วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
JYRU
JOURNAL OF YALA RAJABHAT UNIVERSITY
Print ISSN: 1905-2383 e-ISSN: 2651-0863

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย

Factors Affecting the Intention to Use Financial Products of Islamic Cooperatives in Southern Border Provinces of Thailand

อับบ๊าส พาลีเขตต์* และมูฮัมหมัด ปุ
Abbas Paliket*, and Muhammad Pu

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University, Muang, Yala 95000, Thailand
*Corresponding author, e-mail: abbas.p@yru.ac.th
(Received: Jan 21, 2022; Revised: Apr 26, 2022; Accepted: May 12, 2022)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ ตัวแปรการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านความตระหนัก ปัจจัยด้านต้นทุนและผลประโยชน์ ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและปัจจัยด้านความตั้งใจใช้ โดยการศึกษานี้ยังมุ่งที่จะระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม เก็บข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์อิสลามใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการเลือกแบบตามสะดวกหรือสมัครใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship Model) ผลการวิจัย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามส่งผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือ ความตระหนัก และต้นทุนและผลประโยชน์ โดยปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม ดังนั้นผลการวิจัยนี้ สหกรณ์อิสลามสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดได้

คำสำคัญ : สหกรณ์อิสลาม ความตั้งใจใช้ ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลาม

Abstract

This study aims to investigate the factors affecting the intention to use financial products of Islamic cooperatives in the southernmost provinces of Thailand. The research variables consisted of six latent variables: awareness, cost and benefit, attitude toward behavior, subjective norm, perceived behavioral control and intention to use. Moreover, this study also focused on the most influential factor impacting the people's intention to use the financial products of Islamic cooperatives. The data collection included 400 cases of Islamic cooperatives in the southernmost provinces of Thailand; Pattani, Yala and Narathiwat. The questionnaire was used as a research instrument to collect data, and convenience sampling was used in this study. The fundamental statistics and causal relationship model were used in data analyses. The findings showed that the causal relationship model of the factor affecting intention to use financial products of Islamic cooperatives correlated with the empirical data, and the variable considered to have the direct positive influence was attitude toward behavior, subjective norm and perceived behavioral control. Meanwhile, the variable which had an indirect positive influence on

intention to use of the financial products of Islamic cooperatives through attitude toward behavior was awareness together with cost and benefit. The factor complying with the subjective norm is the most influential on the decision in consuming the financial products of Islamic cooperatives. Therefore, based on the findings, the Islamic cooperatives are able to apply and utilize marketing plans and marketing strategies as well as new financial product development based on the members' need of the cooperatives in order to compete among industry rivalries.

Keywords: Islamic cooperative, Intention to use, Islamic financial products

บทนำ

นับเป็นเวลา 106 ปีมาแล้ว ตั้งแต่วันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2459 ที่ได้ทำการจดทะเบียน "สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้" ซึ่งถือเป็นสหกรณ์แห่งแรกของประเทศไทย มีพระราชวรวงศ์เธอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ เป็นนายทะเบียนสหกรณ์พระองค์แรก นับตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน สหกรณ์ไทยได้ดำเนินการในธุรกิจหลายๆ รูปแบบ สร้างความเชื่อถือเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก จนทำให้จำนวนสหกรณ์ สมาชิก ปริมาณเงินทุน และผลกำไรของสหกรณ์เพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้นสหกรณ์ถือว่าเป็นองค์กรที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ เป็นสถาบันทางเศรษฐกิจและสังคมที่ช่วยแก้ปัญหาความยากจน การประกอบอาชีพและช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้ดีขึ้น และในปี พ.ศ. 2548 ได้ประกาศให้มีสหกรณ์รับจดทะเบียนเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน โดยพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ซึ่งถือใช้อยู่ในปัจจุบันได้เพิ่มเติมบทบัญญัติที่ว่าด้วยคณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติ กองทุนพัฒนาสหกรณ์ (กพส.) การแบ่งแยกสหกรณ์ สมาชิกสมทบ และอื่น ๆ ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์ต่อขบวนการสหกรณ์อย่างมาก (The State Railway Workers'Union Saving and Credit Cooperative of Thailand Limited, 2022) ในปี พ.ศ. 2563 สหกรณ์ภาคการเกษตรและสหกร์นอกภาคการเกษตร มีจำนวนทั้งสิ้น 5,989 แห่ง มีสมาชิกรวมกันจำนวน 11,747,961 คน คิดเป็นมูลค่าธุรกิจรวมกัน 2.08 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 13.25 ของผลิตภัณฑ์มวลของประเทศ (ปี 2563 ประเทศไทยมี GDP อยู่ที่ 15.7) โดยเฉพาะประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งดำเนินธุรกิจหลัก คิดเป็นร้อยละ 82.82 ของมูลค่าธุรกิจรวมทั้งสิ้น สมาชิกให้ความสำคัญในการทำธุรกรรมสินเชื่อมากที่สุดด้วยจำนวนร้อยละ 58.94 รองลงมาเป็นการรับฝากเงินจำนวนร้อยละ 34.48 กล่าวโดยสรุปในภาพรวมของสหกรณ์ทุกประเภท หากเทียบกับปี พ.ศ. 2562 พบว่า ในปี พ.ศ. 2563 สหกรณ์ทุกประเภทมีทุนดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.44 จากการก่อหนี้เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.87 และจากทุนของสหกรณ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.35 (Cooperative Auditing Department, 2020)

สหกรณ์อิสลามแห่งแรกในประเทศไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2530 จดทะเบียนตาม พ.ร.บ. สหกรณ์ พ.ศ. 2511 ประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ใช้ชื่อว่า "สหกรณ์ออมทรัพย์อิสลามปัตตานี จำกัด" มีรูปแบบและวิธีการดำเนินงานเป็นไปตามหลักการเงินอิสลาม (The Islamic Cooperative of Pattani Limited, 2021) ดังนั้นการมีอยู่ของสหกรณ์อิสลามสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคที่มีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามที่มีข้อบัญญัติห้ามไม่ให้เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย ต่อมาได้มีการก่อตั้งเครือข่ายสหกรณ์อิสลามแห่งประเทศไทยขึ้น มีเป้าหมายที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้สหกรณ์และเครือข่ายในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของสมาชิกสหกรณ์และชุมชนได้อย่างยั่งยืน มีสหกรณ์อิสลามอยู่ในเครือข่ายจำนวนกว่า 30 สหกรณ์ มีสมาชิกกว่า 300,000 คน และมีสินทรัพย์รวมหลายหมื่นล้านบาท (National Bureu of Thailand, 2019)

สถานการณ์ปัจจุบันของสหกรณ์อิสลามนั้นต้องเผชิญกับการแข่งขันระหว่างสหกรณ์ด้วยกัน รวมทั้งกับสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารและไม่ใช่ธนาคาร โดยต่างฝ่ายต่างมีความพยายามในนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจต่อลูกค้ามากที่สุด เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินบางประเภทมีความคล้ายคลึงกัน ทำให้เกิดการแย่งลูกค้าระหว่างกัน (Kitoe, 2012) จากพลวัตและการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อม จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่สหกรณ์อิสลามควรให้ความสำคัญกับการให้บริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ โดยการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ผ่านการวิจัยและพัฒนา ที่ผ่านมางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังมีน้อย โดยเฉพาะงานวิจัยด้านการตลาดหรืองานวิจัยที่ศึกษาความต้องการของลูกค้าต่อการใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลาม ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยจากต่างประเทศ สำหรับงานวิจัยที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลาม อาทิ งานวิจัยของ Mohamed Fisol *et al.* (2018) ที่ได้นำแนวคิดของ Ajzen (1991) มาทำการศึกษา กำหนดตัวแปรไว้ 5 ตัวแปรคือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ความรู้ และศาสนา พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีอิทธิผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ ส่วนงานวิจัยของ Sarbo (2016) และ Shaikh *et al.* (2020) พบว่า ความตระหนักมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลาม สำหรับต้นทุนและผลประโยชน์ เป็นปัจจัยที่ผลต่อการความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามเช่นกัน (Jaffar & Musa, 2016; Shaikh *et al*., 2020) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ โดยคาดหวังว่าผลการวิจัยนี้จะช่วยให้สหกรณ์อิสลามสามารถวางแผนทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษานี้ได้กำหนดตัวแปรการศึกษาไว้ 6 ตัวแปรคือ ความตระหนัก (Sarbo, 2016; Shaikh *et al.*, 2020) ต้นทุนและผลประโยชน์ (Jaffar & Musa, 2016) ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Ajzen,1991; Mohamed Fisol *et al.*, 2018; Sayuti *et al.*, 2020) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Ajzen, 1991; Putri & Fithria, 2019) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 1991; Md Zabri & Mohammed, 2018) และความตั้งใจใช้ (Ajzen, 1991) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. สมมติฐานที่ 1 (H1) คือ ความตระหนักมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม
2. สมมติฐานที่ 2 (H2) คือ ต้นทุนและผลประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม
3. สมมติฐานที่ 3 (H3) คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม
4. สมมติฐานที่ 4 (H4) คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม
5. สมมติฐานที่ 5 (H5) คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือสมาชิกสหกรณ์ประเภทบริการและประเภทออมทรัพย์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วยจังหวัด ปัตตานี ยะลา และนราธิวาสที่ดำเนินงานตามหลักการเงินอิสลามมาประยุกต์ใช้ในองค์กร มีจำนวนสมาชิกสหกรณ์ ทั้งสิ้น 170,088 คน (Narathiwat Provincial Cooperative Office, 2020; Pattani Provincial Cooperative Office, 2020; Yala Provincial Cooperative Office, 2020) ทำการกำหนดขนาด 15 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ที่มีจำนวน 23 ตัวแปรตามข้อเสนอของ Hair *et al.* (2010) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 345 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลจริงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบการเลือกแบบตามสะดวกหรือสมัครใจ

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในประเทศไทย มีข้อคำถามจำนวน 26 ข้อ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบมาตราวัด (Likert scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในประเทศไทย แบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

3. การสร้างและตรวจหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 หลังจากที่ได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยดำเนินการร่างแบบสอบถามแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการ บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์อิสลามหรือการเงินอิสลาม จำนวน 3 ท่าน มาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) คัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องระหว่าง .60-1.00 และข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้มีการแก้ไขเพื่อความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด

3.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง มาทดสอบเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ “ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค” (Cronbach’s alpha coefficient) โดยข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อมั่น (Petchroj & Chamniprasart, 2002) ผลการทดสอบ พบว่า ภาพรวมของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ที่ .957

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์จำนวน 400 ราย โดยเลือกสหกรณ์ประเภทบริการและประเภทออมทรัพย์ที่ใช้หลักการอิสลามในการดำเนินงาน ที่มีสถานะยังดำเนินการและจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google form และแบบเอกสาร

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาเพื่อหาค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติอ้างอิงนั้นใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.25 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.75 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.75

2. ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ พบว่า ตัวแปรที่สังเกตได้ทั้ง 6 ตัว แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .489 ถึง .740 เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 1472.607, df เท่ากับ 15, Sig เท่ากับ .000 ดัชนี KMO เท่ากับ .905 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรมากพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรสังเกตได้	AW	CB	AT	SN	PBC	INT
ความตระหนัก (AW)	1					
ต้นทุนและผลประโยชน์ (CB)	.630**	1				
ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (AT)	.630**	.692**	1			
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)	.592**	.668**	.740**	1		
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)	.529**	.489**	.607**	.654**	1	
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (INT)	.530**	.600**	.681**	.707**	.594**	1
ค่าเฉลี่ย	3.83	3.78	4.14	4.03	4.12	4.04
ส่วนเบี่ยงเบนมาตฐาน	.58	.78	.80	.78	.76	.91
KMO=.905; Bartlett's Test = 1472.607; df = 15; Sig=.000, P < .01						

**P < .01

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
JYRU
JOURNAL OF YALA RAJABHAT UNIVERSITY
Print ISSN: 1905-2383 e-ISSN: 2651-0863

3. ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

ตัวแปรตาม	ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม			ความตั้งใจใช้		
ตัวแปรสาเหตุ	TE	DE	IE	TE	DE	IE
ความตระหนัก (AW)	.265***	.265***	-	.073	-	.073
ต้นทุนและผลประโยชน์ (CB)	.730***	.730***	-	.201	-	.201
ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (AT)	-	-	-	.275**	.275**	-
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN)	-	-	-	.375*	.375*	-
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC)	-	-	-	.219*	.219*	-
สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2)		.887			.655	

*p <.05, **p < .01, ***p < .001

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล คือ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) เท่ากับ 40.634 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 108 ค่า CMIN/df เท่ากับ .376 ค่า p เท่ากับ 1.000 ค่า RMSEA เท่ากับ .000 ค่า RMR เท่ากับ .016 ค่า GFI เท่ากับ .991 ค่า NFI เท่ากับ .993 และค่า TLI เท่ากับ 1.030 โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ CMIN/df มีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนี RMSEA, RMR มีค่าน้อยกว่า .05 และ ดัชนี GFI, NFI และ TLI มีค่ามากกว่า .95 (Suksawang, 2014) จึงสรุปได้ว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความตระหนัก ต้นทุนและผลประโยชน์ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม ได้ร้อยละ 65.5

2. ความตระหนัก ต้นทุนและผลประโยชน์ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ต้นทุนและผลประโยชน์ และความตระหนัก ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน		ค่าประมาณ (Estimate)	ค่าความคลาดเคลื่อน (S.E.)	p-value	ผลการทดสอบ
H1	AW → AT	.306	.095	.001***	ยืนยัน
H2	CB → AT	.908	.113	.000***	ยืนยัน
H3	AT → INT	.301	.109	.006**	ยืนยัน
H4	SN → INT	.452	.178	.011*	ยืนยัน
H5	PBC → INT	.257	.102	.012*	ยืนยัน

*p <.05, **p < .01, ***p < .001, AW = การรับรู้ CB = ต้นทุนและผลประโยชน์ AT = ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม SN = การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง PBC = การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพล INT = ความตั้งใจใช้

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม มีรายละเอียดดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ความตระหนักมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 (P < .001) โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ .306 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ต้นทุนและผลประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .000 (P < .001) โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ .908 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .006 (P < .01) โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ .301 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .011 (P < .05) โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ .452 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .012 (P < .05) โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ .257 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กล่าวคือ มีดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าพารามิเตอร์แต่ละเส้นแตกต่างจากศูนย์ และมีขนาดและทิศทางสอดคล้องกับทฤษฎีที่กำหนด (Suksawang, 2014) จากผลการวิจัยมีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายผล ดังนี้

ความตระหนักมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 ทั้งนี้เป็นเพราะสมาชิกสหกรณ์มีความตระหนักถึงหลักการ คุณสมบัติและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ทางการเงินแต่ละประเภทและทราบถึงการนำหลักการเงินอิสลามมาประยุกต์ใช้ อย่างไรก็ตามสหกรณ์ควรสร้างความตระหนักรับรู้ให้เพิ่มขึ้น ผ่านเวทีสัมมนาทางวิชาการ โดยนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์และการเงินอิสลาม รวมถึงทำการสื่อสารทางการตลาดผ่านช่องทางในหลายๆ รูปแบบทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเป็นการดึงดูดให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพิ่มขึ้น ตามที่ Sarbo (2016) กล่าววว่า กระบวนการแรกของบุคคลในตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งคือความตระหนักรับรู้ ตามด้วยการมีข้อมูลของผลิตภัณฑ์ การโน้มน้าวใจ การตัดสินใจ และการยืนยันที่จะซื้อหรือใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaikh *et al.* (2020) พบว่าปัจจัยด้านความตระหนักและความรู้มีความสัมพันธ์ทางอ้อมเชิงบอกต่อความตั้งใจใช้การเงินอิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อการเงินอิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 โดยสถาบันการเงินมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเพิ่มระดับความรู้และความตระหนักรับรู้ในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าใจถึงหลักการและความแตกต่างระหว่างหลักการเงินอิสลามกับหลักการเงินทั่วไป (Conventional) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Maulana (2017) ที่พบว่า ยิ่งลูกค้ามีความตระหนักถึงหลักการเงินอิสลามมากเท่าไหร่ ก็ยิ่งทำให้เกิดการรับรู้ถึงข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามมากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดทัศนคติเชิงลบ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะประชากรและสถานที่ที่ใช้ในการศึกษามีความแตกต่างกันกับงานวิจัยนี้ จึงทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกันตามประชากรและสถานที่ที่ศึกษา

ต้นทุนและผลประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 ทั้งนี้เนื่องจากสหกรณ์อิสลามมีอัตราผลตอบแทนหรือเงินปันผล และค่าธรรมเนียมทางธุรรรมต่างๆ เป็นไปตามเงื่อนไขและข้อกำหนดตามที่ได้ประกาศไว้ โดยสมาชิกสหกรณ์มองว่าแม้บางช่วงเวลาอัตราผลตอบแทนจะน้อยกว่าหรือค่าธรรมเนียมอาจจะสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นๆ เช่น ธนาคาร แต่ถือว่ายอมรับได้ เนื่องจากสหกรณ์อิสลามเป็นสถาบันการเงินที่เข้าถึงได้ง่าย และยังสามารถหลีกเลี่ยงดอกเบี้ยตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaffar & Musa (2016) ที่พบว่า ต้นทุนและประโยชน์มี

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
JYRU
JOURNAL OF YALA RAJABHAT UNIVERSITY
Print ISSN: 1905-2383 e-ISSN: 2651-0863

อิทธิพลต่อทัศนคติต่อการจัดการการเงินอิสลาม รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaikh *et al.* (2020) ที่พบว่า ต้นทุนและผลประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อความตั้งใจใช้การเงินอิสลามในกลุ่มนักธุรกิจขนาดเล็กของประเทศปากีสถาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .001 โดยอัตราผลตอบแทนหรือเงินปันผล เป็นเงื่อนไขหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้การเงินอิสลาม กล่าวคือ หากผลตอบแทนหรือเงินปันผล มีอัตราที่สูงกว่าสถาบันการเงินทั่วไปจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้การเงินอิสลามที่สูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากผลตอบแทนหรือเงินปันผล มีอัตราที่ต่ำกว่าสถาบันการเงินทั่วไปก็จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้การเงินอิสลามที่ลดลงเช่นกัน

ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ทั้งนี้เป็นเพราะสมาชิกสหกรณ์มีทัศนคติที่ดีและมีความพึงพอใจต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินโดยมองว่ามีความสมเหตุสมผลและมีประโยชน์ เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่ห้ามเกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sayuti *et al.* (2020) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับสินเชื่อบ้านตามหลักการเงินอิสลามในกลุ่มผู้ซื้อบ้านครั้งแรกชาวมาเลเซียที่พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเลือกสินเชื่อบ้านตามหลักการเงินอิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยทัศนคติมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของคนๆ หนึ่งที่จะยอมรับสินเชื่อบ้านตามหลักการเงินอิสลาม ยิ่งมีทัศนคติเชิงบวกก็ยิ่งมีผลต่อการการเปิดรับสินเชื่อบ้านมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohamed Fisol *et al.* (2018) ที่พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์สูงสุดกับความตั้งใจใช้สินค้าและบริการของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และสอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ที่กล่าวไว้ว่า หากบุคคลมีทัศนคติเป็นบวกต่อการกระทำพฤติกรรมมาก ย่อมมีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมมากเช่นกัน และในทางตรงกันข้ามหากมีทัศนคติเป็นลบต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น บุคคลจะมีแนวโน้มในความตั้งใจที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้น

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงสุดต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ทั้งนี้เนื่องจากเพื่อน คนรอบข้าง และคนในครอบครัว รวมถึงข้อเสนอแนะและคำแนะนำจากพนักงานสหกรณ์ช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินในแต่ประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Putri & Fithria (2019) ที่พบว่า ความคิดเห็นจากบุคคลใกล้ชิดมีผลต่อการตัดสินของลูกค้าต่อความตั้งใจใช้การเงินรายย่อยตามหลักการเงินอิสลาม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ajzen (1991) ที่กล่าวไว้ว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นหรือความคาดหวังของกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาว่าต้องการให้เขากระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น โดยส่วนมากแล้วมักจะพบว่า บุคคลจะมีทัศนคติทางบวกต่อพฤติกรรม ถ้าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่าเขาควรจะทำพฤติกรรมนั้นและมีทัศนคติทางลบ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sayuti *et al.* (2020) ที่พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเลือกสินเชื่อบ้านตามหลักการเงินอิสลาม เนื่องจากกลุ่มผู้ซื้อบ้านครั้งแรกชาวมาเลเซียมีข้อมูลเพียงพอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามโดยเฉพาะสินเชื่อที่อยู่อาศัย ดังนั้นพวกเขาจึงสามารถตัดสินใจด้วยตัวเองโดยไม่คำนึงถึงความคิดเห็นของคนในครอบครัวและเพื่อน

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของสมาชิกเป็นหลัก โดยสมาชิกมีความเข้าใจถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทางการเงินแต่ละประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Md Zabri & Mohammed (2018) ที่พบว่า ลูกค้ามีความมั่นใจอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยตามหลักการเงินอิสลาม เนื่องจากได้มีการศึกษาและทำความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์ของสินเชื่อก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maulana (2017) ที่พบว่า การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินของลูกค้าเกิดจากการความต้องการของตนเองเป็นหลัก แม้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินบางประเภทอาจจะมีความซับซ้อนในรายละเอียดของหลักการก็ตาม

สรุปผลการวิจัย

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามส่งผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือ ความตระหนัก และต้นทุนและผลประโยชน์ โดยปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. สหกรณ์อิสลามและสถาบันการเงินที่เป็นธนาคารหรือไม่ใช่ธนาคารที่มีการดำเนินงานตามหลักการเงินอิสลาม สามารถนำผลการวิจัยเพื่อวางแผนทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์กาตลาด ร่วมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดได้

2. สหกรณ์อิสลามควรสร้างความตระหนักรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เพิ่มขึ้น ผ่านเวทีสัมมนาทางวิชาการ โดยนักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์และการเงินอิสลาม รวมถึงทำการสื่อสารทางการตลาดในหลายๆ ช่องทางทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เกิดความตระหนักรับรู้และเกิดความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพิ่มขึ้น รวมทั้งนำกลยุทธ์ปากต่อปาก (Viral marketing) มาประยุกต์ใช้โดยให้สมาชิกสหกรณ์แนะนำคนใกล้ชิด บุคคลในครอบครัว เพื่อน และคนรอบข้าง เกี่ยวกับหลักการ คุณสมบัติ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ถูกต้อง

3. การนำรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามไปใช้เพื่อให้บรรลุผลนั้น ควรปรับให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละสหกรณ์อิสลาม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามเฉพาะเจาะจงแต่ละประเภท เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค การประกันภัยหรือตากาฟุล กองทุนฮัจญ์ เป็นต้น

2. ควรทำวิจัยเชิงปริมาณควบคู่ไปกับการทำวิจัยเชิงคุณภาพโดยเพิ่มวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกตเพื่อช่วยให้เกิดความความเข้าใจและได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

3. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินอิสลามเพิ่มเติม ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ เป็นต้น เพื่อให้ผลการการวิจัยมีความหลากหลายและมีมุมมองกว้างขึ้นจากเดิม

เอกสารอ้างอิง

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50* (2), 179-211.

Cooperative Auditing Department. (2020). *Financial information of cooperatives and farmers' groups.* Financial Analysis Group, Cooperative Auditing Department. (in Thai)

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M. & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review, 31*(1), 2-24.

Jaffar, M. A. & Musa, R. (2016). Determinants of attitude and intention towards Islamic Financing Adoption among non-users. *Procedia Economics and Finance, 37*, 227–233.

Kitoa, M. (2019). *Relationship between service quality and roles of Islamic cooperatives at Mueang district in Pattani province in its members economic and social development.* Master's Thesis. Thaksin University. (in Thai)

Maulana, H. (2017). Factors influencing behavior to participate in Islamic microfinance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 11*(1), 109-130.

Md Zabri, M. Z. & Mohammed, M. O. (2018). Examining the behavioral intention to participate in a cash waqf-financial cooperative-musharakah mutanaqisah home financing model. *Managerial Finance, 44*(6), 809-829.

Mohamed Fisol, W. N., Abdul Hamid, M. & Cheumar, M. (2018). Determinant factors muslim's intention to use Islamic cooperative products and services: A case study in Southern Thailand. *The 3RD Chrest International Conference 2018,* April 4-5, 2018. Kuala Terengganu: UKM.

Narathiwat Provincial Cooperative Office. (2020). *Annual report 2020*. Narathiwat: Narathiwat Provincial Cooperative Office. (in Thai)

National Bureu of Thailand. (2019). *Islamic cooperatives network of Thailand prepare to organize the 15th Islamic cooperative relations day and general meeting in Krabi Province between 1-3 May 2019* [Online]. Retrieved April 24, 2022 from: https://nbtworld.prd.go.th/th/news/detail/TCATG190422152858515. (in Thai)

Pattani Provincial Cooperative Office. (2020). *Annual report 2020*. Pattani: Pattani Provincial Cooperative Office. (in Thai)

Petchroj, L. & Chamniprasart, A. (2002). *Research methodology.* Bangkok: Pimdeekarnpim. (in Thai)

Putri, A. R. & Fithria, I. (2019). Factors affecting customer intentions to seek Islamic microfinancing: evidence from Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, *348*, 257-261.

Sarbo, B. (2 0 1 6). Influence of consumer's awareness on Islamic banking in Nairobi Country, Kenya. *European Journal of Business and Social Sciences, 4*(11), 124-129

Sayuti, K. M., Amin H., Abdul Razak, D. & Rizal, H. (2020). Receptiveness of Islamic home financing among Malaysians: A revisit. *International Journal of Business and Society, 21*(2), 784-802

Shaikh, A. L., Rahim, F. U. & Taimoor, T. (2020). Determinants of attitude and intention towards adoption of Islamic finance among small businessmen of Rawalpindi and Islamabad. *Liberal Arts and Social Sciences International Journal (LASSIJ), 4*(2), 383-399.

Suksawang, P. (2014). The basics of structural equation modeling. *Prince of Narathiwat University Journal, 6*(2), 136–145. (in Thai)

The Islamic Cooperative of Pattani Limited. (2021). *History of Pattani Islamic cooperative* [online]. Retrieved August 22, 2021 from: http://iscop.co.th/thai_iscop/history.php. (in Thai)

The State Railway Workers'Union Saving and Credit Cooperative of Thailand Limited. (2022). *History of cooperaives* [online]. Retrieved April 24, 2022 from: https://www.srusct.or.th/page.php?pid=4. (in Thai)

Yala Provincial Cooperative Office. (2020). *Annual report 2020*. Yala: Yala Provincial Cooperative Office. (in Thai)