องความผูกพันของพนักงานโรงแรมที่มีต่อองค์กรโรงแรมในเครือแอดคอร์กลุ่มโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ระดับความผูกพันของพนักงานโรงแรมที่มีต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายบริหาร พบว่าด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด

กลุ่มตัวอย่างพนักงานมีระดับความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างไปตามลักษณะส่วนบุคคลกล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงาน สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันจะมีระดับความผูกพันต่อองค์กร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ วิวัฒน์ แสงเพชร (2558) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกันส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จะมีโอกาสเปลี่ยนงานและมีความรู้สึกที่ไม่แน่ใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ดังนั้น การเปลี่ยนงานไปในองค์กรใหม่จะลดลงเมื่อคนมีอายุมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเบญญา ขวัญทอง และทวีศักดิ์ กฤษเจริญ (2558) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจออกจากงานของพนักงาน Generation Y แตกต่างกันโดยที่พนักงานที่มีอายุน้อยมีความตั้งใจออกจากงานมากกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า ในส่วนประสบการณ์การทำงานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยจะมีโอกาสเปลี่ยนงานและมีความรู้สึกที่ไม่แน่ใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานในองค์กรนานเท่าใดก็จะมีมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา บรรจงธรรม (2557) ซึ่งพบว่าอายุงานมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจลาออก และคงอยู่ในงานโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุงานน้อยกว่าจะมีความตั้งใจลาออกสูงกว่าผู้ที่มีอายุงานมากกว่า ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีการตัดสินใจเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิกร ช่วยศรี (2549) ที่พบว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมมากกว่าพนักงานที่ระดับการศึกษา ปวช. และ ปวส. ความไม่สอดคล้องดังกล่าวอาจเนื่องมาจากความแตกต่างในเรื่องของกลุ่มตัวอย่าง และลักษณะ

การทำงานที่แตกต่างกัน และด้านตำแหน่งงานปัจจุบัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งพนักงานห้องอาหาร จะมีการตัดสินใจเปลี่ยนงานมากกว่าพนักงานต้อนรับ และพนักงานทำความสะอาดส่วนความไม่แน่ใจในการเปลี่ยนงานพบว่าพนักงานต้อนรับจะมีความรู้สึกไม่แน่ใจมากกว่าพนักงานห้องอาหาร และพนักงานทำความสะอาดซึ่งจากการศึกษาพบว่าพนักงานห้องอาหารส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นพนักงานชั่วคราว (Part-time) ทำงานในช่วงเย็นถึงดึกเพื่อหารายได้เสริม และไม่ได้ทำงานทุกวันเหมือนเช่นพนักงานประจำในตำแหน่งอื่นทั่วไป ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรที่น้อยกว่าตำแหน่งอื่นที่มีสัดส่วนพนักงานประจำมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ด้านลักษณะงานผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกำหนดตำแหน่งงานที่มั่นคง การมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถของพนักงาน และการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้งานส่วนอื่น เพื่อพัฒนาตัวเองส่วนด้านลักษณะองค์กรให้ความสำคัญในเรื่องการแบ่งส่วนงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน การมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติงาน และการปรึกษาหารือเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรในระดับมากและในส่วนประสบการณ์การทำงานพบว่าเรื่องเงินเดือนและสวัสดิการ รวมถึงความยุติธรรมของผู้บังคับบัญชาจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรในระดับมากดังนั้นผู้บริหารโฮสเทลและโรงแรมขนาดเล็กควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการกำหนดตำแหน่งงานและขอบเขตของการทำงานอย่างชัดเจน การมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ เช่น ผู้ที่มีทักษะทางด้านภาษา มีบุคลิกภาพที่ดี กำหนดให้ทำงานในตำแหน่งพนักงานต้อนรับซึ่งจะทำหน้าที่เช็คอิน-เอาท์ ลงทะเบียนลูกค้า แนะนำข้อมูลการเดินทาง บริการรับส่งและบริการนำเที่ยว ส่วนผู้ที่มีลักษณะคล่องตัว มีทักษะทางด้านการทำงานอาหาร การจัดโต๊ะอาหารและบริการอาหาร ให้ทำงานในตำแหน่งพนักงานห้องอาหารทำหน้าที่เตรียมอาหาร บริการอาหาร และดูแลความสะอาดของห้องอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้องค์กรควรจัดให้มีการอบรม หรือจัดสัมมนาที่เกี่ยวข้องกับงานโรงแรม นำพนักงานไปศึกษาดูงานการทำงานของโรงแรมในที่ต่าง ๆ เพื่อนำความรู้กลับมาพัฒนาองค์กร หรือจัดให้มีการสอนเพิ่มเติมทางด้านภาษาให้แก่พนักงาน และเปิดโอกาสให้พนักงานภายในทำการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งตามความสนใจโดยผ่านการประเมินจากองค์กร เช่น พนักงานห้องอาหารสนใจเปลี่ยนตำแหน่งงานมาเป็นพนักงานต้อนรับ ต้องผ่านการทดสอบทางด้านภาษาและความรู้ในเรื่องของการบริการเบื้องต้น นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของพนักงานในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงาน ผ่านการประชุมพนักงานเพื่อนำความคิดของทุกฝ่ายมาปรับปรุงการทำงานร่วมกัน เช่น การร่วมกันกำหนดมาตรฐานการบริการภายใน การออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่น และการกำหนดกฎข้อบังคับในการทำงาน นอกจากนี้ควรมีการกำหนดเกณฑ์ มาตรฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษรในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนเพื่อให้พนักงานทุกท่านเข้าใจและปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงการจ่ายค่าจ้างครบและตรงตามกำหนดและตามที่ได้ตกลงไว้กับพนักงาน และการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับตำแหน่ง และหน้าที่รับผิดชอบ รวมถึงความยุติธรรมในการบริหารงานของผู้บังคับบัญชา

สำหรับการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานพบว่าผู้ที่มีอายุน้อยจะมีโอกาสเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากซึ่งสอดคล้องกับลักษณะความต้องการของแรงงานในธุรกิจโรงแรมที่พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นเด็กจบใหม่ หรือบุคคลที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยซึ่งมีอายุต่ำกว่า 30 ปี เมื่อเริ่มมีความรู้ความสามารถก็จะทำการมองหางานในโรงแรมที่ใหญ่ขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสในการก้าวหน้า ดังนั้นองค์กรควรปลูกฝังเรื่องความรักและความผูกพัน

ในองค์กรให้กับพนักงานใหม่ รวมถึงการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งให้กับพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ และกำหนดให้มีรางวัลและค่าตอบแทนที่หลากหลาย และยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจกลุ่มพนักงานที่มีอายุน้อยที่มีโอกาสในการเปลี่ยนงานสูงนอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานน้อยจะมีโอกาสเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่าเนื่องจากพนักงานที่มีประสบการณ์น้อยมองว่าการย้ายงานจะยิ่งทำให้พวกเขาได้ประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาที่ค้นหางานที่ใช่หรืองานที่ถูกต้อง ดังนั้นองค์กรควรกำหนดมาตรการในการจูงใจพนักงานกลุ่มนี้ เช่น ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานให้มีความท้าทายมากยิ่งขึ้น จัดให้มีการหมุนเวียนเปลี่ยนงานกันทำ (Rotation) ภายในองค์กรเพื่อเปิดโอกาสให้ค้นหาตำแหน่งงานใหม่ได้ทดลองค้นหาตำแหน่งที่ตนเองชอบและทำได้ดี และเพิ่มการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ทำให้พนักงานมีความสุขและอยากที่จะทำงานให้กับองค์กรต่อไป และพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีโอกาสเปลี่ยนงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ดังนั้นเพื่อเป็นการลดโอกาสการลาออกขององค์กรควรจัดให้มีการส่งเสริมการศึกษาภายในองค์กรไม่ว่าจะเป็นการให้ทุนการศึกษาแก่พนักงาน การส่งพนักงานไปอบรม หรือรับสมัครเด็กฝึกงาน รวมไปถึงการสนับสนุนเรื่องเวลาให้แก่พนักงานที่ยังเรียนอยู่ เพื่อให้พนักงานมีทักษะความรู้ ความสามารถที่สูงขึ้นและนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาองค์กรก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนี้ในส่วนของตำแหน่งงานกับการตัดสินใจเปลี่ยนงานของพนักงานพบว่า ผู้ที่ทำงานในตำแหน่งพนักงานห้องอาหารจะมีโอกาสเปลี่ยนงานมากกว่าพนักงานต้อนรับ และพนักงานทำความสะอาด เนื่องจากพนักงานห้องอาหารส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นพนักงานชั่วคราว (Part-time) ซึ่งทำให้การได้รับสวัสดิการแตกต่างจากพนักงานประจำ เช่น ประกันกลุ่ม เงินทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรที่น้อยกว่าตำแหน่งอื่นที่มีสัดส่วนพนักงานประจำมากกว่า ดังนั้นองค์กรควรให้ความสำคัญกับการดูแลพนักงานให้เท่าเทียมกันในทุกตำแหน่งหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสวัสดิการ โอกาสในการเลื่อนขั้นตามความสามารถ และการปรับค่าจ้างควรสนับสนุนพนักงานเหล่านี้ให้เข้ามาทำงานเป็นพนักงานประจำขององค์กร โดยอาจจะให้ทำหน้าที่อื่นเพิ่มเติมในช่วงที่ว่างจากงานห้องอาหาร เช่น พนักงานยกกระเป๋า พนักงานขับรถ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลพรรณ ไกยวรรณ. (2557). ความผูกพันของพนักงานโรงแรมที่มีต่อองค์กรโรงแรมในเครือแอดคอร์ กลุ่มโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- ชลธิชา บรรจงธรรม. (2557). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจลาออกและคงอยู่ในงานของพยาบาล กรณีศึกษาพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งของรัฐ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชูชัย สมितिไกร และ พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่องานและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. *Kasetsart Journal of social sciences*. 2559(38), 665-667.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *ดัชนีผลผลิตภาคบริการ*. สืบค้น 20 ธันวาคม 2561, จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=889&language=th>

- นิกร ช่วยศรี. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานฝ่ายผลิต กรณีศึกษา บริษัทพรอตเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอร์ริง(ประเทศไทย) จำกัด.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- ปวีณา ทรงนุวัต. (2558). **ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ลลิตา จันทร์งาม. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ กลุ่มลูกค้าบุคคล.** (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ แสงเพชร. (2558). **ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการทำงาน และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว โรงแรมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุเบญญา ขวัญทอง และทวีศักดิ์ กฤษเจริญ. (2558). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจออกจากงานของพนักงาน Generation Y. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 18.** 18(18),263-282
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). **การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรม และเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2559.** สืบค้น 23 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.nso.go.th>
- สำนักงานแรงงานจังหวัดเชียงใหม่. (2560). **อาชีพที่มีความต้องการแรงงานมากที่สุด 5 อันดับ.** สืบค้น 23 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.chiangmai.mol.go.th/node/1000>
- สำนักเศรษฐกิจการแรงงาน กระทรวงแรงงาน. (2560). **จำนวนพนักงานที่รับเข้าทำงานใหม่ในปี 2550-2560 จำแนกตามสาเหตุของการรับเข้าทำงานและประเภทกิจการ ของจังหวัดเชียงใหม่.** สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2561, จาก http://manpower.mol.go.th/pmanp_2017/index.php/home
- L'Officiel Hommes Thailand Club. (2560). **เรียนรู้กับธุรกิจการโรงแรมพร้อมการปรับตัวเข้าสู่ Thailand 4.0.** สืบค้น 21 มกราคม 2562, จาก <https://hommesthailand.com>.

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า

สถาบันการเงินในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Customers' Behavior of Using Housing-loan Service of Financial Institutes in Mueang District, Chiang Mai Province

จิระประภา ปัญญาแดง¹ และ วรลักษณ์ หิมากาลัส²

Jiraprapa Panyadang and Worluck Himakalasa

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด โดยลักษณะที่อยู่อาศัยที่ได้รับอนุมัติบริการสินเชื่อมากที่สุด คือบ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่มีขนาดที่ดิน 50 - 81 ตารางวา ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่ราคา 2 - 3 ล้านบาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 16 - 20 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกวิธีการชำระสินเชื่อโดยการหักผ่านบัญชี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากพนักงานของสถาบันการเงินมากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องจำนวนเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ และระยะเวลาในการผ่อนชำระ ด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องค่าธรรมเนียมประเมินหลักทรัพย์ อัตราดอกเบี้ย และค่าประกันอัคคีภัย ด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ สถานที่นั่งเพียงพต่อการให้บริการ และเดินทางสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องมีช่องทางหลากหลายในการชำระสินเชื่อและโปรโมชั่น ด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ อ่อนน้อม การให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และพนักงานสามารถให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องจำนวนเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ และระยะเวลาในการผ่อนชำระ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องมีช่องทางหลากหลายใน

* Corresponding author. E-mail: Kanink.nahnaw@gmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การชำระสินเชื่อ และโปรโมชั่น ด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ อ่อนน้อม การให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เสมอภาค พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และพนักงานสามารถให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาได้

คำสำคัญ: สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ธนาคารรัฐวิสาหกิจ, ธนาคารพาณิชย์

ABSTRACT

This study proposed to study the customers' behavior of using housing loan service from financial institution in Muang district, Chiang Mai province. The factor effecting the use of housing loan service from financial institution in Muang district, Chiang Mai province was studied. Moreover, The satisfaction of service using on housing loan service from financial Institution in Muang district, Chiang Mai province was evaluated. The number of 400 questionnaires were collected from sample group who received housing loan service from financial institution in Muang district, Chiang Mai province

The result on using behavior of housing loan service from financial institution in Muang district, Chiang Mai province showed that sample group mostly selected housing loan service from Kasikorn Bank. The most approval housing type of loan service is single-family house. Most of land size is 50 - 81 SQ.WA, pricing is 2 - 3 million baht. Installment period. Is 16 - 20 years. Most sample group chose loan payment by bank account deduction method. While most of them searched information from staff of financial institution.

The results of a study on factors affecting the choice of mortgage loan services found that the product The sample group gave the highest level of importance to the approved loan amount. In terms of price, it was found that the sample group gave a high level of importance to the appraisal fee. Interest rate and fire insurance As for the property, it was found that the sample group gave the highest level of importance to the cleanliness of the property. Sufficient seating for service and easy to travel marketing promotion It was found that the sample group gave the highest priority in terms of having a variety of channels for loan repayment and promotions. Regarding the service provided by the service providers staff, it was found that the sample group gave importance to the factors affecting the selection of home loan services. It is at the highest level in terms of employees having human relations, being polite, humble, providing fast, accurate, equal service. expertise And employees can give advice and solve problems.

The result on satisfaction of service using on housing loan service showed that sample group satisfied staff services, product, and marketing promotion at highest level. While they satisfied service place and price at high level. Product satisfaction showed that sample group gave highest satisfaction on the amount of loan approval and installment period. Price satisfaction revealed

that sample group gave highest satisfaction on securities assessment fee, interest rate and fire insurance. Service place satisfaction indicated that sample group gave highest satisfaction on cleanliness, sufficient space and convenient. While financial institution atmosphere and sufficient parking are the high level satisfied factor. Marketing promotion revealed that sample group gave highest satisfaction on diverse loan payment channels and promotion. While advertisement/public relation through medias such as radio, television is the high level satisfied factor. Staff service satisfaction showed that sample group gave highest satisfaction on staff who is friendly, polite, humble, sincere and honest as well as their fluent in service delivery and customer service support.

Keywords: Housing loan, Government Bank, Commercial Bank

ที่มาและความสำคัญ

บ้านหรือที่อยู่อาศัย หมายถึง สิ่งปลูกสร้างหรือสถานที่ ที่บุคคลในครอบครัวใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ เพื่อพักอาศัย ซึ่งบ้านยังเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่เป็นความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต ดังนั้นรูปแบบของที่อยู่อาศัยจึงถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานดังกล่าว (Hirsch, 1973)

เนื่องจากบ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีราคาสูง การที่จะเก็บเงินซื้อจึงเป็นเรื่องยาก ดังนั้นสินเชื่อจึงถูกนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อใช้สื่อกลางการแลกเปลี่ยนแทนการใช้เงินสด สินเชื่อมีลักษณะเป็นสัญญาผูกพันที่มีผลต่อเนื่องไปสู่อนาคตที่จะต้องมีการไถ่ถอนหนี้สินโดยการชำระหนี้ตามข้อผูกพันสินเชื่อ ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ ดังนั้นจะเห็นว่าสินเชื่อได้เพิ่มอำนาจซื้อให้แก่บุคคลมากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการขยายการผลิตสินค้าและบริการตามไปด้วย ความสำคัญของสินเชื่อ ในทางสังคมนั้น สินเชื่อ มีผลให้พฤติกรรมการผลิต การบริโภค และการใช้จ่าย ของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ทั้งยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในสังคมได้อีกด้วย (ปิยภา แดงเดช, 2557)

ในปัจจุบันพบว่าอสังหาริมทรัพย์มีราคาเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี การจะเก็บเงินสดเพื่อซื้อบ้านนั้นเป็นไปได้ยากและต้องใช้เวลาอันยาวนาน ดังนั้นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจึงเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการนี้ได้ เนื่องจากไม่ต้องใช้เงินสดจำนวนมากในการซื้ออสังหาริมทรัพย์ เพียงแต่ผู้กู้ต้องไปขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินโดยการขอกู้สินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยนั้นสถาบันการเงินเป็นฝ่ายปล่อยเงินกู้ให้กับผู้กู้หรือผู้ขอสินเชื่อ ผู้กู้จะจดจำนองไว้กับธนาคาร จนกว่าผู้กู้จะชำระคืนเงินกู้จนหมดหลังจากนั้นทางสถาบันการเงินจึงจะปลดจำนองให้กับผู้กู้ (ศุณย์วิจิตร ธนาครกรสิกรไทย, 2561)

จากการแข่งขันในการให้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินที่มีมากขึ้น จะส่งผลดีต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ เพราะมีการจัดรายการส่งเสริมการขายและกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นตลาดสินเชื่อ (ธนาครแห่งประเทศไทย, 2562)

เชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือที่มีอัตราการเจริญเติบโตของเมืองอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีแผนการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ และความหนาแน่นของโครงการที่อยู่อาศัยในจังหวัด โดยโครงการอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวขึ้นจากปี 2558 จนถึงปี 2560 จากนั้นจึงลดลงในปี 2561 โดยในปี 2561 และสถาบันการเงินต่าง ๆ ก็มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อ

ที่อยู่อาศัยอยู่อีกทั้งยังมีการแข่งขันเพื่อให้ได้ลูกค้ามา (ศูนย์ข้อมูลสังหาริมทรัพย์, 2560) ดังนั้น การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเป็นประโยชน์กับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในการให้บริการมากขึ้น ดังนั้นในการศึกษาค้างนี้จะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อทราบถึงปัญหา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในไปปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ซื้อ ขนาดที่ดิน ราคาของที่อยู่อาศัยที่ซื้อ วงเงินกู้ที่ได้รับ ระยะเวลาผ่อนชำระ วิธีการชำระเงิน ดอกเบี้ยเงินกู้ และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลสินเชื่อ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบเติมคำและให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบเติมคำและให้เลือกตอบ (Check list) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เพื่อสอบถามถึงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขายและปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของระดับความพึงพอใจ ไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 5 สอบถามถึงปัญหา ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลักษณะที่อยู่อาศัย ขนาดที่ดิน ราคาของที่อยู่อาศัย วงเงินกู้ที่ได้รับระยะเวลาผ่อนชำระ วิธีการชำระเงิน ดอกเบี้ยเงินกู้ และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลสินเชื่อ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านรายการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ โดยจะนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก แล้วแปลผลของคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.51 - 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.51 - 4.50	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.51 - 3.50	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.51 - 2.50	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00 - 1.50	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้ของแต่ละด้านจะนำมาจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ โดยปัจจัยที่ได้คะแนนมากที่สุด ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุดในบริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินในเขต อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาโดยรวม ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ

ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยแบ่งเป็นธนาคารรัฐวิสาหกิจ 200 ราย และธนาคารพาณิชย์ 200 ราย เนื่องจากระบบการบริหารงานที่แตกต่างกันของธนาคารรัฐวิสาหกิจกับธนาคารพาณิชย์ จึงทำให้นโยบายการดำเนินงาน การบริการ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผลการศึกษานำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 41 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 26 ปี และมีอายุสูงสุด 61 ปี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ลูกค้าส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 30,000 บาท การศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด

2. พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมา คือ ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 20.8 และร้อยละ 17.0 ตามลำดับ ลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยว/ทาวน์เฮาส์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับการอนุมัติมากที่สุดมีขนาดที่ดิน 51 - 80 ตารางวา จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 น้อยที่สุดคือขนาดที่ดิน 111 - 140 ตารางวา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อสูงสุดมีพื้นที่ใช้สอย 20 - 50 ตารางวา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อสูงสุดมีพื้นที่ใช้สอย 20 - 50 ตารางเมตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทอาคารพาณิชย์ที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อสูงสุดมีพื้นที่ใช้สอย

มากกว่า 141 ตารางเมตร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ราคาของที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 2.41 ล้านบาท โดยมีราคาของที่อยู่อาศัยต่ำสุด 0.62 ล้านบาท และมีราคาของที่อยู่อาศัยสูงสุด 8.20 ล้านบาท วงเงินกู้ที่ได้รับมากที่สุด คือ 2,000,001 - 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.5 อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ (เฉลี่ย 3 ปี) เฉลี่ยร้อยละ 4.80 โดยมีอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ (เฉลี่ย 3 ปี) ต่ำสุดร้อยละ 2.09 และมีอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ (เฉลี่ย 3 ปี) สูงสุดร้อยละ 7.70 ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 21 - 25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 วิธีการชำระเงินแบบหักบัญชีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลพนักงานสถาบันการเงินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านสถานที่ให้บริการโดยรวม และด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการโดยรวม และปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการโดยรวมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ แต่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจ สำหรับด้านราคาโดยรวมและด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม พบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกันในด้านการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมและด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม (ตารางที่ 1)

แสดงดังตารางที่ 1 สรุปภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ปัจจัย	ธนาคารรัฐวิสาหกิจ		ธนาคารพาณิชย์		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.70	มากที่สุด	4.91	มากที่สุด	4.84	มากที่สุด
ด้านราคา	4.25	มาก	4.28	มาก	4.27	มาก
ด้านสถานที่ให้บริการ	4.53	มากที่สุด	4.45	มาก	4.48	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	มาก	4.52	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด
ด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ	4.90	มากที่สุด	4.84	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด

4. ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าให้ความพึงพอใจมากที่สุดกับปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.86) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.84) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.51) ส่วนปัจจัยที่ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.27) (ตารางที่ 2)

แสดงตารางที่ 2 สรุปภาพรวมความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

ปัจจัย	ธนาคารรัฐวิสาหกิจ		ธนาคารพาณิชย์		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล	ค่าเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.70	มากที่สุด	4.91	มากที่สุด	4.84	มากที่สุด
ด้านราคาโดยรวม	4.25	มาก	4.28	มาก	4.27	มาก
ด้านสถานที่ให้บริการ	4.53	มากที่สุด	4.45	มาก	4.48	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	มาก	4.52	มากที่สุด	4.51	มากที่สุด
ด้านการให้บริการของพนักงานผู้ให้บริการ	4.90	มากที่สุด	4.84	มากที่สุด	4.86	มากที่สุด

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของสถาบันการเงินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะที่พบจากการศึกษา ดังนี้

1. จากการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการให้บริการของพนักงานมากที่สุด โดยเฉพาะประเด็นพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ สุภาพ อ่อนน้อม ดังนั้นสถาบันการเงินต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ทางด้านการแนะนำบริการสินเชื่อ และให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยพนักงานจะต้องมีความสุภาพอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เนื่องจากปัจจุบันแต่ละสถาบันมีการแข่งขันสูง ซึ่งการแข่งขันกันเรื่องอัตราดอกเบี้ยเพียงอย่างเดียวจะไม่เพียงพอ เพราะผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับเรื่องการให้บริการของพนักงาน

2. จากการศึกษพบว่าในปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการ สถานที่นั่งเพียงพอต่อการให้บริการ และเดินทางสะดวก ดังนั้นสถาบันการเงินควรให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของสถานที่ และการจัดที่นั่งให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ สำหรับเรื่องการเดินทางและสถานที่จอดรถเป็นปัญหาที่สถาบันการเงินควรควบคุมได้ยาก และหากจะเพิ่มที่จอดรถก็อาจใช้เงินลงทุนสูง ดังนั้นทางสถาบันการเงินควรเพิ่มรูปแบบการให้บริการ โดยการให้บริการนอกสถานที่ เช่น การให้พนักงานเดินทางไปให้คำปรึกษาหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจ อีกทั้ง เพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต

3. จากการศึกษพบว่าที่อยู่อาศัยที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อมากที่สุด คือบ้านเดี่ยว และวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติมากที่สุด คือ 2,000,000 บาท - 3,000,000 บาท ดังนั้นสำหรับโครงการอสังหาริมทรัพย์ควรจะมีการสร้างโครงการบ้านเดี่ยวในราคาไม่เกินสามล้านบาท ซึ่งอาจจะทำให้ยอดขายของโครงการเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เท่านั้น ซึ่งหากต้องการทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคควรทำการศึกษาโดยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทั้งจังหวัดเชียงใหม่เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่เป็นข้อมูลเชิงลึก ควรศึกษาควบคู่กับข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของแต่ละสถาบันการเงิน หรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อที่จะนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ของสถาบันการเงิน และโครงการอสังหาริมทรัพย์ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). **ดัชนีราคาที่อยู่อาศัยและดัชนีราคาที่ดิน**. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563 จาก https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=680&language=th
- ปิยภา แต่งเดช. (2557). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2561. จาก <https://aya55ake.wordpress.com/2014/11/19/37//>
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2560). **สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2561 จาก <https://baania.com/th/article/สถานการณ์และแนวโน้มตลาดอสังหาฯ ในเชียงใหม่ปี 2560/>
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. (2561). **สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การกู้**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2561 จาก <http://prop2morrow.com/2018/02/14/>
- Hirsch. (1973). **ความหมายและองค์ประกอบของลักษณะที่อยู่อาศัย**. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2561 จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=258&read=true&count=true

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

Consumer Behavior of Fresh Coffee in Sansai District, Chiang Mai Province

พรศักดิ์ โพธิ์อุโมงค์¹
Pornsak Potiumong¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าสถิติ Chi-square ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบกาแฟเอสเปรสโซมากที่สุด โดยซื้อกาแฟสดบริโภค เพื่อให้ร่างกายตื่นตัว ลดอาการง่วงนอน ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดมากที่สุด คือ รสชาติดี และราคาที่ไม่แพง ส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดบริโภคโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง/วัน กระจายไปในช่วงเช้าและช่วงเที่ยงไปจนถึงช่วงบ่าย โดยซื้อในราคาระหว่าง 41 - 60 บาท/แก้ว ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟสดรายหัวระดับพื้นที่หรือในบางจังหวัด โดยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค, กาแฟสด

ABSTRACT

This study investigates fresh coffee consumption behavior and the relationship between personal factors and coffee consumption behaviors. The classification in the study was conducted according to the personal factors while the data collection was carried out by the use of questionnaires, the tools that had surveyed 400 samples, selected from all fresh coffee consumers in Sansai District, Chiang Mai Province. Additionally, the data analysis was performed by the use

¹ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Faculty of Economics, Maejo University, Chiang Mai

¹ Email: Pornsak@mju.ac.th

of a ready-made statistical program IBM SPSS Statistics 25 in order to calculate the frequency, percentage including the following statistical values: Chi-square.

Results of the study found that: The most popular type of coffee is Espresso. The major purposes of fresh coffee consumption are; to stay awake. The factors that influence the decision to buy fresh coffee are coffee taste (good) and prices (low). Most of the fresh coffee are purchased and consumed on the average of 1 time per day, spread out in the morning and noon to the afternoon with the prices between 41 - 60 baht per cup. Most of the fresh coffee are purchased from local branded coffee shops. The marketing mix that consumers value the most is the marketing promotion factor. As for the relationship between personal factors and fresh coffee consuming behaviors, it is found that coffee consumption behaviors are related to the aspects of personal factor namely age, status, education, occupation and income per month. Product factor, price factor, distribution factors and promotion factors were statistically significant correlation with fresh coffee consumption behavior.

Keywords: Organization Engagement, Hostels, Small Hotels, Hotel Staff, Chiang Mai

ที่มาและความสำคัญ

กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่นิยมไปทั่วโลก เนื่องจากกลิ่นที่มีเอกลักษณ์และรสชาติที่อร่อย กลมกล่อม โดยในประเทศไทยกาแฟได้ถูกนำเข้ามาครั้งแรกประมาณปี พ.ศ. 2477 ในปัจจุบัน พบว่า มีการบริโภคมากกว่า 120,000 ตันต่อปี ซึ่งจากแนวโน้มการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการคาดการณ์ว่า คนไทยจะมีแนวโน้มในการบริโภคกาแฟมากขึ้น 3 เท่าตัว ซึ่งสอดคล้องกับการบริโภคกาแฟของคนไทยโดยเฉลี่ยคิดเป็น 0.5 - 1 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยตลาดร้านกาแฟในไทยมีมูลค่ารวม 17,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นร้านกาแฟทั่วไป 9,000 ล้านบาท และร้านกาแฟพรีเมียม 8,000 ล้านบาท (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2561)

กาแฟสด ได้จากการนำเอาเมล็ดกาแฟมาผ่านกระบวนการคั่วด้วยความร้อน จะทำให้เกิดสีน้ำตาลไหม้ แล้วจึงนำมาบดให้ละเอียด ชงด้วยน้ำร้อนจะได้เครื่องดื่มกาแฟสดที่มีกลิ่น และรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากให้ความนิยมเครื่องดื่มชนิดนี้เป็นอย่างมากในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟสดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากกระแสความนิยมในการบริโภคกาแฟสดที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจร้านกาแฟสดที่รุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการร้านกาแฟสดจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความหลากหลาย และจะต้องให้ความสำคัญในส่วนของกรรมวิธีชงกาแฟสด เพื่อให้ได้มาตรฐานมากขึ้น เป็นการสร้างการรับรู้ที่ดีต่อตราสินค้า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ธุรกิจกาแฟเป็นธุรกิจที่มีโอกาสที่จะขยายตัวได้อย่างมาก แต่เมื่อมีโอกาสเติบโตสูงก็ย่อมมีคู่แข่งจำนวนมากเช่นกัน ทำให้การแข่งขันในธุรกิจสูง สำหรับอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่เป็นอำเภอที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสถานที่ราชการสำคัญ เช่น โรงพยาบาลสันทราย เทศบาลเมืองแม่โจ้ ตลอดจนหน่วยงานอื่น ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ มาตรฐาน คุณภาพของ

สินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจให้ตรงกับความต้องการผู้บริโภคและเป็นแนวทางดำเนินกิจการแก่ผู้สนใจธุรกิจร้านกาแฟสดที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับร้านกาแฟสดทั้งในพื้นที่ดังกล่าวและพื้นที่ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกันให้มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ประชาชนผู้บริโภคกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran, W.G. (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง แต่การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิดและปลายเปิด โดยการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสด ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

4. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้บริโภคที่ซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยก่อนเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แล้วจึงทำการรวบรวมแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติคำนวณหาค่าสถิติ เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

- 5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ และข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

- 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด ใช้สถิติ

เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) เพื่อนำมาแปลผลระดับความคิดเห็นตามระดับคะแนนเฉลี่ยที่กำหนด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดน้อยที่สุด

5.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ค่าสถิติ Chi Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยกำหนดให้ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้) และปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย) ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยในการศึกษาครั้งนี้เลือกใช้ ความถี่ในการซื้อกาแฟสดของผู้บริโภคเป็นตัวแทนพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟสดของผู้บริโภค

ผลการศึกษา

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย เพศชาย ร้อยละ 48.25 เพศหญิง ร้อยละ 49.50 และเพศทางเลือก ร้อยละ 2.25 ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 34.50 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.25 เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 58.00 ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.75 และมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท/เดือน ร้อยละ 36.50 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่ในการซื้อกาแฟสด							รวม
	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน	1 ครั้ง/ เดือน	2 - 3 ครั้ง/ เดือน	4 ครั้ง/ เดือน	2 - 3 ครั้ง/ สัปดาห์	1 ครั้ง/ วัน	2 ครั้ง/ วัน	
สถานภาพ								
โสด	11 (73.34)	4 (40.00)	43 (56.58)	8 (47.06)	40 (46.51)	75 (39.06)	1 (0.25)	182 (45.50)
สมรส	2 (13.33)	4 (40.00)	32 (42.11)	8 (47.06)	42 (48.84)	114 (59.38)	3 (0.75)	105 (51.25)
อื่น ๆ	2 (13.33)	2 (20.00)	1 (1.31)	1 (5.88)	4 (4.65)	3 (1.56)	- (0.00)	13 (3.25)
การศึกษา								
ไม่ได้ศึกษา	- (0.00)	- (0.00)	- (0.00)	- (0.00)	2 (2.33)	2 (1.04)	- (0.00)	4 (1.00)
ประถมศึกษา	3 (20.00)	5 (50.00)	2 (2.63)	1 (5.88)	3 (3.49)	3 (1.56)	- (0.00)	17 (4.25)
มัธยมต้น	1 (6.67)	- (0.00)	8 (10.53)	2 (11.76)	10 (11.63)	14 (7.29)	1 (25.00)	36 (9.00)
มัธยมปลาย	1 (6.67)	1 (10.00)	3 (3.95)	2 (11.76)	3 (3.49)	7 (3.65)	1 (25.00)	18 (4.50)
อนุปริญญา	- (0.00)	- (0.00)	10 (13.16)	3 (17.65)	10 (11.63)	16 (8.33)	1 (25.00)	40 (10.00)
ปริญญาตรี	10 (66.66)	4 (40.00)	40 (52.63)	7 (71.19)	51 (59.29)	119 (61.98)	1 (25.00)	232 (58.00)
สูงกว่า ป.ตรี	- (0.00)	- (0.00)	13 (17.10)	2 (11.76)	7 (8.14)	31 (16.15)	- (0.00)	53 (13.25)
อาชีพ								
รับราชการ	3 (20.00)	3 (30.00)	15 (19.74)	1 (5.88)	27 (31.40)	69 (35.94)	1 (25.00)	119 (29.75)
พนักงานเอกชน	1 (6.67)	- (0.00)	17 (22.37)	5 (29.41)	21 (24.42)	60 (31.25)	- (0.00)	104 (26.00)
ค้าขาย	- (0.00)	2 (20.00)	14 (18.42)	4 (23.54)	19 (22.09)	32 (16.66)	2 (50.00)	73 (18.25)
นักศึกษา	7 (46.67)	1 (10.00)	11 (14.47)	3 (17.65)	8 (9.30)	11 (5.73)	1 (25.00)	42 (10.50)
เกษตรกรรวม	2 (13.33)	2 (20.00)	5 (6.58)	2 (11.76)	8 (9.30)	11 (5.73)	- (0.00)	30 (7.50)

ลักษณะประชากรศาสตร์	ความถี่ในการซื้อกาแฟสด							รวม
	น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน	1 ครั้ง/ เดือน	2 - 3 ครั้ง/ เดือน	4 ครั้ง/ เดือน	2 - 3 ครั้ง/ สัปดาห์	1 ครั้ง/ วัน	2 ครั้ง/ วัน	
รับจ้าง	2 (13.33)	1 (10.00)	9 (11.84)	2 (11.76)	2 (2.33)	6 (3.13)	- (0.00)	22 (5.50)
อื่น ๆ	- (0.00)	1 (10.00)	5 (6.58)	- (0.00)	1 (1.16)	3 (1.56)	- (0.00)	10 (2.50)
ระดับรายได้								
ไม่เกิน 5,000 บาท /เดือน	- (0.00)	1 (10.00)	4 (5.26)	- (0.00)	- (0.00)	1 (0.52)	- (0.00)	6 (1.50)
5,001 - 10,000 บาท /เดือน	12 (80.00)	4 (40.00)	22 (28.95)	5 (29.41)	17 (19.77)	20 (10.42)	2 (50.00)	82 (20.50)
10,001 - 15,000 บาท /เดือน	1 (6.67)	1 (10.00)	16 (21.05)	7 (41.18)	18 (20.93)	26 (13.54)	- (0.00)	69 (17.25)
15,001 - 20,000 บาท /เดือน	2 (13.33)	4 (40.00)	28 (36.84)	3 (17.65)	29 (33.72)	80 (41.67)	- (0.00)	146 (36.50)
20,001 - 25,000 บาท /เดือน	- (0.00)	- (0.00)	3 (3.95)	1 (5.88)	7 (8.14)	26 (13.54)	- (0.00)	37 (9.25)
25,001 - 30,000 บาท /เดือน	- (0.00)	- (0.00)	2 (2.63)	1 (5.88)	9 (10.47)	32 (16.66)	- (0.00)	44 (11.00)
มากกว่า 30,000 บาท /เดือน	- (0.00)	- (0.00)	1 (1.32)	- (0.00)	6 (6.97)	7 (3.65)	2 (50.00)	16 (4.00)

2. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

จากการสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสด พบว่า ส่วนใหญ่ชื่นชอบกาแฟเอสเปรสโซ่มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กาแฟคาปูชิโน กาแฟลาเต้ กาแฟมอคค่า และกาแฟอเมริกาโน่ ตามลำดับ โดยซื้อกาแฟสดบริโภค เพื่อให้ร่างกายตื่นตัว ลดอาการง่วงนอน ชื่นชอบในรสชาติความเค็มขื่น ตีมตามค่านิยมของสังคม ต้องการใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบ/พักผ่อน ต้องการใช้บริการจากร้านกาแฟ เช่น Wifi และมีโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แกรม 1 ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดมากที่สุด คือ รสชาติดี และราคาที่ไม่แพง ส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดบริโภคโดยเฉลี่ย 1 ครั้ง/วัน กระจายไปในช่วงเช้า (06.00 น. - 08.59 น.) และช่วงเที่ยงไปจนถึงช่วงบ่าย (12.00 น. - 15.59 น.) โดยซื้อในราคาระหว่าง 41 - 60 บาท/แก้ว ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟสดรายี่ห้อระดับพื้นที่ หรือในบางจังหวัด รองลงมาได้แก่ ร้านกาแฟสดรายี่ห้อระดับนานาชาติร้านกาแฟสดทั่วไปในชุมชน และร้านกาแฟสดรายี่ห้อในประเทศ ตามลำดับ โดยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 2

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ (n=400)

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชนิดกาแฟที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด		
เอสเปรสโซ	199	49.75
คาปูชิโน่	85	21.25
ลาเต้	50	12.50
มอคค่า	37	9.25
อเมริกาโน่	29	7.25
เหตุผลที่ซื้อกาแฟสดบริโภค*		
ให้ร่างกายตื่นตัว ลดอาการง่วงนอน	369	92.25
ชื่นชอบในรสชาติ	343	85.75
ความเคยชิน	247	61.75
ดื่มตามค่านิยมของสังคม	233	58.25
ต้องการใช้ร้านกาแฟเป็นสถานที่นัดพบ/พักผ่อน	190	47.50
ต้องการใช้บริการจากร้านกาแฟ เช่น Wifi	107	26.75
มีโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1	100	25.00
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด*		
รสชาติดี	353	88.25
ราคาไม่แพง	340	85.00
ร้านกาแฟตกแต่งสวยงามน่านั่ง	263	65.75
พนักงานบริการดี สุภาพ	254	63.50
ยี่ห้อ/แบรนด์มีชื่อเสียง	169	42.25
มีโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1	160	40.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสด		
ไม่เกิน 30 บาท/แก้ว	19	4.75
31 - 40 บาท/แก้ว	39	9.75
41 - 50 บาท/แก้ว	84	21.00
51 - 60 บาท/แก้ว	232	58.00
61 - 70 บาท/แก้ว	20	5.00
มากกว่า 70 บาท/แก้ว	6	1.50
ช่วงเวลาในการซื้อกาแฟสด*		
ช่วงเช้า (06.00 - 08.59น.)	227	56.75
ช่วงสาย (09.00 - 11.59น.)	70	17.50
ช่วงเที่ยง (12.00 - 12.59น.)	234	58.50
ช่วงบ่าย (13.00 - 15.59น.)	166	41.50
ช่วงเย็น (16.00 - 18.59น.)	17	4.25

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทของร้านที่ผู้บริโภคซื้อกาแฟสด*		
ร้านกาแฟสดตรयीห่อระดับนานาชาติ	295	73.75
ร้านกาแฟสดตรयीห่อในประเทศ	270	67.50
ร้านกาแฟสดตรयीห่อระดับพื้นที่หรือในบางจังหวัด	313	78.50
ร้านกาแฟสดทั่วไปในชุมชน	292	73.00

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

3. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จากการสอบถามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (4.73 คะแนน) และปัจจัยด้านราคา (4.58 คะแนน) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.50 คะแนน) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.27 คะแนน) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสดในระดับมากตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด (n=400)

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย คะแนน	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.50	0.46	มากที่สุด
1. รสชาติของกาแฟและความคงที่ของรสชาติ	4.70	0.57	มากที่สุด
2. การให้บริการของพนักงานภายในร้าน	4.66	0.57	มากที่สุด
3. แก้วกาแฟ/บรรจุภัณฑ์มีคุณภาพ สะอาด สวย	4.48	0.65	มาก
4. ตรयीห่อของร้านกาแฟสด	4.46	0.76	มาก
5. ความหลากหลายของประเภทกาแฟและอื่น ๆ	4.42	0.73	มาก
6. กลิ่นของกาแฟสด	4.40	0.70	มาก
7. คุณภาพของเมล็ดกาแฟที่นำมาใช้	4.40	0.70	มาก
ปัจจัยด้านราคา	4.58	0.47	มากที่สุด
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.74	0.52	มากที่สุด
2. มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน	4.74	0.54	มากที่สุด
3. มีให้เลือกซื้อหลายราคาตามชนิดของกาแฟสด	4.49	0.63	มาก
4. มีให้เลือกซื้อหลายราคาตามประเภทของแก้ว	4.49	0.66	มาก
5. มีให้เลือกซื้อหลายราคาตามขนาดของแก้ว	4.47	0.65	มาก

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย คะแนน	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปล ความหมาย
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27	0.46	มาก
1. ร้านกาแฟตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้สะดวก	4.77	0.46	มากที่สุด
2. ร้านกาแฟมีที่จอดรถสำหรับลูกค้า	4.63	0.63	มากที่สุด
3. ร้านกาแฟมีหลายสาขา	4.53	0.70	มากที่สุด
4. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (Delivery)	4.03	0.77	มาก
5. มีบริการซื้อกลับบ้านโดยไม่ต้องลงจากรถ	4.00	0.76	มาก
6. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย	3.66	0.85	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.73	0.56	มากที่สุด
1. กิจกรรมโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1	4.77	0.59	มากที่สุด
2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	4.75	0.60	มากที่สุด
3. กิจกรรมการลดราคาสินค้า	4.73	0.64	มากที่สุด
4. การสะสมคะแนนการซื้อเพื่อแลกสิทธิพิเศษ	4.73	0.63	มากที่สุด
5. มีคู่มือส่วนลดหรือแลกสินค้า	4.72	0.63	มากที่สุด
6. การแจกของแถม	4.70	0.67	มากที่สุด

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในตารางที่ 4 พบว่า ค่าสถิติทดสอบของอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ส่วนเพศ มีค่า p-value เท่ากับ 0.58 ซึ่งมากกว่า 0.10 ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธ H_0 ได้ นั่นคือ เพศกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในตารางที่ 5 พบว่า ค่าสถิติทดสอบของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า p-value น้อยกว่า 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ตารางที่ 4

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด

Chi-Square Tests	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
เพศ			
Pearson Chi-Square	10.458	12	0.576
Likelihood Ratio	9.448	12	0.664
Linear-by-Linear Association	0.000	1	0.993
อายุ			
Pearson Chi-Square	66.406	30	0.000
Likelihood Ratio	62.450	30	0.000
Linear-by-Linear Association	4.708	1	0.030
สถานภาพ			
Pearson Chi-Square	32.476	12	0.001
Likelihood Ratio	27.670	12	0.006
Linear-by-Linear Association	4.408	1	0.036
การศึกษา			
Pearson Chi-Square	92.539	36	0.000
Likelihood Ratio	60.804	36	0.006
Linear-by-Linear Association	7.900	1	0.005
อาชีพ			
Pearson Chi-Square	66.007	30	0.000
Likelihood Ratio	64.503	30	0.000
Linear-by-Linear Association	29.430	1	0.000
รายได้			
Pearson Chi-Square	124.126	36	0.000
Likelihood Ratio	107.176	36	0.000
Linear-by-Linear Association	56.330	1	0.000

ตารางที่ 5

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด

Chi-Square Tests	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
Pearson Chi-Square	101.403	12	0.000
Likelihood Ratio	46.414	12	0.000
Linear-by-Linear Association	11.849	1	0.001

ปัจจัยด้านราคา			
Pearson Chi-Square	37.520	12	0.000
Likelihood Ratio	25.320	12	0.013
Linear-by-Linear Association	20.528	1	0.000
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
Pearson Chi-Square	50.657	18	0.000
Likelihood Ratio	38.664	18	0.003
Linear-by-Linear Association	1.012	1	0.314
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
Pearson Chi-Square	77.183	18	0.000
Likelihood Ratio	64.571	18	0.000
Linear-by-Linear Association	11.956	1	0.001

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดบริโภค เนื่องจาก เพื่อให้ร่างกายตื่นตัว ลดอาการง่วงนอน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดารารัตน์ รักเถาว์ และคณะ (2561) อภิราม คำสาด และสาธิต อติโต (2559) เหมหงส์ อ่อนชื่นจิตร และคณะ (2559) และกานต์ชนิตา โชค่างพลู (2558) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลในการบริโภคกาแฟสด เนื่องจาก แก้ง่วง และเพิ่มความสดชื่นกระปรี้กระเปร่า โดยส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดบริโภคเฉลี่ย 1 ครั้ง/วัน กระจายในช่วงเช้า และช่วงเที่ยง ไปจนถึงช่วงบ่าย (06.00 - 08.59น. และ 12.00 - 15.59น.) ในราคาระหว่าง 41 - 60 บาท/แก้ว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดารารัตน์ รักเถาว์ และคณะ (2561) อภิราม คำสาด และสาธิต อติโต (2559) เหมหงส์ อ่อนชื่นจิตร และคณะ (2559) กานต์ชนิตา โชค่างพลู (2558) และวิมลรัตน์ เฟื่องหอม (2557) ซึ่งพบว่าผู้บริโภคนิยมดื่มกาแฟวันละ 1 แก้ว ซื้อในช่วงเวลา 10.00 - 14.59น. และมีค่าใช้จ่าย 41 - 60 บาท/ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อกาแฟสดจากร้านกาแฟสดรายี่ห้อระดับพื้นที่ หรือในบางจังหวัด และร้านกาแฟสดรายี่ห้อระดับนานาชาติ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด

ผลการศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสดในส่วนแรก ซึ่งร้านกาแฟสดรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปที่เกิดจากการส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดกิจกรรม การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในส่วนนี้มีความแตกต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ที่ทำการศึกษา เช่น การศึกษาของ สุภาพรณ พงษ์ขวนกิจ (2556) และกานดา เสือจำศีล (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อกาแฟสดในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการจราจรคับคั่ง ทำให้การเดินทางไปใช้บริการร้านกาแฟที่เข้าถึงลำบากทำได้ยาก จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านช่องทางการ

จัดจำหน่ายมากที่สุด เป็นต้น

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด โดยกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 21 - 60 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยนักศึกษาและวัยทำงาน มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดมากกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสเป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพโสด และอื่น ๆ เช่น หม้าย หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ กลุ่มอาชีพรับราชการ และพนักงานเอกชน ซึ่งเป็นอาชีพที่มีลักษณะการทำงานเป็นช่วงเวลาที่แน่นอน เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ และกลุ่มที่มีรายได้สูงเป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการบริโภคกาแฟสดมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler & Keller (2014) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค และสอดคล้องกับผลการศึกษาของดาร์รัตน์ รักเถาว์ และคณะ (2561) กานต์ชนิตา โชคังพลู (2558) และจิตติยาภรณ์ จิตราภิรมย์ และนิตยห์ทัย วลีวงศ์ สุขคร (2558) ซึ่งพบว่า คุณลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านวัฒนธรรม และด้านสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เลือกร้านจำหน่าย เลือกร้าน และเลือกระยะเวลา ส่วนผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (2000) ที่กล่าวว่า ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (4P's) จะเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 60 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยนักศึกษาและวัยทำงานที่ใช้บริการร้านกาแฟในช่วงเช้า และช่วงเที่ยงไปจนถึงช่วงบ่าย ดังนั้นในช่วงเวลาดังกล่าวจึงควรมีพนักงานประจำร้านคอยต้อนรับลูกค้าชงกาแฟ และจัดเตรียมสถานที่ (รวมถึงจัดส่งสินค้า หากมีบริการจัดส่งสินค้า) มากกว่าในช่วงเวลาอื่น เพื่อให้เพียงพอสำหรับรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
2. ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติของกาแฟและความคงที่ของรสชาติ และการให้บริการของพนักงานภายในร้านมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการพัฒนาปรับปรุงสูตรกาแฟให้มีรสชาติที่ดี มีมาตรฐานและคุณภาพเดียวกันทุกแก้ว นอกจากนี้ควรมีการอบรมพนักงานภายในร้านให้มีจิตบริการ สามารถตอบคำถาม พุดคุย หรือแนะนำเกี่ยวกับสินค้าและบริการของร้านได้อย่างถูกต้อง ด้วยความเป็นมิตร สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส
3. ในด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาของสินค้าที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และการติดป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจนมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ ไม่แพงมากจนเกินพอดี และควรมีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย ไม่ซับซ้อน
4. ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งร้านอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้สะดวก มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า และร้านมีหลายสาขามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการที่กำลังจะเริ่มธุรกิจร้านกาแฟสดหรือ

ต้องการขยายสาขาของร้านจึงควรมองหาสถานที่สร้างร้านค้าในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย เส้นทางไม่ยากลำบาก หรือ ชับซ้อนจนเกินไป และมีพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการของร้านได้อย่างสะดวก

5. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมโปรโมชัน ชื่อ 1 แกรม 1 การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และการลด แลก แจก แถม ทุกรูปแบบ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรวางแผนและเลือกใช้กลยุทธ์การจัดการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อกระตุ้นยอดขายกาแฟสดของร้านให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราয়ี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟผ่านช่องทางที่ผู้บริโภคในปัจจุบันเลือกใช้ เช่น ช่องทางออนไลน์ หรือ Social media ต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้การดำเนินการติดต่อขอซื้อแฟรนไชส์ธุรกิจร้านกาแฟสดตราয়ี่ห้อที่มีชื่อเสียงก็เป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการที่กำลังจะเริ่มธุรกิจร้านกาแฟสด

เอกสารอ้างอิง

- กานดา เสือจำศีล. (2555). **พฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดเมซอนของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี.** (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กานต์ชนิตา โชค่างพลู. (2558). **พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษามหาวิทยาลัยสยาม.** (การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). **คนไทยเสพติดกาแฟต้นตลาด 'หมิ่นล้าน'.** สืบค้น 28 มิถุนายน 2561, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail>
- ฐิติยาภรณ์ จิตราภิรมย์ และ นิตย์ หทัยสวิงศ์ สุขศร. (2558). **พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้ บริการร้านกาแฟสดในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 2.** 1, 115-131.
- ดารารัตน์ รักเถาว์ และคณะ. (2561). **พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดในเขตอำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 11,** 3(3), 329-3, 352.
- วิมลรัตน์ เฟื่องหอม. (2557). **ส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี ปีที่ 6,** 3, 87-93.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). **หลักการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ไทมอน อิน บิสสิเนต เวอร์ล.
- สุภาพรพรรณ พงกษาวนกิจ. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านแมคโดนัลด์ 24 ชั่วโมงในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เหมหงส์ อ่อนชื่อจิตร และคณะ. (2559). **พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ปีที่ 3,** 2, 301-308.
- อภิราม คำสาด และ สาธิต อติโต. (2559). **พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่ 9,** 2, 253-265.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561). **ภาครัฐจับมือเอกชนพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟไทย ผลักดันพืชเศรษฐกิจตัวใหม่.** สืบค้น 28 พฤศจิกายน 2561, จาก [https:// mgronline.com/smes/detail](https://mgronline.com/smes/detail)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Kotler, P. & Keller, K. (2014). **Marketing Management**. 15th Edition. New Jearsey: Pearson Prentice Hall.

Philip Kotler. (2000). **Marketing management. The millennium edition**. New Jersey : Prentice Hall.

หลักเกณฑ์การเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร “วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้”

ข้อกำหนดและการพิจารณาผลงานวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร

1. เป็นบทความด้านเศรษฐศาสตร์การพัฒนา ด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง ด้านเศรษฐศาสตร์เกษตร ด้านเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐศาสตร์การเงิน ด้านเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ด้านเศรษฐมิติ ด้านเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ด้านเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ด้านเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาสังคมและชุมชน และด้านการจัดการ (การบริหารและการจัดการ)
2. เป็นบทความภาษาไทยหรือบทความภาษาอังกฤษ ในกรณีเป็นบทความภาษาอังกฤษต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา ก่อนส่งบทความมายังกองบรรณาธิการ
3. ผลงานวิชาการที่รับพิมพ์ในวารสารนี้ต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน ยกเว้นเป็นผลงานที่ได้นำเสนอในการประชุมทางวิชาการแบบไม่มีเรื่องเต็ม (Proceedings)
4. หากเป็นงานแปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศ ต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์
5. ผลงานวิชาการจะต้องผ่านการประเมินคุณภาพทางวิชาการจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจำนวนอย่างน้อย 2 ท่าน (Double-blind peer review)
6. ผลงานวิชาการที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์สามารถเขียนเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ แต่ผลงานดังกล่าวต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
7. กรณีที่ผู้ส่งผลงานวิชาการไม่สามารถปรับหรือแก้ไขตามผลการประเมินจากผู้ประเมินบทความให้แล้วเสร็จในเวลาที่กำหนด กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์พิจารณายกเลิกกระบวนการเพื่อการตีพิมพ์

รูปแบบและหลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับ

กองบรรณาธิการได้กำหนดรูปแบบและหลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับไว้ให้ผู้เขียนยึดเป็นแนวทางในการจัดทำและส่งต้นฉบับสำหรับการตีพิมพ์ในวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

1. การเตรียมต้นฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 **ขนาดของต้นฉบับ** พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษสันขนาดเอ 4 โดยเว้นระยะห่างระหว่างขอบกระดาษด้านบนและซ้ายมือ 3.5 เซนติเมตร ด้านล่างและขวามือ 2.5 เซนติเมตร

1.2 **รูปแบบอักษรและการจัดวางตำแหน่ง** ใช้รูปแบบอักษร TH SarabunPSK ทั้งภาษาไทย-ภาษาอังกฤษพิมพ์ ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด โดยมีขนาด ชนิดของตัวอักษร และการจัดวางตำแหน่งดังนี้

1.2.1 **ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)** ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.2 **ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)** ขนาด 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.2.3 **ชื่อผู้เขียน** ขนาด 14 ชนิดตัวหนา ชิดขวาใต้ชื่อเรื่อง (ใส่เลขเชิงบรรณการท้ายชื่อ)

1.2.4 **รายละเอียดในส่วนเชิงบรรณการ (ท้ายกระดาษ)** ประกอบด้วย ตำแหน่งทางวิชาการหน่วยงานต้นสังกัด และ E-mail ของผู้เขียน ขนาด 12 ชนิดตัวธรรมดา

1.2.5 หัวข้อของบทคัดย่อไทย/อังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวหนาตำแหน่งขีดขอบกระดาษด้านซ้าย บรรทัดใต้ชื่อผู้เขียน

1.2.6 เนื้อหาบทคัดย่อไทย/อังกฤษ ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ บรรทัดแรก เว้น 1 แทบ (Tab) จากขอบกระดาษด้านซ้าย และพิมพ์ให้ขีดขอบทั้งสองด้าน ความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ หรือ 15 บรรทัด กรณีบทคัดย่อของบทความวิจัย เนื้อหาควรประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ (Objective) ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology) ผลการศึกษา (Results) บทสรุปและหรืออภิปราย (Conclusion and Discussion) โดยให้ลำดับ บทคัดย่อภาษาไทยก่อนบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (Abstract) ต้องมีเนื้อหาตรงกัน ใช้อักษรตัวตรง และใช้ตัวเอนเฉพาะศัพท์วิทยาศาสตร์

1.2.7 หัวข้อเรื่อง ขนาด 14 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งขีดขอบกระดาษด้านซ้าย

1.2.8 หัวข้อย่อ ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลขหน้าหัวข้อย่อ โดยเรียงตามลำดับ หมายเลขตำแหน่งเว้น 1 แทบ (Tab) จากขอบกระดาษด้านซ้าย

1.2.9 เนื้อหา ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และพิมพ์ให้ขีดขอบทั้งสองด้าน

1.2.10 เลขหน้า ขนาด 14 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งขีดขอบกระดาษด้านขวาล่าง

1.2.11 ภาพประกอบ ตาราง และแผนภูมิ ควรมีตามความเหมาะสม โดยแทรกในเนื้อหาและอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.3 จำนวนหน้าต้นฉบับ ควรมีความยาวระหว่าง 10 - 15 หน้ารวมบทคัดย่อและเอกสารอ้างอิง

2. หัวข้อและเนื้อหาของบทความ

ผู้เขียนต้องกำหนดประเภทของบทความให้ชัดเจนว่าเป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัย ดังรายละเอียดและองค์ประกอบของบทความแต่ละประเภท ดังนี้

2.1 บทความวิชาการ

บทความวิชาการ คือ งานเขียนทางวิชาการซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้มีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุนจนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่าง ๆ มาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย

2.2 บทความวิจัย

บทความวิจัย คือ ผลงานทางวิชาการที่เป็นงานศึกษาหรืองานค้นคว้าอย่างมีระบบด้วยวิธีวิทยาการวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชานั้น ๆ และมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล คำตอบ หรือข้อสรุปรวมที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือเอื้อต่อการนำวิชาการนั้นไปประยุกต์

บทความควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบที่แตกต่างได้)

- **บทนำ** (Introduction) ที่ครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัยพร้อมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ

- ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

- วิธีกรวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน

- ผลการศึกษา (Research Finding)
- สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Conclusion/Discussion/Suggestion)

รูปแบบการเขียนรายการอ้างอิง

ให้ใช้การอ้างอิงแบบนาม-ปี (the author-date method of in-text citation) โดยระบุ ชื่อ-สกุล ผู้แต่ง ไว้ในเนื้อหาตามด้วยปีที่พิมพ์ และตามด้วยเลขหน้าของเอกสารที่อ้างถึง สำหรับผู้แต่งที่เป็นชาวต่างชาติให้ใส่เฉพาะนามสกุลเท่านั้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ผู้แต่งคนเดียว	
รูปแบบ	(ชื่อ สกุล, ปีที่พิมพ์: เลขหน้า)
คนไทย	(วิทยา สุตบวร, 2548: 47)
ชาวต่างชาติ	(Easier, 2003: 25)
รูปแบบ	(ชื่อ สกุล, ปีพิมพ์)
คนไทย	(วิทยา สุตบวร, 2548)
ชาวต่างชาติ	(Easier, 2003)
คนไทย	จากการสำรวจข้อมูลโดย ธีรพร มุกอุมลาค (2548 :) พบว่า...Nagle (1994)
ชาวต่างชาติ	ได้เสนอวิธีการ....
ผู้แต่ง 2 คน	
คนไทย	(ไพบูลย์เกียรติโกมลและณัฐพันธ์ เขจรนันท์, 2551)
ชาวต่างชาติ	(Laudon and Parker, 1994: 2)
ผู้แต่ง 3 คน	
คนไทย	(วิศาล สุขกระสานติ, บุญเจริญ ศิริเนาวกุล, และสมยศ นาวิการ, 2535 : 102)
ชาวต่างชาติ	(Davis ,Clemson, and Weber, 2001)
ผู้แต่งมากกว่า 3 คน	
คนไทย	(ประสงค์ ปราณีตพลกรัง และคณะ, 2543 : 12)
ชาวต่างชาติ	(Lucas et al., 2001 : 56) หรือ (Lucas and others, 2001 : 56) **หมายเหตุ ผู้แต่งมากกว่า 3 คน เมื่อเขียนบรรณานุกรมให้ใช้ตามหลักการ บรรณานุกรม APA 6th edition (2010)

อ้างอิงออนไลน์

<p>* ใช้หลักการเดียวกับสิ่งพิมพ์ โดยไม่ต้องระบุเลขหน้า และไม่ลงรายการด้วยลิงค์ www.</p>	<p>หากไม่มีชื่อผู้รับผิดชอบให้ลงรายการด้วยชื่อหัวข้อที่ปรากฏในเว็บเพจ เช่น (ข่าวไทยพวน, 2561)</p> <p>หากเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของหน่วยงานหรือสถาบันของรัฐ สามารถลงรายการด้วยชื่อองค์กรหรือหน่วยงานนั้นได้ทันที เช่น (มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2559)</p> <p>หากไม่ระบุปีที่โพสต์ข้อมูล ลงรายการปีด้วย ม.ป.ป. เช่น (ชุมชนลุ่มน้ำโขง, ม.ป.ป.)</p>
---	---

3. การอ้างอิงท้ายบทความ

ให้มีการอ้างอิงโดยการรวบรวมเอกสารทั้งหมดที่ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย หรือ “Reference” สำหรับผลงานภาษาอังกฤษ และให้ใช้การอ้างอิงตามรูปแบบ APA 6th edition (2010) โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1. ผู้แต่งชาวไทยให้ตัดคำนำหน้านาม ยศตำแหน่งทางวิชาการ ยศทหารตำรวจ ใส่เฉพาะชื่อ นามสกุล เช่น ปิยะ นากสงค์
2. ผู้แต่งชาวต่างประเทศ ให้ลงชื่อสกุลตามด้วยอักษรย่อของชื่อต้น และชื่อกลาง (ถ้ามี) โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) คั่น เช่น Hlebowwitsch, P.S.
3. ผู้แต่งชาวไทยมีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ ให้พิมพ์ชื่อตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) เช่น ชาตรี เฉลิมยุคล, ม.จ.
4. ผู้แต่งตั้งแต่ 1-7 คน ให้ลงรายชื่อทุกคน คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) เชื่อมต่อด้วยคำว่า และก่อนลงชื่อคนสุดท้ายเอกสารภาษาอังกฤษใช้ & ระหว่างผู้แต่งคนที่ 6 และ 7
5. ผู้แต่งตั้งแต่ 8 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อสกุลผู้แต่งตั้งแต่คนที่ 1-6 แล้วใส่ (...) และลงชื่อสกุลผู้แต่งคนสุดท้าย
6. ผู้แต่งที่เป็นสถาบัน ได้แก่ หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา (ต้องเป็นหน่วยงานระดับกรม) รัฐวิสาหกิจ สมาคม ธนาการ องค์กรระหว่างประเทศ เป็นต้น และต้องกลับคำนำหน้า เช่น ศึกษาธิการ, กระทรวง หรือ แม่โจ้, มหาวิทยาลัย คณะเศรษฐศาสตร์
7. หนังสือไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์ สำนักพิมพ์ และปีที่พิมพ์ ให้ใช้ตัวย่อ ดังนี้
 - 7.1 เอกสารภาษาไทย ปีที่พิมพ์ใช้ (ม.ป.ป.) เอกสารภาษาอังกฤษใช้ (n.d.) เงื่อนไขนี้หมายถึงรวมถึงข้อมูลในเว็บไซต์ด้วย
 - 7.2 เอกสารภาษาไทย สถานที่พิมพ์และสำนักพิมพ์ใช้ตัวย่อเดียวกันคือ (ม.ป.ท.) และ (n.p.) ในภาษาอังกฤษ

หนังสือทั่วไปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์. สำนักพิมพ์.
ผู้แต่งคนเดียว	ประสาท เนืองเฉลิม. (2556). การวิจัยการเรียนการสอน . พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Taylor, T. (2007). 100% Information Literacy Success . New York: Thomson Delmar Learning.
ผู้แต่ง 2 คน	ไพบูรณ์ เกียรติโกมล และ รัฐพันธ์์ เขจรนันท์. (2551). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ . พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น. ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2536). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา . กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ. Deegan, M. & Tanner, s. (2002). Digital Futures: Strategies for the Information Age . London: Library Association.
หนังสือทั่วไปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์. สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 3-7 คน (ผู้แต่ง 3-7 คน ใส่ชื่อทุกคน โดยมีจุลภาค (,) คั่น)	อัจฉรา ธารอุไรกุล, ทัดดาว ศิลคุณ และภคินี อุปัทมภ์. (2544). ระบบฐานข้อมูลเบื้องต้น . กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์. พชร สันทัด, สุรชาติ ณ หนองคาย, สมาน งามสนิท, ฐนันตร์ศักดิ์ บวรนนท์กุล, เซษฐริชชา พรรณาธิกุล, กฤษณ์ สติตย์พัฒนานนท์ และประยงค์ เต็มชวลา. (2557). ศาสตร์และศิลป์การบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ . กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมคุณธรรม. Miller, J, Engelberg, S, & Broad, W. (2001). Germs: Biological Weapons and America' Secret War . New York: Simon & Schuster. Cates, A. R., Harris, D. L., Boswell, W., James, W. L., Yee, C., & Peters, A. V.(1991). Trance and clay therapy . Chicago, IL: Chicago University Press.
ผู้แต่งมากกว่า 7 คน	ปรีดา อุ่นเรือน, สมชาย ตระกูลกิจ, ไพบุลย์ ใจดี, วัฒนา เกียรติรัตน์, สุวรรณ เปี่ยมใส, วิไลพร คล่องการเรียน, ...บังอร กนกงาม. (2553). การจัดระบบสารสนเทศสำหรับ CEO . พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ซีไอโอเพรส. Wolchik, S.A., West, S.G., Sandler, I. N., Tein, J.-Y., Coatswort, D., Lengua, L.,...Griffin, W.A. (2000). An experimental evaluation of theory-basemother and mother-child programs for children of divorce . White Plains, NY: Academic Press.

หนังสือทั่วไปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
ผู้แต่งเป็นสถาบัน	เกษตรและสหกรณ์, กระทรวง (2561). 15 เดือนขับเคลื่อนเกษตรไทย . กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
หนังสือแปล *หมายเหตุ การลงรายการหนังสือแปลในอ้างอิงเนื้อหาให้ลงรายการด้วยชื่อของผู้แต่งต้นฉบับ ไม่ใช่ชื่อของผู้แปล ยกเว้นในกรณีที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งต้นฉบับเดิมให้ลงรายการด้วยชื่อผู้แปลแล้ว, บรรณาธิการ	คาร์เนกี, เดล. (2562). วิธีชนะมิตรและจูงใจคน . แปลโดย อาษา ขอจิตต์เมตต์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
ผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ	พิทยา ว่องกุล, บรรณาธิการ. (2541). ไทยยุควัฒนธรรมทาส . กรุงเทพฯ: โครงการวิธีทรรศน์.
หนังสือทั่วไปภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งทั้งที่เป็นบุคคลและสถาบันให้ใช้ชื่อหนังสือลงรายการแทนผู้แต่ง	พระเจ้าอยู่หัวกับการแพทย์ไทย . (2534). กรุงเทพฯ : โรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช. Adaptive digital filters . (1987). New York: Marcel Dekker.
ไม่ปรากฏเมืองที่พิมพ์/สำนักพิมพ์ หรือไม่ปรากฏปีที่พิมพ์	**ให้ใส่(ม.ป.ท.). สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.p) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ สาธารณสุข, กระทรวง. (2548). เส้นทางสู่โรงพยาบาลคุณภาพ: คู่มือการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ . พิมพ์ครั้งที่ 2. (ม.ป.ท.): สถาบันพัฒนาและรับรองมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข. **ให้ใส่(ม.ป.ป.). สำหรับเอกสารภาษาไทย และ (n.d) สำหรับเอกสารภาษาต่างประเทศ นพคุณ ตันติกุล. (ม.ป.ป.). พื้นที่เชิงใหม่ ประวัติเมืองเชียงใหม่ . เชียงใหม่: ล้านนาคอมพิวเตอรี่ปริ้นติ้ง. Trusty. F. M. (n.d.) Administering human resources: a behavioral approach to educational administration . Berkeley, Calif.: McCutchan.

บทความในหนังสือ	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ(ถ้ามี). ชื่อหนังสือ . ครั้งที่พิมพ์. (น.เลขหน้าที่ปรากฏบทความจากหน้าใดถึงหน้าใด). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
	ณัฐพล ปัญญาโสภณ. (2544). มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อกระบวนการผลิตละครเพื่อการสื่อสาร. ใน ชนัญชี ภั้งคานนท์ (บรรณาธิการ). กระบวนการค้นคว้าวิจัย . มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทายของเอเชียแปซิฟิก. (น.23-24). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
วารสาร	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร . ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.
	พรภิรมณ์ เชียงกุล. (2550). การเข้ามาของลัทธิคอมมิวนิสต์ในประเทศไทยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ . 33(1), 1-12. Shaw, Julian. (2002). Hybrid Orchid Names: A History of the Registration of Orchid Hybrids. Orchid . 71(6), 54-55.
บทความจากฐานข้อมูลออนไลน์ (E-Journals)	
รูปแบบ	ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร , ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า. สืบค้น วัน เดือน ปี, จาก (ระบุ url)
	พนมพร สารสิทธิยศ. (2557). ท่องเที่ยวศาสนสถานลุ่มน้ำโขง. สารวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน , 2(2). สืบค้น 12 มกราคม 2560, จาก http://journal.msu.ac.th/wp-content/uploads/2014/07/2-Tourist-Places-Religion-in-Mekong-Basin.pdf Nordin, M, Pauleen, D.J.&Gorman, G.E. (2009). Investigating KM antecedents: KM in the criminal justice system. Journal of Knowledge Management , 13(2), 4-20. Retrieved February 25, 2016, from http://www.emeraldinsight.com/doi/full/

รายงานการประชุม/สัมมนาทางวิชาการ (เอกสารการประชุม/สัมมนา)	
รูปแบบ	ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง . ชื่อเอกสารรวมเรื่องการประชุมสัมมนา, วัน เดือน ปี. สถานที่จัด, เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
	วิชาการ, กรม. (2538). ทักษะการอ่านในศตวรรษที่ 21 . การประชุมเชิงปฏิบัติการ การรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน, 25-29 พฤศจิกายน 2558. ณ วิทยาลัยครูมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนา หนังสือกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
เอกสารการประชุมวิชาการ/สัมมนา (จัดพิมพ์เป็นรูปเล่ม)	
รูปแบบ	ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท . ใน ชื่อบรรณาธิการ (บ.ก.). ชื่อการประชุม. (น. เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
	ธมนวรรณกัญญาหัตถ์, และศรีนัยพงศ์ เทียงธรรม. (2554). ความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อประโยชน์ของสมาร์ตโฟน . ใน ชนัญชีภักคานนท์ (บ.ก.). กระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทายของเอเชียแปซิฟิก. (น. 119-121). กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
รายงานการวิจัย	
รูปแบบ	ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
	พินิจ ทิพย์มณี. (2553). การวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวกับการตายของประเทศไทย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
วิทยานิพนธ์	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (ระดับปริญญา). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.
	ศิริินทร์ จันทโพธิ์. (2554). ความถี่ของการเพิ่มชุดโครโมโซมพื้นฐานในกล้วยไม้บางชนิด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้. Nickels, D.W. (2005). The relationship between IT-business alignment and organization culture: An exploratory study (Doctoral dissertation). Memphis, TN: University of Memphis.

วิทยานิพนธ์จากฐานข้อมูลของสถาบันการศึกษา (ใช้รูปแบบออนไลน์)	
รูปแบบ	ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ . (ระดับวิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัย จังหวัด). สืบค้นจาก url ห้องสมุดมหาวิทยาลัย
	อรนุตรา จำกฤษชร. (2558). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยแม่โจ้จังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย . (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่). สืบค้นจาก http://webpac.library.mju.ac.th/
วิทยานิพนธ์จากฐานข้อมูลพาณิชย์	
รูปแบบ	ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (ระดับวิทยานิพนธ์ Master' thesis หรือ Doctoral dissertation). สืบค้นจาก (Available form) ชื่อฐานข้อมูล. (หมายเลขลำดับ UMI)
	Shunhy, D. E. (2004). Approaching theatrical design theory . (Doctoral dissertation). Available from Dissertation Full Text. (UMI No.3114998)
เอกสารจากเว็บเพจที่มีผู้แต่งหรือหน่วยงานรับผิดชอบ	
รูปแบบ	ผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ . สืบค้น วันเดือน ปี, จาก http://www.xxxx หมายเหตุ หากไม่สามารถระบุปีพิมพ์ได้ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หากไม่มีผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบให้ลงรายการชื่อบทความแทนที่ตำแหน่งผู้แต่ง
	ศิลปากร, มหาวิทยาลัย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2551). การจัดการองค์ความรู้ . สืบค้น 1 มีนาคม 2559, จาก http://www.ict.su.ac.th/th/knowledge-management/Knowledge-management.html กรรณิการ์ สุธรรมศิริกุล. (2554). คุณเอื้อ คุณอำนวย คุณกิจคุณลิขิต . สืบค้น 2 มีนาคม 2559, จาก http://kmlibrary.bu.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=31 Humanities. (2016). Retrieved May 2, 2016, from https://en.wikipedia.org/wiki/Humanities วิโรจน์ อารีย์กุล. (ม.ป.ป.). พัฒนาการทางด้านสังคมจิตวิทยาของวัยรุ่น . สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.teenrama.com/dad_mam/old_dad_mam24.htm แม่น้ำโขง. (2563). สืบค้น 15 พฤษภาคม 2563, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/...%E0

4. การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งต้นฉบับไฟล์ word และ pdf ที่พิมพ์ตามข้อกำหนดของหลักเกณฑ์วารสารพร้อมหนังสือนำส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ที่ E-mail: maejojournal.sd@gmail.com เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความจะดำเนินการตามขั้นตอนการพิจารณาของวารสาร และแจ้งผลการพิจารณาให้ผู้เขียนบทความทราบ สำหรับบทความที่ผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จะได้รับการตีพิมพ์ลงในวารสารเพื่อเผยแพร่ต่อไป

5. กระบวนการพิจารณาต้นฉบับ

เมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความต้นฉบับ กองบรรณาธิการจะตรวจสอบ กลั่นกรองรูปแบบตามหลักเกณฑ์การเสนอผลงานเพื่อตีพิมพ์ฯ หากบทความต้นฉบับไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณากลับกรองพร้อมส่งคืนผลงานให้แก่ผู้เขียน

หากเป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ จะเข้าสู่กระบวนการพิจารณา ดังนี้

1. กองบรรณาธิการพิจารณาและทาบทามผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับบทความอย่างน้อยสองท่านต่อเรื่อง

2. ส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน

3. เมื่อได้รับผลการประเมิน กองบรรณาธิการรวบรวมผล และ/หรือสรุปข้อเสนอแนะเพื่อแจ้งผู้เขียน

- กรณีผลการประเมินไม่ผ่าน กองบรรณาธิการ แจ้งปฏิเสธการตีพิมพ์ผลงาน

- กรณีผลการประเมินผ่าน แต่มีข้อแก้ไข ให้ผู้เขียนพิจารณาแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

จากนั้น ส่งผลงานฉบับแก้ไขมายังกองบรรณาธิการอีกครั้ง

4. หากผลงานแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเป็นที่เรียบร้อย กองบรรณาธิการจะแจ้งตอบรับการตีพิมพ์ผลงานไปยังผู้เขียน

6. ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ห้ามนำข้อความทั้งหมดหรือบางส่วนไปพิมพ์ซ้ำ เว้นเสียแต่จะได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยฯ เป็นลายลักษณ์อักษร

7. ความรับผิดชอบ

เนื้อหาต้นฉบับที่ปรากฏในวารสารเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน ทั้งนี้ไม่รวมความผิดพลาดอันเกิดจากเทคนิคการพิมพ์

การส่งบทความเพื่อตีพิมพ์และการแจ้งยกเลิกหรือถอนบทความ

- ส่งบทความผ่านช่องทางอีเมล : maejournal.sd@gmail.com
- ผู้ที่ประสงค์ที่จะส่งบทความเพื่อขอตีพิมพ์ในวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สามารถดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่ : https://drive.google.com/drive/u/3/folders/1urwwe_0T5D99F9PdmEM8AO-Flq_VT4p1i หรือ QR Code



- การยกเลิกบทความ หรือ การถอนบทความ มีรายละเอียดดังนี้
 - การยกเลิกบทความ คือ การเพิกถอนบทความก่อนที่จะมีการตีพิมพ์เผยแพร่
 - การถอนบทความ คือ การถอนบทความที่ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่เรียบร้อยแล้ว
 - ในกรณีต้องการ การยกเลิกบทความ และ การถอนบทความ สามารถติดต่อกองบรรณาธิการ ได้ทางอีเมล : maejournal.sd@gmail.com

หนังสือส่งบทความเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการวารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

(Mr./Mrs./Ms.).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์

อาจารย์ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

สังกัดหน่วยงาน/สถานที่ทำงาน.....

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้โดยสะดวก หมู่ที่..... ซอย..... ถนน.....

ตำบล/แขวง..... อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ.....

e-mail.....

มีความประสงค์ส่ง บทความวิจัย บทความวิชาการ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ).....

สาขาของบทความ

เศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์การพัฒนา เศรษฐศาสตร์การเมือง เศรษฐศาสตร์เกษตร

เศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อม เศรษฐศาสตร์การเงิน เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม

เศรษฐมิติ เศรษฐสหกรณ์ เศรษฐระหว่างประเทศ

การพัฒนาสังคมและชุมชน

การจัดการ (การบริหารและการจัดการ)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความเรื่อง.....

เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ปรากฏชื่อในบทความ

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความนี้ไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด และไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ทั้งนี้ ข้าพเจ้าจะไม่นำบทความที่ผ่านการพิจารณาแล้วไปตีพิมพ์ซ้ำในวารสารอื่น ๆ

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เขียนบทความ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ 50290



Faculty of Economics Maejo University
63 Nong Han Subdistrict, San Sai District,
Chiang Mai Province, 50290

โทรศัพท์ 05-387-5265 โทรสาร 05-387-5266
E-mail: maejojournalsd@gmail.com