

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก
สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

นางศุภกาญจน์ จงจุดเทียน



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2557

**Marketing Mix Factors that Affect the use of Credit Services of Members of Bang
Nok Khwaek Credit Union Cooperative Limited in Samut Songkhram Province**

Mrs. Suphakarn Jongjudthen

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives


School of Agriculture and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University


2014

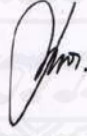
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินค้าของ
สมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
จังหวัดสมุทรสงคราม
ชื่อและนามสกุล นางสาวกาญจน์ จงจตุเทียน
แขนงวิชา สหกรณ์
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2558

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น)


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. มณฑิชา พุทชาคำ)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

ชื่อการศึกษา **ค้นคว้าอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์
เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

ผู้ศึกษา นางศุภกาญจน์ จงจุดเทียน **รหัสนักศึกษา** 2569003037 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ **ปีการศึกษา** 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อ 2) ลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ และ 5) ข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 4,348 คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพรับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท 2) ลักษณะการให้บริการด้านสินเชื่อ ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อสามัญ วงเงินที่ได้รับตามที่ขอกู้จำนวนน้อยกว่า 50,000 บาท วัตถุประสงค์เพื่อลงทุนในธุรกิจส่วนตัว 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้านที่สำคัญเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษ โดยอายุมีความสัมพันธ์มากที่สุดร้อยละ 23.30 ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพมีความสัมพันธ์มากที่สุดร้อยละ 31.10 และ 5) ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่สำคัญ คือ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการใช้บริการสินเชื่อ

คำสำคัญ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด การใช้บริการสินเชื่อ สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

Independent Study title: Marketing Mix Factors that Affect the use of Credit Services of Members of Bang Nok Khwaek Credit Union Cooperative Limited in Samut Songkhram Province

Author: Mrs. Suphakarn Jongjudthen; **ID:** 2569003037;

Degree: Master of Business Administration (Cooperatives);

Independent Study advisor: Achara Cheewatragoongit, Associate Professor;

Academic year: 2014

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) the personal factors of members of Bang Nok Khwaek Credit Union Limited who used the credit union's credit services; 2) the characteristics of their use of the credit services; 3) the level of importance of marketing mix factors influencing members' decisions to use the credit services; 4) the relationships between personal factors, marketing mix factors, and members' use of the credit services; and 5) suggestions for improving the credit union's credit services.

The study population was the 4,348 members of Bang Nok Khwaek Credit Union Cooperative Limited in Samut Songkhram Province. A survey was made of a sample size of 367 members. Data were collected using a questionnaire and statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and chi square to analyze relationships.

The results showed that 1) The majority of credit union members who used credit services were female, aged 51 and over, married, educated to primary school level, private sector employees, with mean income of less than 10,000 baht a month and mean expenses of not over 10,000 baht a month. 2) The majority used the credit service of ordinary loans. They received a loan of the amount that they requested, which was less than 50,000 baht. Their main reason for taking out a loan was to invest in a private business. 3) All the marketing mix factors had an important influence on the members' decision to use the credit union's credit services. Listed by order of importance, the influential factors were place, physical presentation, process of service, personnel, product, price, and promotion. 4) The personal factors of age, educational level and expenses per month were related to the members' use of the ordinary loan service and the special loan service. Age was the factor that was the most strongly related, at 23.30%. For marketing mix factors, a statistically significant relationship was found between the factors of price, physical presentation, and process of service with the members' use of the ordinary loan service and the special loan service. The factor of physical presentation had the strongest relationship at 31.30%. 5) The members' main suggestion for improving the credit union's loan services was to have more service personnel to make service quicker.

Keywords: Marketing mix, Credit service, Loan service, Bang Nok Khwaek Credit Union Cooperative, Limited, Samut Songkhram Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และรองศาสตราจารย์สังเสริม หอมกลิ่น ที่ได้ให้คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และติดตามการจัดทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้โดยตลอด จนเสร็จสมบูรณ์ ซึ่งท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้กับผู้ศึกษามาตั้งแต่ผู้ศึกษาได้เข้ามาศึกษาแขนงวิชาสหกรณ์ในสถาบันแห่งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณ ในความกรุณาของอาจารย์ทุกท่านอย่างซาบซึ้ง

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์เพราะได้รับความร่วมมือจากผู้จัดการเจ้าหน้าที่ และสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ได้ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่ได้ให้ความรักและกำลังใจ ให้การสนับสนุน ในระยะเวลาที่ผ่านมา

ขอขอบคุณ คุณแสงจันทร์ ทับสินवल และคุณพรณิชา สุภาวงศ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการใช้งานระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาทุกคน และบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวถึงไว้ในที่นี้ ที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ศุภกานูจน์ จงจตุเทียน

กรกฎาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
กรอบแนวคิดการศึกษา	3
สมมติฐานการศึกษา	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อ	9
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน	17
สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกงิ้ว จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม	21
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือการศึกษา	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก	41
ลักษณะการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการให้บริการ	48
ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการให้บริการสินเชื่อ	54
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มาใช้บริการ	64
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	65
สรุปการศึกษา	65
อภิปรายผล	66
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	73
ก แบบสอบถาม	75
ข ระเบียบสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด	80
ประวัติผู้ศึกษา	85



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียน บางนกแขวกจำกัด ปี 2556 และ ปี2557.....	24
ตารางที่ 2.2 แสดงยอดเงินฝากหมุนเวียน ปี 2556 และ ปี 2557	25
ตารางที่ 2.3 สรุปรายยอดเงินกู้หมุนเวียน	25
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	41
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	42
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพครอบครัว.....	42
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	43
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	43
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	44
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายจ่ายต่อเดือน	44
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์	45
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อสามัญกับสหกรณ์.....	46
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อพิเศษกับสหกรณ์.....	47
ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในภาพรวม	48
ตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านผลิตภัณฑ์.....	49
ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านราคา.....	50
ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านช่องทางการจำหน่าย.....	50
ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านการส่งเสริมการตลาด.....	51
ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านบุคคล.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ.....	53
ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการให้บริการ ของสมาชิกในด้านกระบวนการให้บริการ.....	54
ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	55
ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	56
ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	57
ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้บริการสินเชื่อ.....	58
ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	59
ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	60
ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	61
ตารางที่ 4.26 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก กับการใช้บริการสินเชื่อ.....	62
ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ.....	63
ตารางที่ 4.28 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก.....	64



ฉ

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
------------	-------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ คือ องค์กรธุรกิจที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ซึ่งมีอาชีพเหมือนกัน อาศัยในท้องที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และมีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน จดทะเบียนต่อนายทะเบียนสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ เพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน ปรับปรุงพัฒนาการประกอบอาชีพ สร้างความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และระบบประชาธิปไตยของประเทศ โดยสหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารโดยสมาชิก และเพื่อประโยชน์ของสมาชิก ดำเนินงานโดยยึดหลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ภายใต้อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์

ปัจจุบันสหกรณ์ในประเทศไทย แบ่งเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน ปี 2557 มีจำนวนสหกรณ์ทุกประเภทในประเทศไทย จำนวนกว่า 8,161 แห่ง มีสมาชิกทั้งสิ้นกว่า 1,590 คนต่อสหกรณ์ หรือจำนวนมากกว่า 11 ล้านคน สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจ จำนวน 2,040,787.51 ล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์เครดิตยูเนียน จำนวน 514 แห่ง มีสมาชิกทั้งสิ้น 711,394 คน มีปริมาณธุรกิจ จำนวน 50.89 ล้านบาท (สารสนเทศสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์: 2557)

สหกรณ์เครดิตยูเนียน เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ประชาชนทุกสาขาอาชีพ ซึ่งมีภูมิลำเนาหรือประกอบอาชีพหลักหรือมีวงสัมพันธ์อย่างหนึ่งอย่างใดอยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้น และบุคคลเหล่านั้น มีความปรารถนาจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยวิธีการนำเงินของตนเองมาสะสมไว้เป็นกองทุน สมาชิกทุก ๆ คนจะต้องสะสมเงินตามความสามารถของตนเองเป็นประจำ และสม่ำเสมอตามที่สหกรณ์กำหนด กองทุนที่สมาชิกช่วยกันสะสมนี้ก็จะเงินมากขึ้น สามารถจะให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเดือดร้อนทางการเงิน กู้ยืมไปบำบัดปัญหาและความเดือดร้อนเหล่านั้น พร้อมกับการชำระคืนเงินกู้ของสมาชิกแต่ละคนก็จะสะสมเงินของตนไปในคราวเดียวกันด้วย เงินกู้ก็จะค่อย ๆ หดไป ในขณะที่เงินสะสมก็มีมากขึ้น การดำเนินกิจการจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับกิจกรรมของธนาคาร ได้แก่ รับฝากเงินจากเงินสมาชิก การให้สินเชื่อ

แก่สมาชิก รายได้หลักของเครดิตยูเนียนจะเกิดจากรายได้จากดอกเบี้ยรับ และผลตอบแทนจากการนำเงินไปลงทุน ผลประโยชน์ที่ได้จากจะถูกจัดสรรในรูปของทุนสำรองของเครดิตยูเนียน ทุนสวัสดิการต่างๆ เพื่อให้บริการแก่สมาชิก เงินปันผลสำหรับการถือหุ้นของสมาชิก เงินเฉลี่ยคืนจากการใช้บริการเงินกู้ของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน จึงเป็นสหกรณ์ที่มุ่งหวังในการให้สมาชิกช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บริหารโดยสมาชิกและการทำกิจการทุกอย่าง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสมาชิก โดยยึดหลักคุณธรรม 5 ประการ คือ ซื่อสัตย์ เสียสละ รับผิดชอบ เห็นใจกันและวางใจกัน เป็นหลักสำคัญที่คณะกรรมการและสมาชิกทุกคนถือปฏิบัติและยึดมั่นในการอยู่ร่วมกันในสหกรณ์เครดิตยูเนียน (สำนักนายทะเบียนและกฎหมาย กรมส่งเสริมสหกรณ์: 2557)

สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด เป็นสหกรณ์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสงคราม สมาชิกเป็นชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันในพื้นที่อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม และพื้นที่ใกล้เคียง โดยการสมัครเข้าเป็นสมาชิก และนำเงินของตนมาสะสมไว้ร่วมกันตามความสามารถของแต่ละคน สหกรณ์แห่งนี้จัดเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่มาจากการจัดขนาดสหกรณ์ โดยพิจารณาจากทุนดำเนินงาน รายได้ธุรกิจหลัก และจำนวนสมาชิกตามเกณฑ์ที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด และผ่านเกณฑ์มาตรฐานสหกรณ์ตามหลักเกณฑ์ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ จากสมาชิกเริ่มตั้งในปี 2518 เพียง 14 คน จนปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 จำนวน 16,384 คน ธุรกิจหลักของสหกรณ์ได้แก่ ธุรกิจเงินรับฝาก และธุรกิจสินเชื่อ ผลการดำเนินงาน ณ วันสิ้นปีบัญชี 31 ธันวาคม 2557 สหกรณ์มีรายได้จากดอกเบี้ยรับเงินให้กู้แก่สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 94.30 ของรายได้ทั้งหมด และรายได้ดอกเบี้ยเงินรับฝากและผลตอบแทนจากเงินลงทุน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ของรายได้ทั้งหมด สหกรณ์มีกำไรสุทธิประจำปี 2557 จำนวน 23,457,943.80 บาท (รายงานกิจการประจำปีของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด: 2557)

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจสินเชื่อเป็นธุรกิจที่ทำกำไรให้แก่สหกรณ์ และเป็นธุรกิจที่สมาชิกใช้บริการมากที่สุด เมื่อมองด้านแหล่งเงินทุนของสหกรณ์จะพบว่า เงินทุนของสหกรณ์มาจาก ทุนเรือนหุ้น ทุนสำรอง ทุนสะสมตามข้อบังคับ และเงินรับฝากจากสมาชิก โดยไม่มีการกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนภายนอก สหกรณ์มีการบริหารเงินทุนที่มีอยู่ของตนเองโดยการนำเงินรับฝากไปให้สมาชิกกู้ยืมเป็นส่วนใหญ่ เมื่อวิเคราะห์สภาพทางการเงินของสหกรณ์จากงบการเงินในปีที่ผ่านมา พบว่า สหกรณ์เครดิตยูเนียน บางนกแขวก จำกัด ดำเนินธุรกิจโดยใช้เงินทุนภายในของตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้สอบบัญชีในปี 2557 ด้านความเพียงพอของเงินทุนต่อความเสี่ยง แสดงให้เห็นว่า สหกรณ์แห่งนี้ดำเนินงาน โดยใช้เงินทุนภายในสหกรณ์เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 99.07 ของทุนดำเนินงานทั้งหมด ทุนภายในดังกล่าวมาจากทุนของสหกรณ์ ร้อยละ 68.29 ซึ่งประกอบด้วย ทุนเรือนหุ้น ทุนสำรอง ทุนสะสมตามข้อบังคับฯ และกำไรสุทธิประจำปี ส่วนเงินรับฝากจากสมาชิก

คิดเป็นร้อยละ 30.78 แหล่งเงินทุนเหล่านี้ได้มาจากสมาชิกที่มาจากการใช้บริการกับสหกรณ์ ทำให้ตลอดระยะเวลาเกือบ 40 ปี สหกรณ์มีความเข้มแข็ง และมีฐานะมั่นคงขึ้นตามลำดับ โดยไม่ต้องกู้เงินจากแหล่งเงินทุนภายนอกมาใช้ในการดำเนินธุรกิจแต่อย่างใด (รายงานงานผลการตรวจสอบบัญชีสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม: 2557)

ดังนั้น จากผลการดำเนินงานของสหกรณ์ที่ประสบผลสำเร็จ และเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกสหกรณ์ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดจะมีผลต่อการใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ ซึ่งเป็นธุรกิจหลักที่ทำรายได้ให้แก่สหกรณ์หรือไม่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อสมาชิกสหกรณ์หรือไม่อย่างไร เพื่อให้ผู้บริหารสหกรณ์จะได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข และรักษาระดับคุณภาพการบริการสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสนองความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ได้อย่างถูกต้อง เพื่อสร้างความอยู่ดีมีสุขให้แก่สมาชิกและสหกรณ์ต่อไปได้ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.2 เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.3 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.5 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

3. กรอบแนวคิดการศึกษา

กรอบแนวคิดการศึกษา เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม” ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ตัวแปรอิสระ

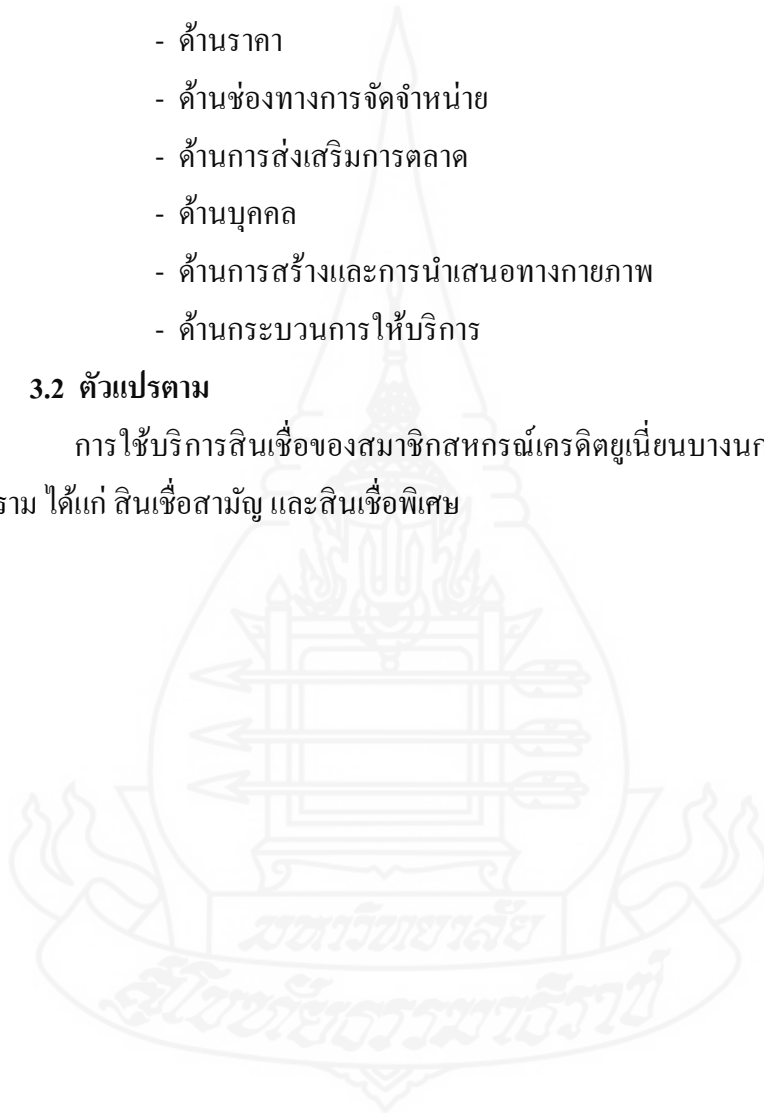
3.1.1 ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายต่อเดือน

3.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคคล
- ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ
- ด้านกระบวนการให้บริการ

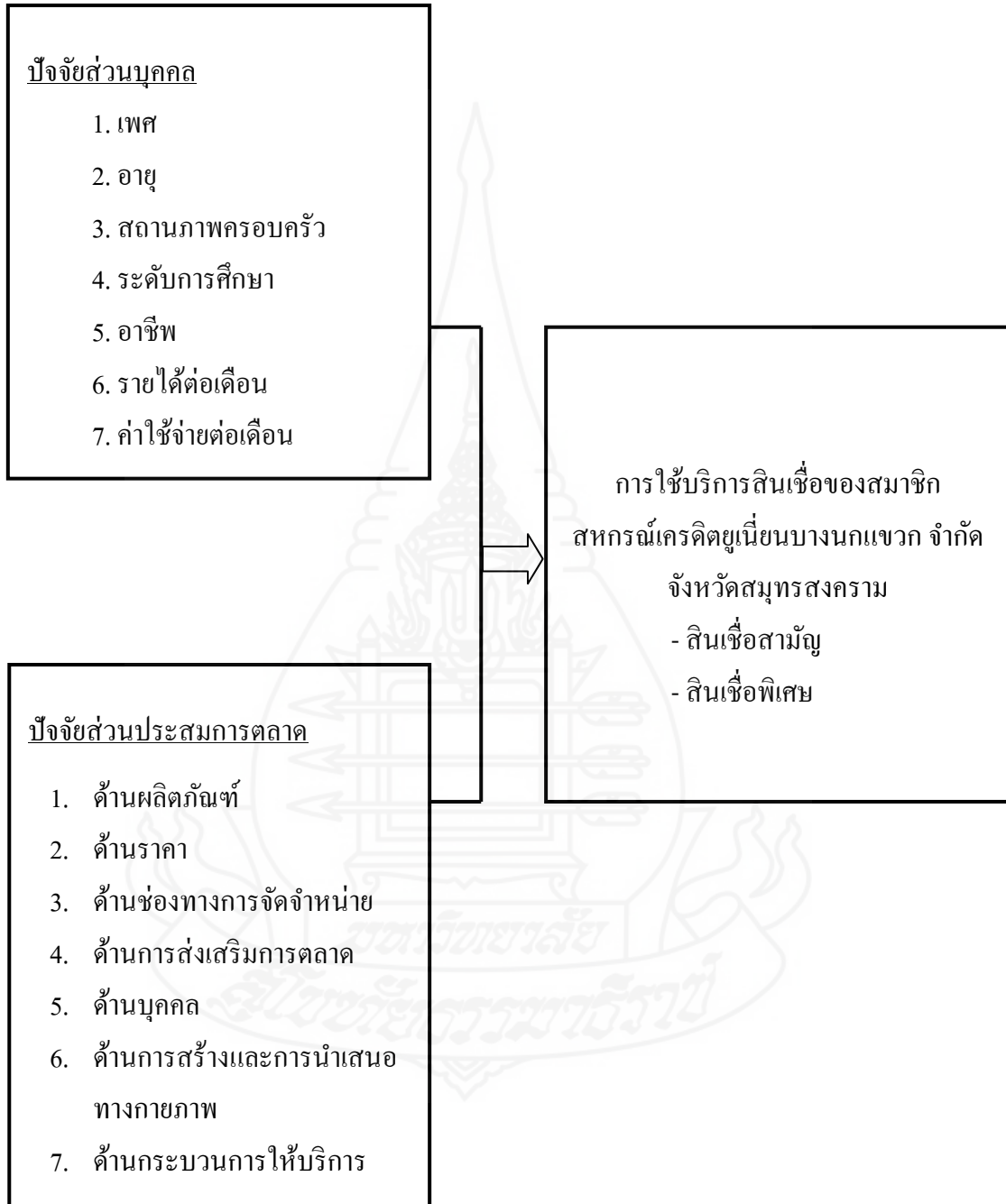
3.2 ตัวแปรตาม

การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ สินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา มีดังนี้

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน
บางนกแขวก จำกัด แตกต่างกัน

4.2 ลักษณะบริการมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน
บางนกแขวก จำกัด แตกต่างกัน

4.3 ปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน
บางนกแขวก จำกัด มีความสัมพันธ์กันทางบวก

4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิต
ยูเนียนบางนกแขวก จำกัด มีความสัมพันธ์กันบวก

5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก
สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม” ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขต
สำหรับการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ จะศึกษาถึงการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน
บางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม เฉพาะด้านบริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งปัจจัย
ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสม
การตลาด

5.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ใช้บริการสินเชื่อ ณ วันสิ้นปีบัญชี 2557 จำนวน 4,348 คน โดยศึกษาจาก
กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน

5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เฉพาะสมาชิกสหกรณ์ผู้มาใช้บริการสินเชื่อระหว่างปี 2555/2556

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

6.2 สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์

6.3 สินเชื่อ หมายถึง เงินจำนวนหนึ่งซึ่งสหกรณ์ให้สมาชิกกู้ยืมไปใช้ประโยชน์ ภายใต้หลักเกณฑ์และวิธีการที่สหกรณ์กำหนด โดยให้ชำระคืนทั้งต้นเงินและดอกเบี้ย ตามที่กำหนดไว้ในสัญญาระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก

6.4 การใช้บริการสินเชื่อ หมายถึง การที่สมาชิกของสหกรณ์มาใช้สินเชื่อในระหว่างปี 2555/2556 เป็นสมาชิกมีหนี้เงินกู้กับสหกรณ์ในสินเชื่อทุกประเภท มีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาการชำระหนี้ในอนาคต

6.4.1 ประเภทสินเชื่อ หมายถึง ประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการ ได้แก่ สินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ

6.4.2 วงเงินสินเชื่อ หมายถึง จำนวนเงินสินเชื่อที่สมาชิกยื่นขออนุมัติใช้บริการจากสหกรณ์

6.5 ปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ หมายถึง สิ่งที่ทำให้สมาชิกตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อ หรือทัศนคติ ส่วนบุคคลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจมาใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ภายใต้ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการประกอบด้วยประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อม

6.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกผู้มาใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน

6.5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อสมาชิก หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้บริหารสหกรณ์สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานและพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านสินเชื่อ

7.2 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการแนะนำ ส่งเสริม พัฒนาการดำเนินธุรกิจและพัฒนาการให้บริการสินเชื่อแก่สหกรณ์ได้

7.3 นักวิชาการและผู้สนใจทั่วไป สามารถนำผลการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษา “ปัจจัยทางส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม” เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา และรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน
3. สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการสินเชื่อ

1.1 ความหมายของสินเชื่อ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสินเชื่อ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ความหมายของสินเชื่อ และกระบวนการสินเชื่อ (คารณี พุทธิวิบูลย์, 2543: 2) ดังนี้

1.1.1 สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้สินค้าหรือบริการหรือเงินจำนวนหนึ่งไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไข และเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคต บุคคล 2 ฝ่าย ที่กล่าวถึงนี้อาจมีการติดต่อกันเป็นรายบุคคล กลุ่มบุคคลหรือนิติบุคคลหรือระหว่างกันก็ได้ และสิ่งที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อจะต้องรับภาระต่อมา คือ ความเสี่ยงด้านสินเชื่อ นอกจากนี้จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเชื่อถือแล้วยังต้องอาศัยหลักประกันซึ่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหรือหลักทรัพย์ที่จะนำมาใช้เพื่อลดความเสี่ยงด้วย

1.1.2 กระบวนการสินเชื่อ แบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

1) รายการสินเชื่อ (Credit Transaction) เริ่มจากการที่บุคคล 2 ฝ่ายตกลงที่จะทำการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขที่จะชำระเงินคืนในอนาคต

2) สถานะทางสินเชื่อ (Credit Standing) เมื่อมีการตกลงจะให้สินเชื่อแล้ว สิ่งที่จะต้องพิจารณาและตัดสินใจขั้นต่อมาคือ สถานะทางสินเชื่อของผู้มาขอว่าดีมาน้อยเพียงใด เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวผลงานชื่อเสียงการดำเนินธุรกิจหรือความสามารถที่จะชำระหนี้หรือไม่ สถานะทางสินเชื่อนี้จะนำมาเป็นตัวบ่งชี้ถึงการยอมรับที่จะให้สินเชื่อภายในวงเงิน เงื่อนไขและเงื่อนไขเวลาอย่างน้อยเท่าใดและอย่างไรบ้างแก่ผู้ขอสินเชื่อแต่ละราย

3) ตราสารสินเชื่อ (Credit Instruments) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการให้สินเชื่อที่จะต้องทำหลักฐานเพื่อแสดงการตกลงเกี่ยวกับวงเงินสินเชื่อ เงื่อนไข และเงื่อนไขที่ทั้ง 2 ฝ่าย คือผู้ขอและผู้ให้สินเชื่อยอมรับ

1.3 ความสำคัญของสินเชื่อ

พศุ ตัฎถาภรณ์ (2533: 373) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสินเชื่อว่า สำหรับสหกรณ์สินเชื่อ นับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อสมาชิกสหกรณ์ นับตั้งแต่การกำเนิดสหกรณ์ขึ้นมาในประเทศไทย ก็เริ่มจากการมีชาวนาได้รับความเดือดร้อนเป็นหนี้สินและถูกนายทุนเอารัดเอาเปรียบ รัฐบาลสมัยนั้น มีความประสงค์ที่จะปลดปล่อยหนี้สิน และเพื่อประกอบอาชีพในการเกษตร แม้ในปัจจุบันจะถูกจัดตั้งขึ้นมากมายหลายประเภท แต่การให้สินเชื่อแก่สมาชิกไม่ว่าในลักษณะการกู้ยืมเงิน การขายสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ และการให้บริการด้วยเงินเชื่อก็ดำเนินการอยู่ในสหกรณ์เกือบทุกประเภท ผลที่เกิดขึ้นจากการให้สินเชื่อย่อมตกแก่ทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายสหกรณ์เองและฝ่ายสมาชิก ผลที่เกิดขึ้นต่อสหกรณ์ก็คือทำให้สหกรณ์สามารถขยายธุรกิจที่ดำเนินการได้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพราะสามารถบริการแก่สมาชิกได้มากขึ้น และตรงกับความต้องการส่วนผลที่เกิดขึ้นกับสมาชิกมีทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ทำให้สมาชิกสามารถปลดปล่อยหนี้สินช่วยขจัดปิดเป่าความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นชั่วระยะหนึ่ง หรือความเดือดร้อนที่คาดไม่ถึง โดยไม่ต้องไปกู้หรือพึ่งพาอาศัยนายทุนที่คอยแต่จะเอารัดเอาเปรียบ ช่วยให้การดำเนินธุรกิจหรือการทำมาหากินดีขึ้นและประสบผลสำเร็จ ตลอดจนทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ดีขึ้นในที่สุด

1.4 หลักการบริหารสินเชื่อ (กลุ่มส่งเสริมพัฒนาธุรกิจด้านสินเชื่อ ธุรกิจการซื้อและบริการ กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2549)

สินเชื่อมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ทั้งต่อผู้บริโภค หน่วยธุรกิจ สถาบันการเงินและรัฐบาล ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารสินเชื่อ เพื่อให้ดำเนินงานเกี่ยวกับการพิจารณาสินเชื่อและการใช้สินเชื่อให้เกิดประโยชน์ และทรงคุณค่าแก่ทุกฝ่าย การบริหารสินเชื่อเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารสินเชื่อทุกคนจะต้องศึกษาทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อนำไปสู่ภาคการปฏิบัติ อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ส่วนที่กล่าวว่าการบริหารสินเชื่อเป็นศาสตร์นั้น

หมายความว่า จะต้องนำหลักเกณฑ์ ทางการทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นหลักคิดพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินงานหรือใช้ประกอบการตัดสินใจ ในส่วนที่ถือว่าการบริหารสินเชื่อเป็นศิลป์นั้น หมายความว่าในการนำเอาหลักคิดทฤษฎีต่างๆ ทางสินเชื่อมาสู่วิธีการปฏิบัติ นั้น จะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์หรือวิธีการที่เหมาะสม โดยผนวกเข้ากับประสบการณ์ และสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม สอดคล้อง ในการบริหารสินเชื่อ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์โดยทั่วไปยังคงใช้กระบวนการตามหลักการบริหารทั่วไปร่วมกับหลักบริหารเฉพาะที่ใช้กับสินเชื่อด้วย

1.5 หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ

กลุ่มส่งเสริมพัฒนาธุรกิจด้านสินเชื่อ ธุรกิจการซื้อและบริการ กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2549) ได้กล่าวถึง “หลักการวิเคราะห์สินเชื่อ” ไว้ว่า ในการบริหารด้านสินเชื่อที่มีประสิทธิภาพนั้น การวิเคราะห์เครดิต (Credit Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการที่ธนาคาร และสถาบันการเงิน โดยทั่วไปใช้ในการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น สภาพคล่อง ความสามารถในการหารายได้ และการชำระหนี้ ความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการดำเนินกิจการ เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการให้เครดิตสินเชื่อหรือขยายสินเชื่อแก่ลูกค้าธนาคาร โดยทั่วไปจะใช้หลักการวิเคราะห์สินเชื่อที่คล้ายคลึงกัน และมีนโยบายหลักในการวิเคราะห์ คือ นโยบาย 5C (C's Policy) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 Character คือ คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ เป็นการวิเคราะห์ถึงอุปนิสัยใจคอ และพฤติกรรมของผู้ขอสินเชื่อ ว่ามีความรับผิดชอบและความเต็มใจในการชำระหนี้มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาได้เป็น 2 ประเภทคือ

1) คุณสมบัติและประวัติส่วนตัว อุปนิสัยทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว อายุ นิติภาวะ การค้า สังคม ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อหนี้สิน ความตรงต่อเวลาในการชำระหนี้ ความสม่ำเสมอในการชำระหนี้ ชื่อเสียงส่วนตัว เป็นต้น

2) คุณสมบัติเฉพาะด้าน เช่น หน้าที่การงาน ความสามารถ ความชำนาญ ประสบการณ์ความคิดความอ่าน เป็นต้น

1.5.2 Capital คือ ทุนของธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์ถึงฐานะการเงิน ซึ่งได้แก่ สินทรัพย์หนี้สิน และ ทุนของธุรกิจนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร สำหรับทุนของธุรกิจนั้น หมายถึง ส่วนที่เจ้าของ หรือผู้ประกอบการนำมาลงไว้ในธุรกิจในการวิเคราะห์จะพิจารณาส่วนของสินทรัพย์ที่มีเหนือหนี้สินเพื่อเป็นหลักประกันความปลอดภัยในกรณีที่คุณสมบัติ และความสามารถ ในการชำระหนี้ของผู้ขอกู้ไม่ค่อยดีนัก โดยดูจากอัตราส่วนกำไรต่อทุนและอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน อย่างไรก็ตาม มีข้อควรระวังว่าส่วนของเจ้าของที่รวมทั้งสินทรัพย์ที่มีตัวตน และไม่มีตัวตนจะมีมูลค่าเท่าใด แยกเป็นสัดส่วนได้หรือไม่ในกรณีที่จะต้องมีการชำระบัญชี

1.5.3 Capacity คือ ความสามารถในการชำระหนี้สิน เป็นการวิเคราะห์สมรรถภาพในการหารายได้ ถ้าเป็นการขอสินเชื่อส่วนบุคคล จะพิจารณาจากคุณสมบัติของ ผู้ขอสินเชื่อ ในรูปค่าจ้างเงินเดือน รายได้อื่น ๆ เป็นหลัก แต่ถ้าเป็นนิติบุคคลจะวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อดูความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ โดยวิเคราะห์ รายได้ รายจ่าย และกำไรของธุรกิจ จะใช้พิจารณาจาก งบการเงิน แผนการบริหารงาน แผนการชำระเงินคืน โดยปกติเงินที่จะนำมาชำระหนี้ควรจะเป็นเงินรับสุทธิจากการดำเนินงาน คือ กำไรของธุรกิจนั่นเอง

1.5.4 Collateral คือ หลักประกัน ในการพิจารณา และตัดสินใจเกี่ยวกับเครดิต หลักประกันเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะตัดสินใจ ต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่นๆ ด้วยประกัน เป็นเพียงการช่วยลดความเสี่ยงภัยทางการเงิน ในกรณีที่ผลการดำเนินงานและฐานะทาง การเงินในอนาคตไม่เป็นไปตามที่คาดคะเนไว้ คือ เปลี่ยนแปลงในทางที่ดี หลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกัน ได้แก่ ที่ดิน โรงเรือน สิทธิการเช่า พันธบัตร หุ้นของบริษัทอื่น หรือ บุคคลที่เชื่อถือได้มาค้ำประกัน

1.5.5 Condition คือ สภาวะการณ์ทั่วไป เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาล การเมือง กฎหมาย ภาษี ดินฟ้าอากาศ การขึ้นราคาของน้ำมันดิบ ปัญหาวัตถุดิบ ปัญหาแรงงานการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะเงินเฟ้อ เทคโนโลยี เทคนิคการผลิต เป็นต้น ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อภาระหนี้ได้จำเป็นต้องวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูล เพื่อประกอบการตัดสินใจ

1.6 มาตรการและวิธีการในการบริหารสินเชื่อ

กลุ่มส่งเสริมพัฒนาธุรกิจด้านสินเชื่อ ธุรกิจการซื้อและบริการ กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2549) ได้กล่าวถึง “มาตรการและวิธีการในการบริหารสินเชื่อ” ไว้ว่า มาตรการและวิธีการในการบริหารสินเชื่อ ของแต่ละองค์กรอาจมีความแตกต่างกัน ในหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติ แต่องค์ประกอบสำคัญในการบริหารสินเชื่อจะมีลักษณะคล้ายคลึงกันคือ

1.6.1 วัตถุประสงค์และนโยบายในการให้สินเชื่อเนื่องจากภายใต้ปัจจัยข้อกำหนด เช่น นโยบายขององค์กร ขอบเขตข้อจำกัดในศักยภาพการดำเนินงาน และกฎหมายที่ควบคุมการประกอบการ เป็นต้น ล้วนเป็นตัวกำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายในการดำเนินงาน ดังนั้น การบริหารสินเชื่อจึงต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายที่องค์กรกำหนด

1.6.2 ผู้บริหารสินเชื่อ โดยจะทำหน้าที่กลั่นกรองและแยกแยะรายละเอียดข้อมูลของผู้ขอสินเชื่อ ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของเอกสาร การวิเคราะห์ ความเหมาะสมของวงเงินที่ขอสินเชื่อ ความเป็นไปได้ของการดำเนินกิจกรรมที่เสนอ การเก็บรวบรวมเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติม และการนำเสนอรายงานเพื่อพิจารณาอนุมัติ โดยทั่วไปเราอาจเรียกว่าพนักงาน วิเคราะห์

สินเชื่อ ซึ่งบทบาทของพนักงานวิเคราะห์สินเชื่อมีความสำคัญมาก ต่อกระบวนการให้สินเชื่อ จึงจำเป็นต้องมีคุณสมบัติ และคุณลักษณะเฉพาะเพื่อให้การบริหารสินเชื่อมีประสิทธิภาพ

1) คุณลักษณะของพนักงานบริหารสินเชื่อที่ดีสมควรมีคุณลักษณะเพื่อเอื้อประโยชน์ต่องานวิเคราะห์สินเชื่อ ดังนี้

(1) มีสติปัญญาในการเรียนรู้ และจดจำสิ่งต่างๆ ได้เป็นอย่างดีสามารถแยกแยะและประมวลผลได้อย่างถูกต้องมีเหตุมีผล

(2) มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง เพียงพอที่จะดำเนินงานด้านนี้ได้ เพราะต้องติดต่อบุคคลจำนวนมากทั้งในและนอกสถานที่ทำงานอยู่เสมอ ๆ

(3) มีบุคลิกน่าเชื่อถือ อารมณ์มั่นคง เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

2) คุณสมบัติพนักงานบริหารสินเชื่อควรมีคุณสมบัติที่เหมาะสม ดังนี้

(1) มีระดับพื้นความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การจัดการ การตลาด การบัญชี การเงิน กฎหมายและพาณิชย์อย่าง ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีวุฒิการศึกษาสูง ด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ

(2) มีความสามารถในการหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยรู้จักแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ รู้จักหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์สินเชื่อที่ถูกต้อง

(3) มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะกับบุคคลทั่วไปได้เป็นอย่างดี เพื่อการสนทนาและการเจรจาเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถตั้งคำถามที่เหมาะสมได้ในเวลาอันสมควร

(4) มีความสนใจและติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่เป็นประจำเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคมเกิดขึ้นรวดเร็ว จึงควรติดตามเพื่อนำมาใช้ปรับปรุงงานวิเคราะห์ของตนเอง ให้ทันสถานการณ์และเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

(5) มีความเข้าใจในนโยบาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดของส่วนงานตนเอง และสามารถชี้แจงกับผู้มาติดต่อได้อย่างถูกต้อง

(6) มีความซื่อสัตย์สุจริตและชอบในงานที่ปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นพื้นฐานเบื้องต้น ที่พนักงานบริหารสินเชื่อจะต้องมี

ทั้งนี้ การทำหน้าที่ของพนักงานบริหารสินเชื่อ ควรมีอิสระในด้านความคิด และไม่ควรถูกกดดัน ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใดผู้หนึ่งโดยเฉพาะและควรตระหนักไว้เสมอว่าผู้บริหารสินเชื่อไม่ได้เป็นผู้ตัดสินความผิดถูกของผู้ขอสินเชื่อ แต่เป็นผู้นำเสนอเหตุผลและข้อเสนอแนะเพื่อผู้อนุมัติตัดสินใจ ถ้าข้อมูลที่ได้รับหรือที่นำมาใช้ไม่ถูกต้องตั้งแต่แรกแล้ว ผลการ วิเคราะห์ก็จะ

ไม่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้บริหารสินเชื่อจะต้องวิเคราะห์บนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้มาโดยถูกต้องและสุจริต ซึ่งความซื่อสัตย์สุจริตนี้ถือเป็น จรรยาบรรณที่สำคัญอย่างยิ่งของผู้บริหารสินเชื่อ

3) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการขอสินเชื่อ ซึ่งอาจเป็นข้อมูลทางกายภาพ หรือ ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งจะต้องครอบคลุมและครบถ้วนเพียงพอต่อการวิเคราะห์สินเชื่อจึงอาจกล่าวได้ในแต่ละประเด็น ดังนี้

(1) ลักษณะข้อมูล ข้อมูลที่สมควรประกอบไปด้วย

ก. มีความถูกต้องและเป็นความจริง กล่าวคือ ควรเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงหรือพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วว่าเป็นจริงและมีความถูกต้อง ไม่เกิดขึ้นจากการสร้างหรือบิดเบือนเพื่อผลประโยชน์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง

ข. มีความครบถ้วนสมบูรณ์ เพียงพอต่อการนำไปใช้ทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ

ค. มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ซึ่งควรที่จะมีการตรวจสอบสถานภาพของข้อมูลก่อนนำไปใช้

ง. มีแหล่งที่มาชัดเจน เพื่อความน่าเชื่อถือและสามารถตรวจสอบหรืออ้างอิงได้

(2) ประเภทของข้อมูล จัดแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

ก. ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นข้อมูลแสดงลักษณะทางกายภาพ เช่น คุณสมบัตินี้ ความรู้ ความชำนาญของผู้ขอสินเชื่อ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลประเภทไม่เป็นตัวเลข แต่เป็นสภาพของผลที่เกิดขึ้นสืบเนื่องจากพฤติกรรมส่วนตัว หรือสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และคาดคะเนไปในอนาคต ยกตัวอย่างข้อมูลประเภทนี้ เช่น วุฒิการศึกษา ประวัติการประกอบอาชีพ ทำเลสถานที่ตั้งโครงการ เป็นต้น

ข. ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่เป็นตัวเลข นำมาใช้ประกอบการคาดคะเนอนาคต ยกตัวอย่าง เช่น งบการเงิน สถิติราคาพืชผล อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

(3) แหล่งที่มาของข้อมูล แหล่งที่มาของข้อมูลสามารถจำแนกได้ 2 ทางคือ

ก. ข้อมูลทางตรง เป็นข้อมูลที่ได้จากผู้ขอสินเชื่อโดยตรง ได้แก่

ก) เอกสารการขอกู้ เป็นข้อมูลที่ผู้ขอสินเชื่อบันทึกไว้ เช่น เอกสารการขอสินเชื่อ และเอกสารโครงการ เป็นต้น รวมทั้งเอกสารประกอบอื่นๆ ที่ผู้ขอสินเชื่อจัดทำไว้

ข) การสัมภาษณ์ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ขอสินเชื่อโดยตรง ซึ่งอาจได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นด้วยการสังเกตบุคลิกลักษณะท่าทาง ความรู้ และพฤติกรรมในระหว่างการสอบถาม

ค) การสำรวจสภาพของจริง เป็นข้อมูลสินเชื่อที่ผู้วิเคราะห์สามารถพิจารณาจากสภาพความจริง เช่น โรงงาน โรงเรือน เครื่องจักร อุปกรณ์ และทำเลที่ตั้ง การดำเนินงาน ของผู้ขอสินเชื่อ เป็นต้น

ข. ข้อมูลทางอ้อม เป็นข้อมูลจากแหล่งอื่นซึ่ง ได้แก่

ก) เอกสารตราทางวิชาการ มักใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และเป็นเอกสารอ้างอิงได้ เช่น รายงานผลการทดลองและผลการวิจัย เป็นต้น

ข) ข่าวสารที่ปรากฏทั่วไปตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น

(4) การจัดการข้อมูล เพื่อให้การวิเคราะห์สินเชื่อเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ จึงควรมีการจัดการระบบข้อมูล ให้เหมาะสมดังนี้

ก. การรวบรวมข้อมูล ผู้วิเคราะห์สินเชื่อควรรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิเคราะห์ไว้ให้ได้มากที่สุด

ข. การตรวจสอบและการคัดเลือก ควรมีการตรวจสอบและคัดเลือกข้อมูลที่มีความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ไว้ให้เพียงพอ โดยจัดแยกประเภทของข้อมูลเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกต่อการใช้งาน

ค. การจัดเก็บข้อมูลอาจใช้เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อความรวดเร็ว ประหยัดเวลา และลดพื้นที่การจัดเก็บเอกสาร

1.7 หลักการบริหารเฉพาะที่ใช้กับสินเชื่อ (<http://www.novabizz.net/credit.html>)

นอกจากการนำหลักการบริหารทั่วไปมาใช้ในการบริหารสินเชื่อแล้วเรายังต้องมีหลักบริหารเฉพาะกับสินเชื่อมาใช้ควบคู่ไปด้วย เพราะในการบริหารธุรกิจสินเชื่อนั้นจะต้องแตกต่างจากธุรกิจการค้าและการให้บริการทั่วไป ในธุรกิจการค้าเมื่อมีการส่งมอบสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น ก็จะมีการชำระราคาของผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการ แต่การให้บริการสินเชื่อนั้น เมื่อมีการส่งมอบสินเชื่อแล้ว การชำระราคา (ดอกเบี้ย) และการส่งคืนต้นเงินกู้จะเกิดขึ้นในภายหลังโดยมีข้อตกลงกันว่าการส่งชำระคืนเมื่อใดและจะชำระราคากันอย่างไร ดังนั้น ในช่วงเวลาที่ยังไม่มีชำระราคา (ดอกเบี้ย) หรือส่งคืนเงินต้นกู้ ผู้ให้กู้ต้องมีความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระหนี้คืนภายในระยะเวลาที่ตกลงกัน ดังนั้น ในการดำเนินงานเกี่ยวกับด้านสินเชื่อควรพิจารณาเพิ่มเติม ดังนี้

1.7.1 การควบคุมลูกหนี้ให้ใช้เงินกู้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์เป็นวิธีการเริ่มต้นที่จะควบคุมให้ลูกหนี้ใช้เงินกู้ให้มีคุณภาพและเกิดประโยชน์มากที่สุด เช่น ถ้าลูกหนี้แจ้งว่าจะขอสินเชื่อเพื่อลงทุนในการปรับปรุงที่ดิน หรือนำไปซื้อเครื่องจักร เครื่องมือการเกษตรก็ต้องมีมาตรการควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินกู้ของลูกหนี้ว่าได้ดำเนินการถูกต้องตามวัตถุประสงค์จริง ๆ มิฉะนั้นเงินไปใช้จ่าย

นอกวัตถุประสงค์ หรือนำเงินไปชำระหนี้บุคคลอื่นที่ต้องเสียดอกเบี้ยที่สูงกว่าเพราะจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการใช้เงินกู้และจะกระทบต่อการชำระหนี้ในที่สุด

1.7.2 การควบคุมให้ลูกหนี้ปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อตกลง ผู้ให้กู้ต้องมีศิลปะในการควบคุมติดตามให้ลูกหนี้ปฏิบัติตามพันธกรณีหรือเงื่อนไขตามสัญญาผูกพันอย่างเคร่งครัดสม่ำเสมอ การละเลยไม่เอาใจใส่ของผู้ให้กู้ อาจเป็นสาเหตุให้ลูกหนี้ละเลยการปฏิบัติตามเงื่อนไขจนเป็นเหตุให้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ในที่สุด เช่น การจ่ายเงินกู้เป็นรายงวดตามความก้าวหน้าของโครงการ เป็นต้น

1.7.3 การช่วยเหลือดูแลการดำเนินงานของลูกหนี้โดยการติดตามผลการประกอบการของลูกหนี้เป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอตามความเหมาะสม เพื่อให้รู้ว่าลูกหนี้แต่ละคนมีสถานะเป็นอย่างไร รวมถึงความเคลื่อนไหวของลูกหนี้และคุณภาพหนี้ว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใด

1.7.4 การดูแลหลักประกันไม่ให้เสื่อมค่า ผู้ให้กู้จะต้องมีการติดตามตรวจสอบหลักทรัพย์หรือสิ่งทีนำมาเป็นหลักประกันเงินกู้ เพื่อมิให้เกิดการกระทำที่มีผลต่อการเสื่อมค่าของหลักประกันในกรณีที่เป็นที่ดินก็ควรมีการติดตามดูแลและการใช้ประโยชน์ของที่ดินในทางที่ไม่ทำให้ที่ดินนั้นเสื่อมค่า เช่น การบุกรุกที่ดิน การขุดหน้าดินขาย กรณีเป็นทรัพย์สินอื่นก็ต้องจัดให้มีการประกันภัยตามสมควร มิฉะนั้นแล้วเวลาที่ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามสัญญา ผู้ให้กู้สามารถที่จะบังคับชำระหนี้เอาจากหลักประกันได้ แต่หากหลักประกันเสื่อมค่าก็จะมีผลเสียหายต่อผู้ให้กู้เพราะจะทำให้ผู้ให้กู้มีโอกาสได้รับชำระหนี้้น้อยลงหรือได้รับชำระคืนไม่เต็มตามจำนวน

1.7.5 การดูแลอายุความและความสมบูรณ์ของเอกสารสัญญา เอกสารสัญญาหรือข้อตกลงต่าง ๆ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับการให้สินเชื่อ หากเอกสารไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ หรือเกิดการชำรุดสูญหาย จะมีผลต่อการบังคับชำระหนี้ได้ ดังนั้น การจัดเก็บเอกสารการกู้ก็จะต้องจัดทำอย่างเป็นระบบและต้องดูแลให้มีความปลอดภัย นอกจากนี้ การดูแลในด้านอายุความของสัญญาก็เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องจัดให้มีระบบการควบคุมที่ถูกต้อง หากมีการปล่อยให้สัญญาขาดอายุความจะมีผลกระทบต่อ การบังคับชำระหนี้ตามกฎหมายได้

1.7.6 การเตรียมมาตรการแก้ไขปัญหาลูกหนี้ หากพบว่ามีปัญหาเกิดขึ้นกับลูกหนี้อันจะมีผลกระทบต่อ การชำระหนี้ ผู้ให้กู้จะต้องมีมาตรการรองรับเพื่อแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ผลสำเร็จของการให้กู้ก็คือการที่ลูกหนี้สามารถชำระหนี้ได้ครบถ้วนภายในเวลาที่กำหนด ดังนั้น หากมีปัญหาลูกหนี้แล้วผู้ให้กู้สามารถให้การช่วยเหลือได้อย่างถูกต้อง และทันต่อเวลาจะมีผลให้ลูกหนี้มีคุณภาพดีขึ้น และมีโอกาสที่ลูกหนี้จะชำระหนี้ได้ตามกำหนด หากมีปัญหาลูกหนี้ไม่สามารถชำระได้ตามกำหนด ก็ควรมีมาตรการอื่นรองรับ เช่น การยืดเวลาในการชำระหนี้ การผ่อนปรนเงื่อนไขการชำระหนี้ การให้เงินกู้เพิ่ม หรือการลดดอกเบี้ยบางส่วนให้แก่ลูกหนี้ เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน

2.1 ความหมายของสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2550: 10-15, 58) ได้กล่าวถึง ความหมายของคำว่า “สหกรณ์” และเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ความหมายของ “สหกรณ์” (Cooperatives) สหกรณ์ คือ องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ความหมายของ “คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Values) สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

ความหมายของ “อุดมการณ์สหกรณ์” (Cooperative Ideology) อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเอง และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี ความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม

ความหมายของ “หลักการสหกรณ์” (Cooperative Principles) หลักการสหกรณ์ คือ แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ คือ

- หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง
- หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย
- หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก
- หลักการที่ 4 การปรกครองตนเองและความเป็นอิสระ
- หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ
- หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์
- หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

ความหมายของ “วิธีการสหกรณ์” (Cooperative Practices) วิธีการสหกรณ์ คือ การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี

2.2 ประเภทของสหกรณ์ วันที่ 29 มิถุนายน 2548 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ออกกฎหมาย เพื่อกำหนดประเภทของสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียนไว้ 7 ประเภท คือ

- 2.2.1 สหกรณ์การเกษตร
- 2.2.2 สหกรณ์ประมง
- 2.2.3 สหกรณ์นิคม
- 2.2.4 สหกรณ์ร้านค้า
- 2.2.5 สหกรณ์บริการ
- 2.2.6 สหกรณ์ออมทรัพย์
- 2.2.7 สหกรณ์เครดิตยูเนียน

2.3 ความหมายของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักนายทะเบียนและกฎหมายสหกรณ์, 2557 ได้กล่าวถึงความหมายของ “สหกรณ์เครดิตยูเนียน” คือ ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ประชาชนทุกสาขาอาชีพ ซึ่งมีภูมิลำเนาหรือประกอบอาชีพหลักหรือมีวงสัมพันธ์อย่างหนึ่งอย่างใดอยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้น และบุคคลเหล่านั้นมีความปรารถนาจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยวิธีการนำเงินของตนเองมาสะสมไว้เป็นกองทุน สมาชิกทุก ๆ คนจะต้องสะสมเงินตามความสามารถของตนเองเป็นประจำและสม่ำเสมอตามที่สหกรณ์กำหนด กองทุนที่สมาชิกช่วยกันสะสมนี้ก็จะเงินมากขึ้นสามารถจะให้สมาชิกที่มีความจำเป็นจะเดือดร้อนทางการเงิน กู้ยืมไปบำบัดปัญหาและความเดือดร้อนเหล่านั้น พร้อมกับการชำระคืนเงินกู้ของสมาชิกแต่ละคน ก็จะสะสมเงินของตนไปในคราวเดียวกันด้วย เงินกู้ก็จะค่อยๆ หดไป ในขณะที่เงินสะสมก็มีมากขึ้น สหกรณ์เครดิตยูเนียนจึงเป็นสหกรณ์ที่มุ่งหวังในการให้สมาชิกช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บริหารโดยสมาชิกและการทำกิจการทุกอย่าง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสมาชิก

2.4 หลักการสหกรณ์เครดิตยูเนียน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักนายทะเบียนและกฎหมายสหกรณ์, 2557 ได้กล่าวถึงหลักการสหกรณ์เครดิตยูเนียน ดังนี้

2.4.1 หลักการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กำหนดขึ้นมาภายใต้ปรัชญาแห่งการร่วมมือกัน คุณค่าของความยุติธรรม ความเสมอภาคและการช่วยเหลือตนเอง แม้การปฏิบัติจะแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาคของโลก แต่หัวใจของการดำเนินงานสหกรณ์เครดิตยูเนียนก็คือการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการอยู่ร่วมกันฉันท์พี่น้อง ที่แสดงออกโดยการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างสรรค์ชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับตนเองและชุมชน

2.4.2 หลักแห่งประชาธิปไตย สหกรณ์เครดิตยูเนียนเปิดรับสมาชิกทุกคน ที่เห็นคุณประโยชน์และประสงค์จะเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในสหกรณ์เครดิตยูเนียน สมาชิกมีสิทธิมีเสียงเสมอภาคกัน (หนึ่งคนหนึ่งเสียง) และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินงานสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยไม่คำนึงถึงจำนวนเงินสะสม/ค่าหุ้น

2.4.3 หลักแห่งการบริการสมาชิก สหกรณ์เครดิตยูเนียนจัดบริการต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ หลังจากที่จัดสรรเงินสำรองตามข้อบังคับ และจ่ายเงินปันผลแก่สมาชิกแล้ว ส่วนเหลือที่เหลือนคงเป็นของสมาชิก เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิก

2.4.4 หลักแห่งการบริการสังคม สหกรณ์เครดิตยูเนียนมุ่งที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาคนและสังคม เสริมสร้างคุณธรรมแก่มวลสมาชิกและชุมชนที่สหกรณ์เครดิตยูเนียนจัดตั้งและดำเนินงานอยู่ สหกรณ์เครดิตยูเนียนจะให้ความสำคัญและให้บริการแก่ทุกคนที่เห็นคุณค่า และต้องการเข้ามามีส่วนร่วมการตัดสินใจต่างๆ จะต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์และประโยชน์ที่จะเกิดกับชุมชน โดยส่วนรวมด้วย

2.5 กิจกรรมในสหกรณ์เครดิตยูเนียน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ สำนักนายทะเบียนและกฎหมายสหกรณ์, 2557 ได้กล่าวถึงกิจกรรมในสหกรณ์เครดิตยูเนียน ดังนี้

2.5.1 การสะสม สมาชิกทุกคนจะสะสมเงินในสหกรณ์ตามกำลังความสามารถ และสะสมอย่างสม่ำเสมอ ตามสัญญาที่ให้ไว้ เมื่อสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์เงินที่สะสมนี้ “ถือเป็นเงินสะสมค่าหุ้น” ที่สมาชิกจะถอนคืนได้ต่อเมื่อลาออกจากการเป็นสมาชิก และทุกสิ้นปีสมาชิกจะได้รับเงินตอบแทน เป็นเงินปันผลค่าหุ้นตามอัตราไม่เกินที่กฎหมายสหกรณ์กำหนดไว้ นอกจากนี้ ถ้าสมาชิกคนใดมีเงิน เหลือใช้ก็สามารถฝากเงินไว้ในสหกรณ์ได้ ซึ่งถือว่าเป็นการสะสมเงินประเภท “เงินรับฝาก” สามารถถอนได้และจะได้รับดอกเบี้ยเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงินอื่น

2.5.2 การกู้ยืมเงิน เมื่อสมาชิกมีความจำเป็นหรือมีความเดือดร้อนก็สามารถกู้ยืมเงินจากสหกรณ์ฯ ไปเพื่อบรรเทาความเดือดร้อน หรือให้นำเงินไปลงทุนเพื่อก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น จำนวนเงินที่จะขอกู้ยืม ได้นั้นขึ้นอยู่กับความจำเป็น ความรับผิดชอบของการสะสมเงินและความสามารถในการชำระคืนของสมาชิกผู้กู้ โดยทางสหกรณ์จะคิดดอกเบี้ยอัตราที่เป็นธรรม

2.5.3 การจัดสวัสดิการ เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับสมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียน ดังนั้น สหกรณ์ฯ แต่ละแห่ง จึงได้กำหนดจัดสวัสดิการต่างๆ ขึ้นเพื่อช่วยเหลือมวลสมาชิกตามกำลังความสามารถของสหกรณ์ / กลุ่มเครดิตยูเนียนนั้นๆ เช่น สวัสดิการเงินกู้ – สวัสดิการเงินสะสม สวัสดิการกองทุนสมทบ สวัสดิการฌาปนกิจกิจสงเคราะห์ สวัสดิการสมาชิกสูงอายุ เป็นต้น

2.6 จิตตารมณ์และคุณธรรมของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

คู่มือสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางกอก จำกัด (2557: 5 – 6) ได้กล่าวถึง คำว่า "จิตตารมณ์ และคุณธรรมของสหกรณ์เครดิตยูเนียน" ดังนี้

2.6.1 จิตตารมณ์เครดิตยูเนียน คือ หลักคุณธรรมที่สมาชิกสหกรณ์ทุกคนพึงมี และต้องยึดถือปฏิบัติ เพื่อการอยู่ร่วมกันนั้นจะได้ออกให้เกิดความสุข ความเจริญ ทั้งต่อตัวเองและ ต่อสังคมส่วนรวม

2.6.2 หลักคุณธรรมตามจิตตารมณ์เครดิตยูเนียน มี 5 ประการ ได้แก่

1) ความซื่อสัตย์ คือ การถือตามสัญญาที่ให้ไว้ เป็นคุณธรรมที่พิสูจน์ตัวเรา ต่อเพื่อนร่วมกลุ่ม เช่น เราสัญญาว่าจะลดหรือ งดสิ่งต่าง ๆ เพื่อเหลือเป็นเงินมาสะสมไว้ในสหกรณ์ หรือเพื่อเตรียมไว้ดับทุกข์ เราจะต้องทำให้ได้โดยถือเอาความซื่อสัตย์ต่อตนเอง และเพื่อนเป็นที่ตั้ง

2) ความเสียสละ คือ การเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง เป็นคุณธรรม ที่พิสูจน์ว่า เรามีน้ำใจต่อเพื่อน สละความสุขส่วนตัวเห็นประโยชน์ส่วนรวม เมื่อนำมาสังกัตรวม เป็นกลุ่มแล้วต้องร่วมศึกษาเรียนรู้ ร่วมแบ่งปันกำลังกายและความคิดเพื่อเพื่อนด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น เสียสละเวลามาร่วมศึกษาแลกเปลี่ยนความคิด เสียสละเวลามาช่วยงานของสหกรณ์เพื่อให้สหกรณ์ เจริญมั่นคง และรับใช้สมาชิกโดยเป็นกรรมการ

3) ความรับผิดชอบ คือ การปฏิบัติตามสัญญาอย่างเคร่งครัด เป็นคุณธรรม ที่เรามีส่วนรับผิดชอบต่อชีวิต เพื่อฝึกความรับผิดชอบ โดยเมื่อเป็นสมาชิกต้องรับผิดชอบสะสมเงิน อย่างสม่ำเสมอ เมื่อกู้ยืมเงินไปแล้วต้องรับผิดชอบการชำระคืนตามสัญญาไม่ต้องให้ติดตามทวงถาม

4) ความเห็นใจกัน คือ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือเพื่อนผู้อื่น เป็นคุณธรรมที่พิสูจน์ว่าเราเห็นใจเพื่อนในกลุ่ม ดันตัว เห็นใจเพื่อนที่ได้รับความเดือดร้อน ความเห็นใจนี้จะต้องแสดงออกในการเข้าช่วยแก้ปัญหา

5) ความไว้วางใจกัน คือ การให้ความไว้วางใจต่อเพื่อนๆ สมาชิกด้วยกัน เป็นคุณธรรมที่พิสูจน์ว่าเราวางใจเพื่อนร่วมสหกรณ์เพราะดำเนินการกันเอง โดยเพื่อนที่อยู่ใน วงสัมพันธ์เดียวกัน

3. สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1 ประวัติความเป็นมา

คู่มือสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด (2557: 2-3) ได้กล่าวถึง “ประวัติความเป็นมา” สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้

สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ก่อตั้งขึ้นโดย บาทหลวงซัยศักดิ์ ศรีทิพย์อาสน์ เจ้าอาวาสอาสนวิหารแม่พระบังเกิด บางนกแขวก ที่ได้นำวิธีการเครดิตยูเนียนเข้ามาเผยแพร่และจัดตั้งสำเร็จ เปิดทำการวันแรก เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2518 ด้วยสมาชิกจำนวน 14 คน ซึ่งรวบรวมเงินสะสมได้ทั้งหมด 210 บาท มีการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารงาน โดยมีนายมานะ กู้ชาติ เป็นประธานคนแรก ที่ทำการแห่งแรก คือ ห้องชั้นล่างของบ้านพักพระสงฆ์ วัดแม่พระบังเกิดบางนกแขวก ซึ่งเป็นเรือนไม้ เปิดทำการเฉพาะวันอาทิตย์เท่านั้น ทำงานโดยอาสาสมัครที่เป็นกรรมการ จดทะเบียนนิติบุคคลตามกฎหมายสหกรณ์ เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2522 เลขทะเบียนที่ กพธ.28/2522 อยู่ในประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์เครดิตยูเนียน และย้ายที่ทำการไปตึกบันเทิงศิลป์ เนื่องจากทางวัดสร้างบ้านพักพระสงฆ์ใหม่ คุณพ่อชวลิต วินิจกุล ได้อนุมัติให้ใช้ตึกบันเทิงศิลป์ ซึ่งอยู่ติด โรงเรียนครุณานุกเคราะห์ เป็นที่ทำการชั่วคราวแห่งที่ 2 มีพนักงานประจำเปิดทำการทุกวันหยุดเฉพาะวันเสาร์และวันหยุดราชการ

สำนักงานสหกรณ์ของตัวเองแห่งแรก ก่อสร้างเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2535 แล้วเสร็จวันที่ 24 พฤศจิกายน 2535 มูลค่าอาคาร 1 ล้าน 5 แสนบาท ปล่อยให้สำนักงานใหม่ เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2536 ต่อมาเมื่อปี 2552 สหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้อาคารสำนักงานเดิมไม่สามารถรองรับงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ ทั้งด้านการทำงานของพนักงานเจ้าหน้าที่และการให้บริการแก่สมาชิก รวมถึงสถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอ อาคารสำนักงานเดิมแม้จะเป็นของสหกรณ์เองแต่ก่อสร้างบนที่ดินของวัดคริสต์บางนกแขวก ซึ่งให้สหกรณ์เช่าอยู่ จะทำสัญญาเช่าปีต่อปี หากวัดไม่ให้เช่า อาคารสำนักงานก็จะตกเป็นของวัด อาคารสำนักงานหลังเดิมยังตัดค่าเสื่อมราคาไม่หมดเหลือระยะเวลาการคิดค่าเสื่อมราคา 3 ปี ด้วยเหตุผลข้างต้น สหกรณ์จึงมีความคิดที่จะจัดหาที่ดินเป็นของสหกรณ์เองและก่อสร้างอาคารสำนักงานขึ้นใหม่ ที่มีขนาดเหมาะสมกับสภาพงานและจำนวนสมาชิกในปัจจุบัน การดำเนินการจัดหาที่ดินและสร้างอาคารสำนักงานดังกล่าว สหกรณ์ได้จัดทำโครงการในลักษณะแผนงาน แล้วนำเสนอที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสหกรณ์เพื่อพิจารณา เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2551 ซึ่งที่ประชุมใหญ่ได้มีมติเห็นชอบแผนงานและอนุมัติงบประมาณให้สหกรณ์จัดซื้อที่ดิน ปรับปรุงที่ดิน ก่อสร้างกำแพง และจัดทำแบบแปลน ในปี 2551 ส่วนการสร้างอาคารสำนักงาน หากดำเนินการได้ทันในปี 2551 ก็ให้

ดำเนินการไปก่อน แล้วค่อยนำเสนอรายละเอียดการก่อสร้างและงบประมาณ เพื่อให้ที่ประชุมใหญ่
สามัญประจำปีรับทราบในคราวประชุมครั้งต่อไป

สหกรณ์ได้ดำเนินการจัดหาที่ดิน เนื้อที่ 4 ไร่ และก่อสร้างอาคารสำนักงาน 3 ชั้น
ขนาดกว้าง 12 เมตร ยาว 16 เมตร พร้อมจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ จัดจ้างวิศวกรเขียนแบบ และจ้างเหมา
ก่อสร้าง ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 45,000,000 บาท ซึ่งงบประมาณดังกล่าวมาจากเงินทุนของสหกรณ์เอง
ซึ่งแล้วเสร็จ เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2554 และเปิดทำการ ณ ที่สำนักงานใหม่ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554

3.2 การรับสมัครสมาชิก

คู่มือสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด (2557: 12) ได้กล่าวถึง “การรับ
สมัครสมาชิก” ไว้ดังนี้

ผู้ที่เข้าเป็นสมาชิกต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

3.2.1 เป็นบุคคลธรรมดา สัญชาติไทยและอายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป

3.2.2 ตั้งบ้านเรือนอยู่ท้องที่ ทุกตำบลของอำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม
และตำบลใกล้เคียงตามประกาศของสหกรณ์

3.2.3 เป็นผู้มีความประพฤติและนิสัยดีงาม

3.2.4 ไม่เป็นคนไร้ความสามารถหรือเสมือนไร้ความสามารถ ซึ่งไม่สามารถจัด
งานของตนได้หรือจัดกิจการไปในทางที่อาจจะเสื่อมเสียแก่ทรัพย์สินของตนเองหรือครอบครัว
ไม่เป็นผู้เสพหรือขายยาเสพติด ไม่เล่นการพนันหรือเสพสุราเป็นอาจินต์

3.2.5 เป็นผู้เห็นชอบในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ และพร้อมที่จะปฏิบัติตาม
ระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์

3.2.6 มิได้เป็นสมาชิกในสหกรณ์เครดิตยูเนียนอื่น

3.3 เขตรับสมัครสมาชิก

คู่มือสมาชิก สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด (2557: 12 – 13) ได้กล่าวถึง
“เขตรับสมัครสมาชิก” ไว้ดังนี้

3.3.1 สหกรณ์รับสมัครสมาชิก เฉพาะผู้ที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ในเขตต่อไปนี้

1) ทุกตำบลของอำเภอบางคนที่

2) ตำบลใกล้เคียง ได้แก่ ตำบลทุ่งกระถิน ตำบลทุ่งน้ำวน ตำบลสี่หมื่น ตำบล
บางป่า ตำบลดำเนินสะดวก ตำบลตาหลวง ตำบลศรีสุราษฎร์ ตำบลท่านัด ตำบลขุนพิทักษ์ ตำบลบางช้าง
สำหรับในเขตตำบลแพงพวยนั้น รับเฉพาะหมู่ 1,2,3,4,8,11 และ 12 และตำบลเหมืองใหม่ รับเฉพาะ
หมู่ 1,2,7,8,9,10

3.3.2 บุคคลใดอยู่นอกเขตและย้ายเข้ามาในทะเบียนบ้านในเขตดังกล่าวข้างต้น สหกรณ์จะรับสมัครเฉพาะกรณีต่อไปนี้เท่านั้น

- 1) บุคคลนั้นเป็นบุตรของเจ้าของบ้านหรือเจ้าบ้าน
- 2) บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ทางสายเลือดหรือทางการสมรสกับเจ้าของบ้านหรือเป็นเขย สะใภ้ ของเจ้าของบ้านนั้น ๆ จะต้องย้ายเข้ามาไม่น้อยกว่า 3 ปี
- 3) บุคคลนั้นขอทะเบียนบ้านใหม่ต้องไม่น้อยกว่า 3 ปี
- 4) บุคคลที่อาศัยอยู่ในบ้านเช่าต้องมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านนั้นไม่น้อยกว่า 5 ปี

3.4 การดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางกแขวก จำกัด

รายงานกิจการประจำปีสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางกแขวก จำกัด (2557) สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางกแขวก จำกัด บริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ให้มีอำนาจที่ดำเนินกิจการทั้งปวงของสหกรณ์ มีคณะกรรมการทั้งสิ้นจำนวน 15 คน ประกอบด้วยประธานกรรมการ 1 คน และกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 14 คนคณะกรรมการดังกล่าว มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบเป็น 3 คณะ ได้แก่

3.4.1 คณะกรรมการอำนวยการ เป็นผู้ดำเนินการแทนคณะกรรมการดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย และตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งของสหกรณ์ มีหน้าที่ในการควบคุม การเข้า – ออกของสมาชิก ควบคุมเรื่องการรับ – จ่ายเงิน การฝาก การรักษาเงิน ควบคุมการจัดทำบัญชี แผนงาน นิติกรรมต่าง ๆ ควบคุมดูแลการจัดทำงบดุล พิจารณาแผนงานและงบประมาณ รายจ่ายประจำปีต่าง ๆ

3.4.2 คณะกรรมการเงินกู้ มีอำนาจในการพิจารณาวินิจฉัยอนุมัติการให้เงินกู้แก่สมาชิกตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติและคำสั่งของสหกรณ์

3.4.3 คณะกรรมการการศึกษา มีอำนาจและหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติและคำสั่งของสหกรณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ อบรม เผยแพร่ ข่าวสารต่างๆ

ผลการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางกแขวก จำกัด จากข้อมูล ณ วันสิ้นปีบัญชี 2557 มีจำนวนสมาชิกเมื่อต้นปี 16,182 คน ระหว่างปีมีสมาชิกเข้าใหม่ 526 คน ออกจากสหกรณ์ 207 คน เสียชีวิต 117 คน จำนวนสมาชิกคงเหลือ ณ วันสิ้นปี 16,384 คน มีทุนดำเนินงาน ณ วันสิ้นปีทั้งสิ้น 388,979,047 บาท มีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 2,709,833.79 บาท ซึ่งเป็นกำไรที่มาจากรายได้ดอกเบี้ยรับจากการให้สินเชื่อแก่สมาชิก จำนวน 44,735,103 บาท เป็นกำไรที่สูงกว่างบประมาณรายได้ที่สหกรณ์ได้กำหนดไว้ในแผนจำนวน 135,103 บาท

ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
ปี 2556 และ ปี 2557

รายการ	ปี 2556 (บาท)	ปี 2557 (บาท)
จำนวนสมาชิก	16,182 คน	16,384 คน
เงินให้กู้ระหว่างปี	323,440,320.00	327,970,987.00
รับชำระคืนเงินกู้ระหว่างปี	286,517,121.00	297,863,400.00
ลูกหนี้เงินกู้	504,435,469.00	534,543,047.00
เงินรับฝาก	504,435,469.00	255,094,808.10
ทุนเรือนหุ้น	364,147,798.00	388,979,047.00
ทุนสำรอง	20,106,062.72	22,229,438.43
ทุนสะสมอื่น ๆ	4,649,376.50	4,508,887.50
รายได้ทั้งปี	44,727,697.60	48,612,203.28
รายจ่ายทั้งปี	23,979,587.59	25,154,259.48
กำไรสุทธิประจำปี	20,748,110.11	23,457,943.80
ทุนดำเนินงาน	596,589,498.45	699,699,235.65

ที่มา : รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ ปี 2557, สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม

สหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจ 2 ประเภท ได้แก่

1) ธุรกิจเงินรับฝาก โดยสหกรณ์เปิดบริการให้สมาชิกใช้บริการฝากโดยอิสระ

2 ทางเลือก คือ

(1) ฝากออมทรัพย์ธรรมดา โดยมีการกำหนดดอกเบี้ยตามประกาศของสหกรณ์ ฝากหรือถอนได้อิสระ ไม่มีเงื่อนไขบังคับ ทบดอกเบี้ยเข้าบัญชีผู้ฝาก ปีละ 2 ครั้ง คือวันที่ 30 มิถุนายน และ 31 ธันวาคม ดอกเบี้ยได้เต็มไม่เสียภาษี

(2) ฝากออมทรัพย์พิเศษ โดยกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของสหกรณ์ เปิดบัญชีครั้งแรกไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท ฝากครั้งต่อไปเมื่อไรก็ได้ แต่การฝากแต่ละครั้งต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาท ทบดอกเบี้ยเข้าบัญชีผู้ฝากปีละ 2 ครั้ง เช่นเดียวกันฝากออมทรัพย์ธรรมดา และดอกเบี้ยได้เต็มไม่เสียภาษี

ตารางที่ 2.2 แสดงยอดเงินฝากหมุนเวียน ปี 2556 และ ปี 2557

รายการ	ปี 2556 (บาท)	ปี 2557 (บาท)
ต้นปียกมา รวม 2 ประเภท	170,650,846.27	182,165,627.24
- ฝากเพิ่มระหว่างปี	142,790,405.17	196,491,006.66
- ถอนระหว่างปี	131,275,624.20	123,561,826.80
ยอดสิ้นปี รวม 2 ประเภท	182,165,627.24	255,094,808.10

ที่มา : รายงานกิจการประจำปี 2557, สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวกจำกัด

2) **ธุรกิจสินเชื่อ** คณะกรรมการได้กำหนดระเบียบว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก พ.ศ. 2556 โดยกำหนดจำนวนเงินกู้สูงสุดไม่เกินเงินสะสมค่าหุ้นบวกกับเงินสองแสนบาท มีรายละเอียดดังนี้

- (1) ผู้กู้เป็นสมาชิกไม่ครบ 1 ปี ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 90 ของเงินหุ้นผู้กู้
- (2) ผู้กู้เป็นสมาชิกครบ 1 ปีขึ้นไป ให้กู้ได้ไม่เกิน 2 เท่าของเงินหุ้นผู้กู้
- (3) ผู้กู้เป็นสมาชิกครบ 2 ปีขึ้นไป ให้กู้ได้ไม่เกิน 3 เท่าของเงินหุ้นผู้กู้
- (4) ผู้กู้เป็นสมาชิกครบ 5 ปีขึ้นไป ให้กู้ได้ไม่เกิน 4 เท่าของเงินหุ้นผู้กู้
- (5) ผู้กู้เป็นสมาชิกครบ 10 ปีขึ้นไป ให้กู้ได้ไม่เกิน 5 เท่าของเงินหุ้นผู้กู้
- (6) กำหนดจำนวนเงินกู้สูงสุดแต่ละรายต้องไม่เกินเงินสะสมค่าหุ้นผู้กู้บวกกับเงิน 2 แสนบาท
- (7) การกู้พิเศษ จำนวนเงินกู้พิเศษให้สมาชิกกู้ได้ไม่เกิน 3,000,000 บาท
- (8) ดอกเบี้ยเงินกู้ทุกประเภท เป็นไปตามที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนด

ตารางที่ 2.3 สรุปยอดเงินกู้หมุนเวียน

รายการ	ปี 2556 (บาท)	ปี 2557 (บาท)
ยอดเงินให้กู้ต้นปี	467,512,270.00	504,435,469.00
- ให้กู้ระหว่างปี	323,440,320.00	327,970,987.00
- ชำระคืนระหว่างปี	286,517,121.00	297,863,400.00
ยอดเงินให้กู้สิ้นปี	504,435,469.00	534,543,047.00

ที่มา : รายงานกิจการประจำปี 2557, สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด

สหกรณ์ให้สินเชื่อแก่สมาชิกระหว่างปี 2557 เป็นสินเชื่อประเภทสามัญ 3,872 สัญญา จำนวนเงิน 154,237,887 บาท และสินเชื่อประเภทพิเศษ 476 สัญญา จำนวนเงิน 173,733,100 บาท ซึ่ง ณ วันสิ้นปีมีสินเชื่อคงเหลือ สินเชื่อประเภทสามัญ 7,454 สัญญา เป็นเงิน 384,817,705 บาท และสินเชื่อประเภทพิเศษ 921 สัญญา จำนวนเงิน 249,725,342 บาท

ผลการตรวจสอบกิจการของสหกรณ์ ปี 2557 โดยผู้ตรวจสอบบัญชี สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์สมุทรสงคราม รายงานว่า ในภาพรวม สถานะทางการเงินของสหกรณ์อยู่ในเกณฑ์ดี สหกรณ์มีสภาพคล่องทางการเงินและเพียงพอต่อการบริหารจัดการ และการให้บริการสินเชื่อแก่สมาชิก

3.5 หลักการให้เงินกู้แก่สมาชิกสหกรณ์ (ระเบียบสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบางนกแขวก จำกัด ว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก : 2556)

3.5.1 สหกรณ์ให้เงินกู้แก่สมาชิก 2 ประเภท คือ

1) เงินกู้สามัญ

- (1) สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้สามัญ ให้เสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้
- (2) ผู้จัดการสหกรณ์มีอำนาจพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินกู้สามัญแก่สมาชิกในกรณีขอกู้ไม่เกินร้อยละ 90 ของหุ้นผู้ขอกู้ แล้วรายงานให้คณะกรรมการเงินกู้ทราบในการประชุมครั้งต่อไป
- (3) คณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจพิจารณาให้เงินกู้สามัญแก่สมาชิกตามที่เห็นสมควร โดยอยู่ในเงื่อนไขดังนี้
- (4) คณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจในการลดสิทธิการกู้ของผู้ขอกู้ตามข้อ (3) ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายแก่สหกรณ์ โดยให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์

2) **เงินกู้พิเศษ** หมายถึง การให้เงินกู้แก่สมาชิกโดยมีเงื่อนไขดังนี้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน

- (1) สมาชิกจะขอกู้พิเศษ ต้องเสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดให้
- (2) คณะกรรมการอำนวยการและคณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจพิจารณาให้เงินกู้พิเศษแก่สมาชิกโดยให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์
- (3) สมาชิกจะเป็นหนี้เงินกู้สามัญและเงินกู้พิเศษ ต่อสหกรณ์ในเวลาเดียวกันไม่ได้

3.5.2 หลักประกันเงินกู้

1) ผู้กู้เงินทุกประเภทต้องทำหนังสือกู้เงินให้ไว้ต่อสหกรณ์ ตามแบบที่ สหกรณ์กำหนด

2) หลักประกันเงินกู้สามัญ

(1) ถ้าขอกู้ไม่เกินร้อยละ 90 ของเงินสะสมค่าหุ้นผู้ขอกู้ ไม่ต้องมี หลักประกันอย่างอื่น

(2) ถ้าขอกู้เกินร้อยละ 90 ของเงินสะสมค่าหุ้นผู้ขอกู้ ให้มี บุคคลค้ำประกันดังนี้

ก. ขอกู้เกินเงินสะสมค่าหุ้นไม่ถึง 5 หมื่นบาท ต้องมีผู้ค้ำประกัน อย่างน้อย 1 คน

ข. ขอกู้เงินสะสมค่าหุ้นตั้งแต่ 5 หมื่นบาทขึ้นไป ต้องมีผู้ค้ำประกัน อย่างน้อย 2 คน

ค. ขอกู้เงินสะสมค่าหุ้นตั้งแต่ 1 แสนบาทขึ้นไป ต้องมีผู้ค้ำประกัน อย่างน้อย 3 คน

คณะกรรมการเงินกู้ต้องขอเพิ่มผู้ค้ำประกัน เมื่อเห็นว่าอาจจะก่อให้เกิด ความเสียหายแก่สหกรณ์

ผู้ค้ำประกันรายใดถูกให้ออกจากสหกรณ์ ไม่เป็นเหตุให้ผู้ค้ำประกัน หายจากการค้ำประกัน จนกว่าผู้กู้ชำระหนี้เสร็จสิ้นหรือจัดให้มีผู้ค้ำประกันแทน

3) กรณีต่อไปนี้งห้ามเป็นผู้ค้ำประกัน

(1) เป็นคู่สมรสของผู้ขอกู้ ไม่ว่าจะจดทะเบียนสมรสหรือไม่ก็ตาม

(2) เป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ของสมาชิกจำนวน 2 ราย

(3) เป็นคู่ค้ำกันและกัน รวมถึงระหว่างคู่สมรสกับคู่สมรสของคู่ค้ำกันและกัน

(4) มีรายได้รวมกันกับผู้ขอกู้

กรณีนอกเหนือจากข้างต้น ให้คณะกรรมการเงินกู้พิจารณาตามที่เห็นสมควร

4) หลักประกันเงินกู้พิเศษ ให้มีโฉนดที่ดินที่อยู่ในเขตรับสมาชิกปลอด จากภาระจำนองรายอื่น จดทะเบียนจำนองเป็นประกัน

คณะกรรมการอำนวยการอาจพิจารณาให้มีโฉนดที่ดินที่อยู่นอกเขตรับ สมาชิกปลอดจากภาระจำนองรายอื่น จดทะเบียนจำนองเป็นประกันก็ได้

ให้คณะกรรมการอำนวยการรับผิดชอบในการตรวจสอบ ประเมินราคา และจดจำนองที่ดิน โดยผู้ขอกู้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เว้นแต่ที่ดินนั้นอยู่นอกเขตรับสมาชิก

คณะกรรมการอำนวยการอาจเรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นก็ได้

5) เงินงวดชำระหนี้เงินกู้ ทั้งเงินกู้สามัญและเงินกู้พิเศษ ให้ชำระคืนเงินต้น พร้อมดอกเบี้ยเป็นงวดเดือนทุกเดือน ส่วนจำนวนเงินงวดชำระหนี้ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์

6) ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าปรับ

(1) ให้เรียกดอกเบี้ยเงินกู้ทุกประเภท ในอัตราไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี โดยคำนวณตามจำนวนเงินต้นคงเหลือเป็นรายวัน ตั้งแต่วันถัดจากวันรับเงินกู้ จนถึงชำระคืนเงินกู้เสร็จสิ้น ให้คณะกรรมการดำเนินการกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่แน่นอน และประกาศให้สมาชิกทราบเป็นคราว ๆ ไป

(2) ถ้าผู้กู้ไม่ชำระดอกเบี้ยในเดือนใดเดือนหนึ่ง เดือนที่ไม่ชำระดอกเบี้ยนั้นถือว่าผิดสัญญาต้องเสียค่าปรับ อัตราค่าปรับคิดร้อยละ 20 ของดอกเบี้ยที่ต้องชำระ

7) การควบคุมหลักประกันและการเรียกคืนเงินกู้

(1) ให้ผู้จัดการตรวจตราควบคุมให้ผู้กู้ทุกรายมีหลักประกันตามที่กำหนดในระเบียบนี้ หากหลักประกันของผู้กู้อยู่ใดเกิดบกพร่องอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สหกรณ์ ต้องให้ผู้กู้จัดการแก้ไขให้คืนดี แล้วรายงานให้คณะกรรมการอำนวยการทราบโดยเร็ว

(2) ในกรณีใดๆ ต่อไปนี้ ให้ถือว่าเงินกู้ไม่ว่าประเภทใดๆ เป็นอันถึงกำหนดส่งคืนโดยสิ้นเชิงพร้อมทั้งดอกเบี้ยในทันที โดยมีพักค้ำจนถึงกำหนดเวลาที่ให้ไว้ และให้คณะกรรมการดำเนินการจัดการเรียกคืนโดยมิชักช้า ดังนี้

ก. เมื่อผู้กู้ออกจากสมาชิกภาพของสหกรณ์ไม่ว่าเพราะเหตุใด

ข. ปรากฏว่า ผู้กู้นำเงินไปใช้ผิดจากวัตถุประสงค์และโครงการตามที่คณะกรรมการเงินกู้อนุมัติ

ค. เมื่อคณะกรรมการดำเนินการเห็นว่า หลักประกันสำหรับเงินกู้อยู่ใดเกิดบกพร่อง และผู้กู้มิได้จัดการแก้ไขให้คืนดีภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนด

ง. ขาดการส่งชำระหนี้เงินกู้ตามที่กำหนดเป็นเวลา 3 เดือน ติดต่อกัน

(3) ในกรณีที่ผู้ค้ำประกันจะต้องรับผิดชอบชำระหนี้แทนผู้กู้ตามความในข้อ (2) และไม่สามารถชำระหนี้คืนโดยสิ้นเชิงได้ เมื่อผู้ค้ำประกันร้องขอ คณะกรรมการเงินกู้หรือคณะกรรมการอำนวยการอาจผ่อนผันให้ผู้ค้ำประกันชำระหนี้เป็นงวดจนครบจำนวน ตามที่ผู้กู้ได้ทำหนังสือกู้ให้ไว้ต่อสหกรณ์ก็ได้ แล้วรายงานให้คณะกรรมการดำเนินการทราบ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด

4.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) ให้ความหมายของ “ส่วนประสมการตลาด” ว่าเป็น การที่มีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขยายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจะบริโภคเพราะมองเห็นว่ามีความคุ้มค่า รวมไปถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

พิบูล ทิปะपाल (2553: 14) ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด ว่าบทบาทสำคัญมากทางการตลาดเพราะเป็นการรวบรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานแม้ว่าเราจะได้ทำการวิเคราะห์เลือกตลาดเป้าหมายอย่างดีที่สุดแล้ว แต่การที่จะพัฒนาส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมายไม่ใช่ของง่าย ทั้งนี้เนื่องจากว่า เรามีวิธีการที่จะเลือกกระทำได้หลายทางที่จะตอบสนองความต้องการของเขา เมื่อวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวซึ่งนักการตลาดจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อดำเนินงาน

ฟิลิปส์ คอรัลเลอร์ (Philip Kotler, 2003: 98) ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาดว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547: 12) ที่ได้อธิบายไว้ว่า “การส่งเสริมการตลาด” เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมหรือรับบริการ ส่วนในกรณีของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆอาจเป็นเพียงข้อมูลที่ใช้ประกอบในการตัดสินใจ ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

จากการให้ความหมายส่วนประสมการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่าส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจกรรมผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ

4.2 องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้า แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4P’s” อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับธุรกิจบริการได้มีการพัฒนาขึ้นซึ่งจะประกอบด้วย

ปัจจัย 7 ประการ คือ “7P’s” ส่วนประสมการตลาดที่ปรับปรุงใหม่เพิ่มปัจจัยขึ้นอีก 3 ประการ ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยทั้ง 7 ประการนี้จะปัจจัยที่สามารถใช้เป็นหลักของธุรกิจบริการต่างๆ และ หากธุรกิจดังกล่าวขาดปัจจัยหนึ่งใดไปก็อาจส่งผลถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้ (Jerrome Mc Carthy. 1990: 233-235; อ้างอิงจาก สมยศ ฤทธิสุขสกุล. 2547: 30-31)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 337-339) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P’s ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือสิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์
5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กรเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 58) ได้กล่าวว่า “พนักงานขาย” ต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกดี พูดยาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะการสร้างและนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

จากการศึกษาถึงเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's ทำให้ทราบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำตัวแปรองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการต่าง ๆ ดังที่กล่าวมา รวมเข้ามามีพิจารณาในฐานะตัวแปรอิสระในกรอบแนวคิดการศึกษาเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชนิวรรณ มรกต (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัดสระบุรี จำกัด การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อ 2) รูปแบบการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ 6) ข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ศึกษาระดับอนุปริญญาตำแหน่งดาบตำรวจ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อ

เดือน 20,001-30,000 บาท และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,001 -20,000 บาท 2) รูปแบบการให้บริการ ด้านสินเชื่อ ส่วนใหญ่ให้บริการสินเชื่อเงินกู้สามัญ วงเงิน 1,000,001 ขึ้นไป แต่ไม่เกิน 1,500,000 บาท ได้รับการอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้ และกู้เพื่อการใช้จ่ายใช้จ่ายอื่นๆ มีความถี่ในการให้บริการมากกว่า 12 เดือน/ครั้ง 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการให้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ 4) เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยและรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการให้บริการสินเชื่อ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา/ตำแหน่ง และสถานภาพครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อฉุกเฉินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการให้บริการสินเชื่อสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการให้บริการสินเชื่อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อฉุกเฉิน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกายภาพมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 6) ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่สำคัญ คือ สหกรณ์ควรมีรูปแบบการให้บริการแก่สมาชิกที่หลากหลาย รูปแบบและเหมาะสมกับความต้องการของสมาชิก

ปรเมศวร์ ชูชาติ (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล การศึกษารุ่นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในการให้บริการสินเชื่อ 2) การให้บริการสินเชื่อของสมาชิก 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อ 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการให้บริการสินเชื่อ 5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อ 6) ข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ สถานภาพ โสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท 2) การให้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่ให้บริการสินเชื่อสามัญ วงเงิน 100,000 ถึง 1,000,000 บาท ได้รับการอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้และกู้เพื่อใช้จ่ายอื่นๆ มีความถี่ในการให้บริการมากกว่า 12 เดือน/ครั้ง 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการให้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกรายปัจจัยที่สมาชิกให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกใช้บริการ พบว่า เพศ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุ อาชีพ รายได้และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อพิเศษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อเงิน สินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านรายได้รวมเฉลี่ยและรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน โดยสมาชิกที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน 6) ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่สำคัญ คือ สหกรณ์ควรคำนึงถึงความสามารถการชำระหนี้ วิเคราะห์การให้สินเชื่ออย่างรัดกุม ติดตามการใช้เงินกู้ของสมาชิกให้ตรงตามวัตถุประสงค์

สมชาย คมพงษ์ปภา (2553: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 มีอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีจำนวน 226 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.9 มีอาชีพเกษตรกร มีจำนวน 211 คน มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 60.2 และมีสถานภาพสมรส มีจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 2) โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการของการบริการ ตามลำดับ 3) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีผลต่อความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส

บงกช ทราชคำ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด 2) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของสมาชิกในการเลือกใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรปรับปรุงแก้ไข เรียงลำดับตามความสำคัญจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านราคา ควรมีการแยกอัตราดอกเบี้ยประเภทเงินกู้ และไม่ควรมีการเก็บค่าประเมินที่ดิน ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการเพิ่มวงเงินกู้ และเพิ่มระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้สิน ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ และทำการ ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดพนักงานฝ่ายสินเชื่อโดยเฉพาะและรับเอกสารของสมาชิกทางไปรษณีย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดแยกพื้นที่ในการจอร์ดรระหว่างพนักงานกับสมาชิกหากมีการสร้างหรือย้ายสำนักงานใหม่ควรตั้งอยู่ใกล้สถานที่ราชการ ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ควรจัดพื้นที่ให้สมาชิกที่รอการให้บริการให้กว้างขึ้น และควรจัดป้ายบอกแผนกให้ชัดเจน และด้านบุคลากร ควรมีการอบรมพนักงานให้รู้ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และพนักงานควรมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดีรวมทั้งใช้คำพูดที่สุภาพ

นายบุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านาคกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านาคกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4 โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix) 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสินเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา และผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ให้

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และ 3.67 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ, ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ, ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ, ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27, 3.16, 3.14, 2.99 และ 2.72 ตามลำดับ

จิรวดี อภิวงค์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกร 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของเกษตรกร 3) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกร

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลคือ ระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัว ต่อปีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย เคมีภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าแรงงาน ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ และการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เช่นที่ดิน อาคาร เครื่องจักรกลการเกษตร เหมือนกัน ยกเว้นการจ่ายค่าซ่อมแซมเครื่องมือ 2) ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและด้านราคา 3) ข้อเสนอแนะควรมีนโยบายด้านสินเชื่อใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกลุ่มอาชีพ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ประเภทเงินกู้ ตามระยะเวลาการให้กู้ และควรมีดัชนีฤดูกาล ตลอดจนวงจรการผลิตของผลิตผลทางการเกษตรมาประกอบการอนุมัติสินเชื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพพร้อมกับกำหนดอัตราดอกเบี้ย และจำนวนงวดชำระที่เอื้อประโยชน์ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ควรลดระยะเวลาและขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อให้สั้นลง

วรพร ดอกเทียน (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกการใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด ตามลักษณะปัจจัยบุคคล ผลการศึกษาวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านส่งผลให้สมาชิกมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อในภาพรวมอยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน 2) การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

อนันต์ จงสุวิวัฒน์วงศ์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้าเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด โดยเฉพาะอัตรา MLR (Minimum Loan Rate) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้องของพนักงานฝ่ายสัมพันธ์กับลูกค้าบริษัท กับปัจจัยด้านการตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขาเป็นอันดับแรกเท่านั้น ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วเป็นอันดับแรก ปัจจัยด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นอันดับแรก ปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ พบว่า ให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่นๆ เป็นอันดับแรก

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า ปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความต้องการในการใช้บริการที่ครอบคลุมรูปแบบการให้บริการในด้านต่าง ๆ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลหรือพนักงาน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ โดยมีปัจจัยส่วนบุคคลจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ รายจ่าย ฯลฯ นอกจากนี้การให้บริการของลูกค้ายังต้องการได้รับการบริการที่ดี เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการเพื่อให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการใช้บริการในครั้งต่อไปด้วย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแยกเป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิโดยการจัดทำแบบสอบถาม รวมถึงการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับข้อ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การศึกษารวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ จำนวน 4,348 คน (ข้อมูลจากรายงานกิจการประจำปี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 367 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสุ่มสำเร็จของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นได้ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{4,348}{1 + 4,348(0.05)^2}$$
$$= 366.30$$
$$= 367$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ต้องไม่น้อยกว่า 367 ซึ่งผู้ศึกษา จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

2. เครื่องมือการศึกษา

2.1 ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ เครดิตยูเนียนบางนงแขวง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม โดยเริ่มจากการสร้างแบบสอบถาม ศึกษา รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ รวมทั้งการศึกษาวิธีการสร้าง แบบสอบถามงานวิจัย ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ลักษณะการให้บริการสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนงแขวง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ การให้บริการสินเชื่อสามัญ และการให้บริการสินเชื่อพิเศษ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนงแขวง จำกัด ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและการนำเสนอทาง ภายภาพ และกระบวนการให้บริการ โดยแต่ข้อคำถามจะแสดงเจตคติหรือความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งได้แบ่งระดับเจตคติแบ่งเป็น 5 ระดับ (Rating Scale) คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วย ปานกลาง เห็นด้วยน้อย และไม่เห็นด้วย โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังมีคะแนนต่อไปนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	ระดับคะแนน	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	ระดับคะแนน	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ระดับคะแนน	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ระดับคะแนน	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ระดับคะแนน	1	คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไป เป็นคำถามปลายเปิดที่ได้ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความ คิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์

2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ การสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้ดำเนินการตาม กระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดที่จะศึกษา

2.2.2 ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม

2.2.3 นำแบบสอบถามที่จัดทำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงหรือเพิ่มเติม

2.2.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และทดลองใช้กับสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนวัดเพลง จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 ราย จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach 1970 : 161) ซึ่งปัจจัยส่วนประสมการทดลองได้ค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถาม เท่ากับ 0.953

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูล 2 ประเภท คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ส่งให้สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม โดยขอความร่วมมือจากสหกรณ์ และนำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มแจกอย่างง่าย จำนวน 367 ตัวอย่าง ด้วยตนเอง พร้อมกับอธิบายการตอบแบบสอบถามและให้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามแล้วส่งคืนผู้วิจัย

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากระเบียบสหกรณ์ ข้อบังคับสหกรณ์ รายงานการประชุม และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ผลการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามแล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน สถิติที่ใช้คือ จำนวนและร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ประเภทการให้บริการสินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ สถิติที่ใช้คือ จำนวนและร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การตอบคำถามจะให้ผู้ตอบ ตอบคำถามทุกข้อ โดยแต่ละข้อเลือกระดับที่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงมากที่สุด ผู้ตอบได้คะแนนตามระดับที่เลือกตอบแต่ละข้อ แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยได้เป็นคะแนนเจตคติของผู้นั้น ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลไว้ดังนี้

การแปลผลคะแนนในภาพรวมโดยใช้การอิงกลุ่มของ John W. Best (1970)

$$\begin{aligned} \text{คิดจากคะแนนดิบ} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่แบ่ง}} \\ \text{หากต้องการแบ่งเจตคติเป็น 5 ระดับ} &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \text{ (ช่วง)} \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นจัดคะแนนในภาพรวมได้เป็น 5 กลุ่ม (ระดับ) ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	ความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	ความสำคัญต่อการใช้บริการมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ความสำคัญต่อการใช้บริการปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	ความสำคัญต่อการใช้บริการน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	ความสำคัญต่อการใช้บริการน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกเกี่ยวกับ ประเภทการให้บริการสินเชื่อ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test Statistics)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ ไป เป็นคำถามปลายเปิดที่ได้ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ ใช้การรวบรวมประเด็นที่เหมือนกันสถิติที่ใช้คือ จำนวนและความถี่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งได้แบ่งการศึกษา ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก
2. ลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก
3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการ
4. ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ
5. ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มาใช้บริการสินเชื่อ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

เป็นการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางร้อยละ ปรากฏดังตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.7 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	110	30
หญิง	257	70
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 30)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	28	7.6
31 – 40 ปี	101	27.5
41 – 50 ปี	92	25.1
51 ปีขึ้นไป	146	39.8
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสินเชื่อ มีอายุ 51 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 39.8) รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 27.5) และอายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 25.1) ส่วนอายุ 20 – 30 ปี น้อยที่สุด (ร้อยละ 7.6)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	59	16.1
สมรส	245	66.8
หย่า/หม้าย	63	17.2
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสินเชื่อ มีสถานภาพ สมรส (ร้อยละ 66.8) รองลงมาคือ หย่า/หม้าย (ร้อยละ 17.2) และ โสดน้อยที่สุด (ร้อยละ 16.1)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถม	18	4.9
ประถมศึกษา	141	38.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	12.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย	77	21.0
อนุปริญญา/ปวส	24	6.5
ปริญญาตรี	54	14.7
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.2
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสินเชื่อ มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 38.4) รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 21) และสูงกว่าปริญญาตรี น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.2)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทำสวน	80	21.8
ประมง	5	1.4
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27	7.4
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	90	24.5
รับจ้าง	165	44.9
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการสินเชื่อ มีอาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 44.9) รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 24.5) และประมงน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.4)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	149	40.6
10,000 – 20,000 บาท	147	40.1
20,001 – 30,000 บาท	45	12.3
30,001 – 40,000 บาท	15	4.1
40,001 บาทขึ้นไป	11	3.0
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 40.6) รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 40.1) และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด (ร้อยละ 3)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	203	55.3
10,001 – 15,000 บาท	113	30.8
15,001 – 20,000 บาท	32	8.7
20,001 – 25,000 บาท	10	2.7
25,001 บาทขึ้นไป	9	2.5
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 55.3) รองลงมาคือ รายจ่ายต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 30.8) และรายจ่ายต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.5)

2. ลักษณะการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก

เป็นการศึกษาข้อมูลของลักษณะการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกกับสหกรณ์เครดิต ยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางร้อยละ ปราบกฏตั้ง ตารางที่ 4.8 ถึงตารางที่ 4.10 ดังนี้

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์

การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกกับสหกรณ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินเชื่อสามัญ	286	77.9
สินเชื่อพิเศษ	81	22.1
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 77.9) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 22.1)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อสามัญกับสหกรณ์

สินเชื่อสามัญ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วงเงินสินเชื่อสามัญที่ได้รับอนุมัติจากสหกรณ์		
1) ตามวงเงินที่ขอกู้	346	94.3
2) น้อยกว่าวงเงินที่ขอกู้	21	5.7
วงเงินสินเชื่อสามัญที่ขอกู้ล่าสุด		
1) น้อยกว่า 50,000 บาท	133	36.2
2) 50,001 – 80,000 บาท	87	23.7
3) 80,001 – 100,000 บาท	47	12.8
4) 100,001 – 200,000 บาท	100	27.2
กู้สินเชื่อประเภทสามัญเพื่อการใช้จ่ายในลักษณะ		
1) ทุนการศึกษา	26	9.1
2) ซื้อ/ซ่อมแซมรถยนต์	17	5.9
3) ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว	130	45.5
4) ซื้อ/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย	23	8.0
5) ชำระหนี้	26	9.1
6) อื่น ๆ	64	22.4

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อสามัญส่วนใหญ่ได้รับอนุมัติวงเงินตามวงเงินที่ขอกู้ (ร้อยละ 94.3) มากกว่าที่ได้รับอนุมัติน้อยกว่าวงเงินที่ขอกู้ (ร้อยละ 5.7) ส่วนวงเงินสินเชื่อสามัญที่ขอกู้ล่าสุดมากที่สุด คือ น้อยกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 36.2) รองลงมาคือ 100,001 – 200,000 บาท (ร้อยละ 27.2) และน้อยที่สุดคือ 80,001 -100,000 บาท (ร้อยละ 12.8) ส่วนใหญ่กู้สินเชื่อสามัญเพื่อใช้จ่ายในการลงทุนธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 45.5) รองลงมาคือ เพื่อใช้จ่ายอื่น ๆ (ร้อยละ 22.4) และเพื่อใช้ซื้อและซ่อมแซมรถยนต์ น้อยที่สุด (ร้อยละ 5.9)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้บริการสินเชื่อพิเศษกับสหกรณ์

สินเชื่อบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วงเงินสินเชื่อพิเศษที่ขอกู้ล่าสุด		
1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	54	14.7
2) 10,000 – 50,000 บาท	125	34.1
3) 50,001 – 100,000 บาท	88	24.0
4) 100,001 – 200,000 บาท	44	12.0
5) 200,001 – 500,000 บาท	38	10.4
6) มากกว่า 500,001 บาท	18	4.9
กู้สินเชื่อพิเศษเพื่อการใช้จ่ายในลักษณะ		
1) ทุนการศึกษา	5	1.4
2) ซื้อ/ซ่อมแซมรถยนต์	9	2.5
3) ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว	18	4.9
4) ซื้อ/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย	27	7.4
5) ชำระหนี้	12	3.3
6) ซื้อที่ดิน	15	4.1

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสินเชื่อพิเศษส่วนใหญ่ มีวงเงินที่ได้รับอนุมัติอยู่ที่ 10,000 – 50,000 บาท (ร้อยละ 34.1) รองลงมาคือ 50,001 – 100,000 บาท (ร้อยละ 24) และมากกว่า 500,001 บาท น้อยที่สุด (ร้อยละ 4.9) ส่วนใหญ่กู้สินเชื่อพิเศษเพื่อซื้อ/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 7.4) รองลงมาคือ ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 4.9) และทุนการศึกษาน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.4)

3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการ

ผู้ศึกษาได้ศึกษาถึงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในส่วนของรายละเอียดของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการสินค้าของสมาชิก ดังตารางที่ 4.11 ถึงตารางที่ 4.18 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิก
ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	0.685	มาก
2. ด้านราคา	3.88	0.791	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.22	0.745	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.22	0.959	มาก
5. ด้านบุคคล	4.01	0.783	มาก
6. ด้านการสร้างและนำเสนอทาง กายภาพ	4.20	0.697	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	0.755	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.94	0.774	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยพบว่า ด้านช่องทางการจำหน่าย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.96$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.88$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.22$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.01$)

ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.20$) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.08$)
มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. มีรูปแบบบริการที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก	3.94	0.691	มาก
2. มีรูปแบบบริการที่หลากหลาย	3.97	0.673	มาก
3. มีรูปแบบบริการสินเชื่อที่ใช้งานง่าย/ ไม่ซับซ้อน/เข้าใจง่าย	3.99	0.691	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.96	0.685	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการ
ใช้บริการของสมาชิกด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า รูปแบบ
บริการที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก ($\bar{X} = 3.99$) รูปแบบบริการที่หลากหลาย ($\bar{X} = 3.97$) และ
รูปแบบบริการสินเชื่อที่ใช้งานง่าย/ไม่ซับซ้อน/เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.94$) ทั้ง 3 ข้อ อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	3.78	0.824	มาก
2. ระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม	3.98	0.763	มาก
3. การได้รับเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจสินเชื่อ	3.87	0.785	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.88	0.791	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.98$) การได้รับเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจ ($\bar{X} = 3.78$) และอัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.87$) ทั้ง 3 ข้อ อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านช่องทางการจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	3.99	0.800	มาก
2. พื้นที่การให้บริการกว้างขวาง/สะดวก/สบาย	4.33	0.711	มากที่สุด
3. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	4.34	0.725	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.22	0.745	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า พื้นที่การให้บริการกว้างขวาง/สะดวก/สบาย ($\bar{X} = 4.33$) และความสะดวกของสถานที่จอดรถ ($\bar{X} = 4.34$) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{X} = 3.99$)

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิก
ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการผ่านสื่อต่าง ๆ	3.45	0.834	มาก
2. มีรายการส่งเสริมการให้บริการสินเชื่อ เช่น การลดอัตราดอกเบี้ย	2.99	1.084	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.22	0.959	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.22$) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า การประชาสัมพันธ์การให้บริการผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.45$) มีอยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนรายการส่งเสริมการให้บริการสินเชื่อ ($\bar{X} = 2.99$) มีอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. พนักงานสามารถตอบคำถาม และ แก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตาม ความต้องการ	4.13	0.778	มาก
2. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	4.04	0.740	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	3.98	0.731	มาก
4. พนักงานมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ เต็มใจในการให้บริการ	4.11	0.834	มาก
5. พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย ที่เหมาะสม น่าเชื่อถือ ยิ้มแย้ม และมี ความพร้อมในการบริการ	4.18	0.727	มาก
6. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการ ให้บริการ	3.62	0.885	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01	0.783	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการ
ใช้บริการของสมาชิกด้านบุคคลในภาพรวม มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และเมื่อพิจารณาใน
ปัจจัยย่อย พบว่า พนักงานสามารถตอบคำถาม และแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ
($\bar{X} = 4.13$) พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ($\bar{X} = 4.04$) พนักงานมีความ
กระตือรือร้นในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$) พนักงานมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ เต็มใจในการให้บริการ
($\bar{X} = 4.11$) พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม น่าเชื่อถือ ยิ้มแย้ม มีความพร้อมในการ
บริการ ($\bar{X} = 4.18$) และพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{X} = 3.62$) ทั้ง 6 ข้อ มีระดับ
ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านการสร้าง
และนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
	\bar{X}	มาตรฐาน (S.D.)	ความสำคัญ
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์มี ความน่าเชื่อถือ	4.25	0.670	มากที่สุด
2. สหกรณ์มีนโยบายสินเชื่อที่ตรงกับ วัตถุประสงค์การกู้	4.17	0.659	มาก
3. การออกแบบตกแต่งสำนักงานมีความ คล่องตัว สวยงาม	4.18	0.708	มาก
4. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการ ให้บริการ ทันสมัย และสามารถ ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว	4.20	0.752	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.20	0.697	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการ
ใช้บริการของสมาชิกด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพในภาพรวมมีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$)
และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า สหกรณ์มีนโยบายสินเชื่อที่ตรงกับวัตถุประสงค์การกู้ ($\bar{X} = 4.17$)
การออกแบบตกแต่งสำนักงานมีความคล่องตัว สวยงาม ($\bar{X} = 4.18$) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการ
ให้บริการ ทันสมัย และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.20$) มีอยู่ในระดับมากเช่นกัน
ส่วนชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.25$) มีอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกในด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความสำคัญ
1. ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.13	0.743	มาก
2. สามารถทำรายการธุรกรรมต่าง ๆ ได้ ถูกต้อง แม่นยำ	4.08	0.738	มาก
3. ระเบียบและขั้นตอนต่าง ๆ ในการ ให้บริการไม่ยุ่งยาก	4.02	0.784	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.08	0.755	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมพบว่า มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อย พบว่า ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ($\bar{X} = 4.13$) สามารถทำรายการธุรกรรมต่าง ๆ ได้ถูกต้อง แม่นยำ ($\bar{X} = 4.08$) และระเบียบและขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.02$) มีอยู่ในระดับมากเช่นกัน

4. ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการใช้บริการสินเชื่อ

เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด ด้านความสัมพันธ์ของประเภทสินเชื่อที่เลือกใช้บริการ โดยใช้สถิติทดสอบ χ^2 (Chi-Square Test Statistics) นำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ความสัมพันธ์

4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อ

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ χ^2 ได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปรากฏผลดังตารางที่ 4.19 ถึงตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้บริการสินเชื่อ

เพศ	การให้บริการสินเชื่อ					
	สามัญ		พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	84	22.89	26	7.08	110	29.97
หญิง	202	55.04	55	14.99	257	70.03
รวม	286	77.93	81	22.07	367	100

n = 367

$$\chi^2 = 0.224, df = 1, p = 0.636$$

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการใช้บริการสินเชื่อสามัญจำนวน 202 คน (ร้อยละ 55.04) และสินเชื่อพิเศษจำนวน 55 คน (ร้อยละ 14.99) มากกว่าเพศชายที่มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญจำนวน 84 คน (ร้อยละ 22.89) และสินเชื่อพิเศษจำนวน 26 คน (ร้อยละ 7.08)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

อายุ	การให้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	24	6.54	4	1.09	28	7.63
31 – 40 ปี	91	24.80	10	2.72	101	27.52
41 – 50 ปี	59	16.08	33	8.99	92	25.07
51 ปี ขึ้นไป	112	30.52	34	9.26	146	39.78
รวม	286	77.94	81	22.06	367	100

 $\chi^2 = 19.994$, $df = 3$, $p = 0.000^*$, $\Phi = 23.30\%$

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 30.52) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 9.26) ใช้บริการสินเชื่อสามัญรองลงมา คือ อายุ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 24.80) ใช้บริการสินเชื่อพิเศษรองลงมาคือ อายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 8.99) ใช้บริการสินเชื่อสามัญน้อยที่สุด คือ อายุ 20 - 30 ปี (ร้อยละ 6.54) และใช้บริการสินเชื่อพิเศษน้อยที่สุดอายุ 20 – 30 ปี เช่นกัน (ร้อยละ 1.09)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้บริการสินเชื่อพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ร้อยละ 23.30

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพครอบครัวกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

สถานภาพครอบครัว	การให้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	40	10.90	19	5.18	59	16.08
สมรส	197	53.68	48	13.08	245	66.76
หย่า/หม้าย	49	13.35	14	3.81	63	17.16
รวม	286	77.93	81	22.07	367	100

$$\chi^2 = 4.398, df = 2, p = 0.111$$

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีสถานภาพสมรส มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 53.68) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 13.08) รองลงมา คือ สถานภาพหย่า/หม้าย มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 13.35) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 3.81) และน้อยที่สุด คือ สถานภาพโสด มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 10.90) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 5.18)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการใช้บริการสินเชื่อพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

ระดับการศึกษา	การให้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถม	14	3.84	4	1.09	18	4.90
ประถมศึกษา	113	30.78	28	7.63	141	38.41
มัธยมศึกษาตอนต้น	43	11.72	2	0.54	45	12.26
มัธยมศึกษาตอนปลาย	53	14.44	24	6.54	77	20.98
อนุปริญญา	15	4.09	9	2.45	24	6.54
ปริญญาตรี	42	11.44	12	3.27	54	14.72
สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.63	2	0.54	8	2.19
รวม	286	77.94	81	22.06	367	100

$\chi^2 = 15.598$, $df = 6$, $p = 0.016^*$, $\Phi = 20.60\%$

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 30.78) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 7.63) รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 14.44) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 6.54) และน้อยที่สุด คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 1.63) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 0.54)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ร้อยละ 20.60

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

อาชีพ	การให้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำสวน	60	16.35	20	5.45	80	21.80
ประมง	5	1.36	0	0.00	5	1.36
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19	5.18	8	2.18	27	7.36
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	68	18.53	22	5.99	90	24.52
รับจ้าง	134	36.51	31	8.45	165	44.96
รวม	286	77.93	81	22.07	367	100

$$\chi^2 = 4.326, df = 5, p = 0.503$$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีอาชีพรับจ้าง มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 36.51) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 8.45) รองลงมา คือ อาชีพทำสวน มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 16.35) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 5.45) และอาชีพประมง มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญน้อยที่สุด คือ (ร้อยละ 1.36) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 0)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บริการสินเชื่อพบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การใช้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	118	32.15	31	8.45	149	40.60
10,000 – 20,000 บาท	111	30.25	36	9.81	147	40.06
20,001 – 30,000 บาท	38	10.35	7	1.90	45	12.25
30,001 – 40,000 บาท	11	3.00	4	1.09	15	4.09
40,001 บาทขึ้นไป	8	2.18	3	0.82	11	3.00
รวม	286	77.93	81	22.07	367	100

$$\chi^2 = 2.107, df = 4, p = 0.716$$

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญมากที่สุด (ร้อยละ 53.68) รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท (ร้อยละ 30.25) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด (ร้อยละ 2.18) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีการใช้บริการสินเชื่อพิเศษมากที่สุด (ร้อยละ 9.81) รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 8.45) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป น้อยที่สุด (ร้อยละ 0.82)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	การให้บริการสินเชื่อ					
	ประเภทสามัญ		ประเภทพิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	162	44.14	41	11.17	203	55.31
10,000 – 15,000 บาท	77	20.98	36	9.82	113	30.80
15,001 – 20,000 บาท	30	8.18	2	0.54	32	8.72
20,001 – 25,000 บาท	10	2.72	0	0.00	10	2.72
25,001 บาทขึ้นไป	7	1.91	2	0.54	9	2.45
รวม	286	77.93	81	22.07	367	100

$$\chi^2 = 14.197, df = 4, p = 0.007*, \text{Phi} = 19.70\%$$

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 44.14) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 11.17) รองลงมาคือ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 20.98) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 9.82) ส่วนรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป มีการใช้บริการสินเชื่อสามัญน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.91) และสินเชื่อพิเศษ (ร้อยละ 0.54)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บริการสินเชื่อพบว่า รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ร้อยละ 19.70

ตารางที่ 4.26 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับการใช้บริการสินเชื่อ

ปัจจัยส่วนบุคคล	p - value	ผลการทดสอบ	
		มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
1. เพศ	0.636		✓
2. อายุ	0.000*	✓	
3. สถานภาพครอบครัว	0.111		✓
4. ระดับการศึกษา	0.016*	✓	
5. อาชีพ	0.503		✓
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.716		✓
7. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	0.007*	✓	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยการนำมาทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งกำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ สถานภาพครอบครัว อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ χ^2 (Chi-Square Test) ซึ่งกำหนด ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปรากฏผลดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ

n = 367			
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	χ^2	df	p - value
1. ผลิตภัณฑ์	13.492	7	0.610
2. ราคา	27.683	8	0.001*
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	13.931	8	0.084
4. การส่งเสริมการตลาด	10.879	8	0.209
5. บุคคล	26.186	16	0.051
6. การสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ	35.421	10	0.000*
7. กระบวนการให้บริการ	26.262	9	0.002*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์ร้อยละ 27.50 ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ร้อยละ 31.10 และด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์ร้อยละ 26.80 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

5. ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มาใช้บริการสินเชื่อ

สมาชิกกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้เสนอข้อเสนอแนะในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ ดังนี้

ตารางที่ 4.28 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก

รายละเอียดข้อเสนอแนะทั่ว ๆ ไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความเร็วในการให้บริการ	23	65.71
2. ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อให้ต่ำลง	5	14.29
3. พนักงานควรบริการด้วยความเต็มใจและยิ้มแย้ม แจ่มใส	4	11.43
4. ควรเพิ่มช่วงระยะเวลาการยื่นเรื่องขอกู้ ในวันจันทร์ และอังคารตั้งแต่เวลา 8.30 – 17.00 น.	2	5.71
5. ควรขยายระยะเวลาการชำระหนี้ให้กู้เพิ่มขึ้น	1	2.86
รวม	35	100.00

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม

มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก 2) เพื่อศึกษาลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก 3) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก 5) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของสมาชิก สามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์

ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด (ร้อยละ 70) มีอายุ 51 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 39.8) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 66.80) การศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 38.4) ประกอบอาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 44.9) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 40.6) และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 55.3)

1.2 ลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อสามัญ (ร้อยละ 77.9) วงเงินที่ได้รับอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้ (ร้อยละ 94.3) วงเงินที่ขอกู้ล่าสุดจากสหกรณ์ คือ วงเงินน้อยกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 36.2) วัตถุประสงค์เพื่อใช้ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 45.5)

ส่วนที่ใช้สินเชื่อพิเศษมีวงเงินที่ขอกู้ล่าสุดจากสหกรณ์ คือ 10,000 – 50,000 บาท (ร้อยละ 34.1) เพื่อนำไปซื้อและซ่อมแซมที่อยู่อาศัย (ร้อยละ 7.4)

1.3 ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อ น้อยที่สุด

1.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

1.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการประเภทสินเชื่อ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอายุมีความสัมพันธ์มากที่สุดร้อยละ 23.30 ส่วนเพศ สถานภาพครอบครัว อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษ

1.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการประเภทสินเชื่อ พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพมีความสัมพันธ์มากที่สุดร้อยละ 31.10 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญและสินเชื่อพิเศษ

1.5 ข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ในการให้บริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการใช้บริการสินเชื่อ รองลงมาคือ ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อให้ต่ำลง

2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก ระดับมากที่สุด ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล พื้นที่การให้บริการกว้างขวาง และสถานที่จอดรถมีความสะดวก เพราะสหกรณ์มีสถานที่ตั้งที่ติดกับถนนมีบริเวณที่จัดที่เป็นพื้นที่ของสหกรณ์เองใกล้กับบ้านเรือนที่ตั้งของสมาชิก จึงทำให้ไม่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลจะแตกต่างกัน แต่เมื่อได้รับบริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว รับทราบข้อมูลที่ต้องการใช้บริการ รวมถึงสถานที่ให้บริการมีความกว้างขวาง ได้รับความสะดวก สบาย จึงเกิดความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 337-339) ที่กล่าวว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอบริการ

2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์ มีความน่าเชื่อถือ โดยการที่สมาชิกให้ความสำคัญกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์ที่น่าเชื่อถือ นั้น เป็นสิ่งที่แสดงถึงความไว้วางใจของสมาชิก และความมั่นคงของสหกรณ์ ที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการกับสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช ทราญคำ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นกัน

2.3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศว์ ชูชาติ (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า อายุ และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญ และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อพิเศษ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวรัชนีวรรณ มรกต (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

ตำราวรรณคดีจังหวัดสระบุรี จำกัด พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อฉุกเฉิน และสินเชื่อพิเศษเพื่อจัดซื้ออาหารป้อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวดี อภิวงศ์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านการตลาดด้านกระบวนการ และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อของเกษตรกร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวรัชนิวรรณ มรกต (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ตำราวรรณคดีจังหวัดสระบุรี จำกัด พบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ ด้านกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุง และพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจสินเชื่อในสหกรณ์ ดังนี้

3.1.1 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เป็นด้านที่สมาชิกสหกรณ์ให้ความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่า สมาชิกต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ ดังนั้น ผู้บริหารสหกรณ์สามารถนำผลการศึกษา มาวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อให้การบริการด้านนี้ดียิ่งขึ้น โดยอาจมอบหมายให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อของสหกรณ์ ออกหน่วยบริการเคลื่อนที่ สัปดาห์ละครั้ง หรือเดือนละ 2 ครั้ง เพื่อเป็นการบริการให้สมาชิกได้รับบริการที่สะดวก สบายมากขึ้น และไม่ต้องมานั่งรอที่สหกรณ์เป็นเวลานาน ๆ ในช่วงสิ้นเดือน

3.1.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เป็นด้านที่สมาชิกให้ความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อในระดับน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารสหกรณ์ควรมีนโยบายในการส่งเสริมการตลาดให้แก่สมาชิก เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการสินเชื่อเพิ่มมากขึ้น โดยการแจกของสมนาคุณให้แก่สมาชิกที่มาใช้บริการสินเชื่อยอดวงเงินกู้ตั้งแต่ 100,000 บาท ขึ้นไป เช่น กระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เด่นชัดมากยิ่งขึ้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้สนใจที่จะศึกษาควรศึกษาในประเด็นเพิ่มเติม ดังนี้

3.2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศหญิงหรือชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา (ดอกเบี้ย) เหมือนหรือต่างกันอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูล

3.2.2 ควรเพิ่มเติมข้อมูลในแบบสอบถามในแต่ละด้านให้มีจำนวนข้อย่อยมากขึ้น โดยให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุมตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด เพื่อการศึกษา วิเคราะห์ที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สืบทอดวัฒนธรรมราชภัฏ

บรรณานุกรม

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2557). รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก
จำกัด. สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม. กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
_____. (2558). รายงานผลการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก
จำกัด. สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม. กรมตรวจบัญชีสหกรณ์
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2549). หลักการบริหารสินเชื่อ. กลุ่มส่งเสริมพัฒนาธุรกิจด้านสินเชื่อ
ธุรกิจการซื้อและบริการ. สำนักพัฒนาธุรกิจสหกรณ์. กรมส่งเสริมสหกรณ์
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2550). การสหกรณ์ในประเทศไทย ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์
สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์. กรมส่งเสริมสหกรณ์
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2557). สารสนเทศสหกรณ์. สืบค้นจาก http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_coop57.html
- จิรวดี อภิวงค์. (2554). การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและ
สหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
_____. (2549). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ดารณี พุทธิวิบูลย์. (2543). การจัดการสินเชื่อ. กรุงเทพมหานคร: รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- บงกช ทราชคำ. (2549). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อสมาชิกในการเลือกใช้บริการของ
สหกรณ์เครดิตยูเนียนเพิ่มพูนทรัพย์เวียงฝาง จำกัด อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่
(ศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- บุญเลิศ กิตติศักดิ์บุญสุข. (2549). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อ
การค้าของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาคสินเชื่อนครหลวง 4
(ศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ปรเมศวร์ ชูชาติ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์
จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
(ศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- พสุ สัตถาภรณ์. (2533). การบริหารงานสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

- พิบูล ทีปะปาล. (2543). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. (พิมพ์ครั้งที่ 1)
กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ฟิลิปส์ คอรัตเลอร์. (Philip Kotler. 2003: 98). *ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด*. สืบค้นจาก
<http://www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?PostID=25857>
- รัชนิวรรณ มรกต. (2556). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัดสระบุรี จำกัด* (ศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- วราพร ดอกเทียน. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู
ลพบุรี จำกัด* (ศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย.
- _____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา
- สมชาย คมพงษ์ปภา. (2553). *การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการใช้บริการ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยภูมิ*
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, ชัยภูมิ.
- สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย. (2557). *ประวัติการสหกรณ์ในประเทศไทย*. สืบค้นจาก
www.clt.or.th/main/menu_top_right/clt_information/main_6.php
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด วางแผนการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ดวงกมลสมัย
- สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด. (2556). *รายงานประจำปี 2555 สมุทรสงคราม: สหกรณ์
เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด*.
- _____. (2557). *รายงานประจำปี 2556 สมุทรสงคราม: สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด*.
- _____. (2558). *รายงานประจำปี 2557 สมุทรสงคราม: สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด*.
- อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารกสิกรไทย
จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ* (ศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ
 ของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด จังหวัดสมุทรสงคราม
 โดยนางศุภกัญจน์ งามจุดเทียน นักศึกษาระดับปริญญาโท
 แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช

คำชี้แจง : แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
 ตอนที่ 2 ลักษณะการให้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์
 ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์
 ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามที่ท่านต้องการ

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 20 – 30 ปี () 31 – 40 ปี
 () 41 – 50 ปี () 51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส
 () หย่า/หม้าย

4. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าประถมศึกษา () ประถมศึกษา
 () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 () อนุปริญญา/ปวส. () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- () ทำสวน () ทำประมง
 () รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
 () รับจ้าง () อื่น ๆ

6. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
 () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 - 40,000 บาท
 () 40,001 บาท ขึ้นไป

7. รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

- () ไม่เกิน 10,000 บาท () 10,000 – 15,000 บาท
 () 15,001 – 20,000 บาท () 20,000 – 25,000 บาท
 () 25,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ตามที่ท่านต้องการ

1. ท่านใช้บริการสินเชื่อประเภทใดกับสหกรณ์ (ตอบได้มากกว่า 1)

- () สินเชื่อประเภทสามัญ (ถ้าท่านเลือกข้อนี้ โปรดตอบแบบข้อ 2 – 4 และ ข้อ 7 - 8)
 () สินเชื่อประเภทพิเศษ (ถ้าท่านเลือกข้อนี้ โปรดตอบแบบข้อ 5 - 6 และ ข้อ 7 - 8)

2. ท่านกู้สินเชื่อสามัญเพื่อใช้จ่ายในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ทุนการศึกษาบุตรหลาน () ซื้ / ซ่อมแซม รถยนต์

รถจักรยานยนต์

- () ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว () ซื้ / ซ่อมแซม ที่อยู่อาศัย
 () ชำระหนี้สิน () ค่าใช้จ่ายในครอบครัว
 () อื่น ๆ ระบุ

3. จำนวนเงินสินเชื่อสามัญที่ท่านได้รับอนุมัติจากสหกรณ์

- () ตามจำนวนที่ขอกู้ () น้อยกว่าจำนวนที่ขอกู้

4. วงเงินสินเชื่อสามัญที่ได้รับอนุมัติจากสหกรณ์ล่าสุด

- () น้อยกว่า 50,000 บาท () 50,001 – 80,000 บาท
 () 80,001 – 100,000 บาท () มากกว่า 100,000 บาท

5. ท่านกู้เงินสินเชื่อพิเศษเพื่อใช้จ่ายในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า 1)

- () ทุนการศึกษาบุตรหลาน () ซื้ / ซ่อมแซม รถยนต์
 รถจักรยานยนต์

- () ลงทุนในธุรกิจส่วนตัว () ซื้ / ซ่อมแซม ที่อยู่อาศัย
 () ชำระหนี้สิน () ซื้ที่ดิน อาคาร

6. วงเงินสินเชื่อพิเศษที่ได้รับอนุมัติจากสหกรณ์ล่าสุด

- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 50,000 บาท
 () 50,001 – 100,000 บาท () 100,001 – 200,000 บาท
 () 200,001 – 500,000 บาท () มากกว่า 500,000 บาท

7. ใครคือผู้มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุด

- () ตัวท่านเอง () เพื่อนบ้าน
 () บุคคลในครอบครัว () คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์
 () เจ้าหน้าที่สหกรณ์ () สื่อโฆษณา และการ

ประชาสัมพันธ์

- () อื่นๆ ระบุ.....

8. เมื่อท่านต้องการใช้บริการสินเชื่อท่านเลือกใช้บริการที่ได้ **เป็นอันดับแรก**

- () สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
 () ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)
 () ธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ
 () เงินกู้นอกระบบ
 () อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
 กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดงถึงการตัดสินใจใช้บริการกับสหกรณ์ ใน
 ช่องหมายเลข 1 – 5 ซึ่งกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด = 1 , ปานกลาง = 3 , มาก = 4 และ
 มากที่สุด = 5

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์		มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์						
1.	มีรูปแบบบริการที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก					
2.	มีรูปแบบบริการที่หลากหลาย (เงินกู้สามัญ ,เงินกู้พิเศษ)					
3.	มีรูปแบบบริการสินเชื่อที่ใช้งานง่าย / ไม่ซับซ้อน / เข้าใจง่าย					
ด้านราคา / อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด						
1.	อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม					
2.	ระยะเวลาในการชำระคืนมีความเหมาะสม					
3.	การได้รับเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจเงินกู้					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย / การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์						
1.	มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลการสินเชื่อ					
2.	พื้นที่การให้บริการกว้างขวาง / สะดวก สบาย					
3.	ความสะดวกของสถานที่จอดรถ					
ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์						
1.	มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการของสหกรณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต / ประกาศ / ใบปลิว					
2.	มีรายการส่งเสริมการให้บริการสินเชื่อ เช่น การลดอัตรา ดอกเบี้ย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์		มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ด้านบุคลากร / พนักงานสหกรณ์						
1.	พนักงานสามารถตอบคำถาม และแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการ					
2.	พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ					
3.	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
4.	พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ เต็มใจในการให้บริการ					
5.	พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่เหมาะสม น่าเชื่อถือ ยิ้มแย้ม และมีความพร้อมในการให้บริการ					
6.	พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ					
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์						
1.	ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ					
2.	สหกรณ์มีนโยบายสินเชื่อที่ตรงกับวัตถุประสงค์การกู้					
3.	การออกแบบตกแต่งสำนักงานมีความคล่องตัว สวยงาม					
4.	เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการ ทันสมัย และสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว					
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)						
1.	ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
2.	สามารถทำรายการธุรกรรมต่าง ๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ					
3.	ระเบียบและขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (การให้บริการด้านสินเชื่อ ได้แก่ ประเภทสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ย ขั้นตอนกระบวนการในการบริการ พนักงานผู้ให้บริการ และสถานที่ให้บริการ) ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างไร

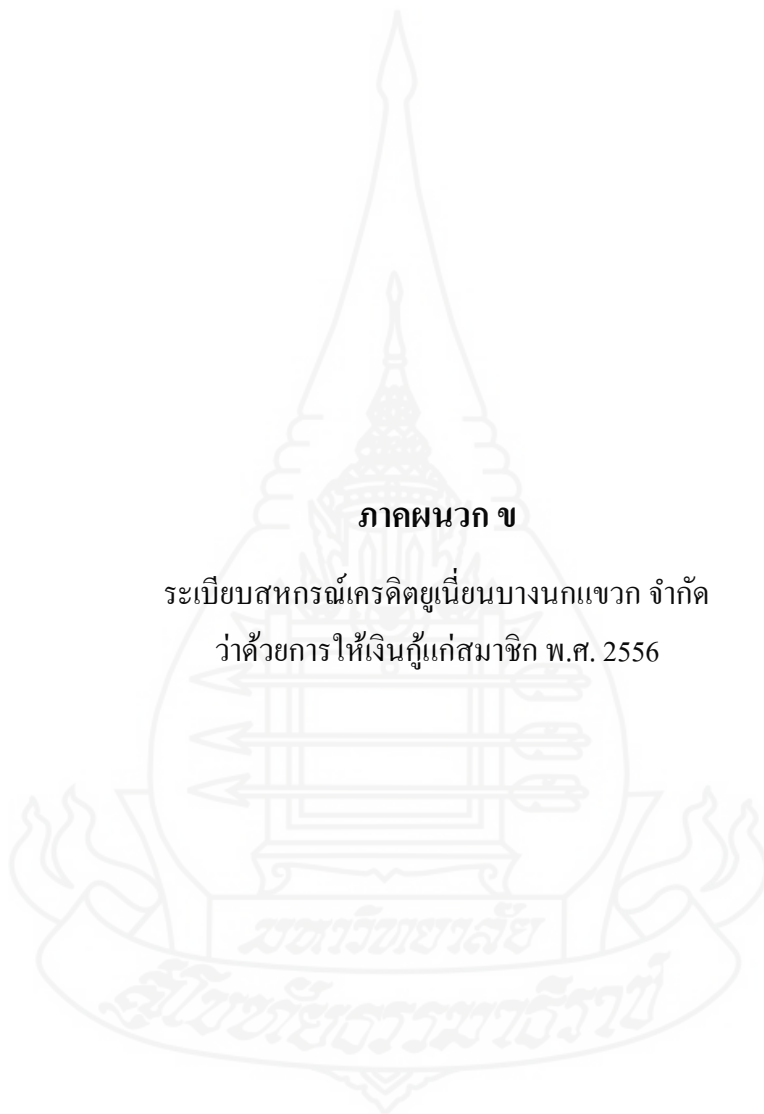
.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ระเบียบสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
ว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก พ.ศ. 2556



ระเบียบสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด
ว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก

พ.ศ. 2556

อาศัยอำนาจตามความในข้อบังคับสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด ข้อ 1 (1) ข้อ 74 (7) และข้อ 102 (3) ที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการชุดที่ 35 วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2556 ได้กำหนดระเบียบว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบสหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนกแขวก จำกัด ว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก พ.ศ. 2556”

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 12 กรกฎาคม 2556 เป็นต้นไป

ข้อ 3 ให้ยกเลิกระเบียบว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก พ.ศ. 2554 และให้ใช้ระเบียบนี้แทน

หมวด 1

ข้อกำหนดทั่วไป

ข้อ 4 สหกรณ์ให้เงินกู้แก่สมาชิก 2 ประเภท คือ

(1) เงินกู้สามัญ

(2) เงินกู้พิเศษ

ข้อ 5 การให้เงินกู้แก่สมาชิกนั้น จะกระทำได้ในกรณีเพื่อการอันจำเป็น หรือมีประโยชน์ตามที่คณะกรรมการดำเนินการ หรือคณะกรรมการเงินกู้พิจารณาเห็นสมควร โดยคำนึงถึงความต้องการเงินกู้ที่แท้จริงตามควรแก่ฐานะและความสามารถในการชำระหนี้ของสมาชิกผู้นั้น

ข้อ 6 ในกรณีที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควรให้ปฏิบัติการใด ๆ เพื่อป้องกันหรือรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ของสหกรณ์ หรือเพื่อให้เกิดความเรียบร้อยในการบริหารงาน ก็ให้คณะกรรมการดำเนินการพิจารณาอนุมัติเป็นกรณีไป

หมวด 2

เงินกู้สามัญ

ข้อ 7 สมาชิกผู้ประสงค์ขอกู้สามัญ ให้เสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้

ข้อ 8 ผู้จัดการสหกรณ์มีอำนาจพิจารณาอนุมัติจ่ายเงินกู้สามัญแก่สมาชิก ในกรณีขอกู้ไม่เกินร้อยละ 90 ของหุ้นผู้ขอกู้ แล้วรายงานให้คณะกรรมการเงินกู้ทราบในการประชุมครั้งต่อไป

ข้อ 9 คณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจพิจารณาให้เงินกู้สามัญแก่สมาชิกตามที่เห็นสมควร โดยอยู่ในเงื่อนไขดังนี้

- (1) ผู้ขอกู้เป็นสมาชิกไม่ครบ 1 ปี ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 90 ของเงินหุ้นผู้ขอกู้
- (2) ผู้ขอกู้เป็นสมาชิกครบ 1 ปี ให้กู้ได้ไม่เกิน 2 เท่าของเงินหุ้นผู้ขอกู้
- (3) ผู้ขอกู้เป็นสมาชิกครบ 2 ปี ให้กู้ได้ไม่เกิน 3 เท่าของเงินหุ้นผู้ขอกู้
- (4) ผู้ขอกู้เป็นสมาชิกครบ 5 ปี ให้กู้ได้ไม่เกิน 4 เท่าของเงินหุ้นผู้ขอกู้
- (5) ผู้ขอกู้เป็นสมาชิกครบ 10 ปี ให้กู้ได้ไม่เกิน 5 เท่าของเงินหุ้นผู้ขอกู้
- (6) กำหนดจำนวนเงินกู้สูงสุดแต่ละรายต้องไม่เกินเงินสะสมค่าหุ้นผู้ขอกู้นับรวมกับเงิน 2 แสนบาท

ข้อ 10 คณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจในการลดสิทธิการกู้ของผู้ขอกู้ตามข้อ 9 ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายแก่สหกรณ์ โดยให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์

หมวด 3

เงินกู้พิเศษ

ข้อ 11 เงินกู้พิเศษ หมายถึง การให้เงินกู้แก่สมาชิกโดยมีโฉนดที่ดินเป็นหลักประกัน

ข้อ 12 สมาชิกจะขอกู้พิเศษ ต้องเสนอคำขอกู้ต่อสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดให้

ข้อ 13 คณะกรรมการอำนวยการและคณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจพิจารณาให้เงินกู้พิเศษแก่สมาชิกโดยให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์

ข้อ 14 สมาชิกจะเป็นหนี้เงินกู้สามัญและเงินกู้พิเศษ ต่อสหกรณ์ในเวลาเดียวกันไม่ได้

หมวด 4

หลักประกันเงินกู้

ข้อ 15 ผู้กู้เงินทุกประเภทต้องทำหนังสือกู้เงินให้ไว้ต่อสหกรณ์ ตามแบบที่สหกรณ์กำหนด

ข้อ 16 หลักประกันเงินกู้สามัญ

ถ้าขอกู้ไม่เกินร้อยละ 90 ของเงินสะสมค่าหุ้นผู้ขอกู้ ไม่ต้องมีหลักประกันอย่างอื่น
ถ้าขอกู้เกินร้อยละ 90 ของเงินสะสมค่าหุ้นผู้ขอกู้ ให้มีบุคคลค้ำประกันดังนี้

- (1) ขอกู้เกินเงินสะสมค่าหุ้นไม่ถึง 5 หมื่นบาท ต้องมีผู้ค้ำประกันอย่างน้อย 1 คน
- (2) ขอกู้เงินสะสมค่าหุ้นตั้งแต่ 5 หมื่นบาทขึ้นไป ต้องมีผู้ค้ำประกันอย่างน้อย 2 คน

(3) ของกู้เงินสะสมค่าหุ้นตั้งแต่ 1 แส่นบาทขึ้นไป ต้องมีผู้ค้ำประกันอย่างน้อย 3 คน คณะกรรมการเงินกู้ต้องขอเพิ่มผู้ค้ำประกัน เมื่อเห็นว่าอาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่สหกรณ์

ผู้ค้ำประกันรายใดถูกให้ออกจากสหกรณ์ ไม่เป็นเหตุให้ผู้ผู้นั้นหลุดพ้นจากการค้ำประกัน จนกว่าผู้กู้ชำระหนี้เสร็จสิ้นหรือจัดให้มีผู้ค้ำประกันแทน

ข้อ 17 กรณีต่อไปนี้ห้ามเป็นผู้ค้ำประกัน

- (1) เป็นคู่สมรสของผู้ขอกู้ ไม่ว่าจะจดทะเบียนสมรสหรือไม่ก็ตาม
- (2) เป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ของสมาชิกจำนวน 2 ราย
- (3) เป็นคู่ค้ำกันและกัน รวมถึงระหว่างคู่สมรสกับคู่สมรสของคู่ค้ำกันและกัน
- (4) มีรายได้ร่วมกันกับผู้ขอกู้

กรณีนอกเหนือจากข้างต้น ให้คณะกรรมการเงินกู้พิจารณาตามที่เห็นสมควร

ข้อ 18 หลักประกันเงินกู้พิเศษ ให้มีโฉนดที่ดินที่อยู่ในเขตรับสมาชิกอันปลอดจากภาระจำนองรายอื่น จดทะเบียนจำนองเป็นประกัน

คณะกรรมการอำนวยการอาจพิจารณาให้มีโฉนดที่ดินที่อยู่นอกเขตรับสมาชิกอันปลอดจากภาระจำนองรายอื่น จดทะเบียนจำนองเป็นประกันก็ได้

ให้คณะกรรมการอำนวยการรับผิดชอบในการตรวจสอบ ประเมินราคาและจดจำนองที่ดิน โดยผู้ขอกู้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เว้นแต่ที่ดินนั้นอยู่นอกเขตรับสมาชิก คณะกรรมการอำนวยการอาจเรียกเก็บค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นก็ได้

หมวด 5

เงินงวดชำระหนี้เงินกู้

ข้อ 19 เงินงวดชำระหนี้ทั้งเงินกู้สามัญและเงินกู้พิเศษ ให้ชำระคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเป็นงวดเดือนทุกเดือน ส่วนจำนวนเงินงวดชำระหนี้ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของสหกรณ์

หมวด 6

ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าปรับ

ข้อ 20 ให้เรียกดอกเบี้ยเงินกู้ทุกประเภท ในอัตราไม่เกินร้อยละ 15 ต่อปี โดยคำนวณตามจำนวนเงินต้นคงเหลือเป็นรายวัน ตั้งแต่วันถัดจากวันรับเงินกู้ จนถึงชำระคืนเงินกู้เสร็จสิ้น

ให้คณะกรรมการดำเนินการกำหนดอัตราดอกเบี้ยที่แน่นอน และประกาศให้สมาชิกทราบเป็นคราว ๆ ไป

ข้อ 21 ถ้าผู้กู้ไม่ชำระดอกเบี้ยในเดือนใดเดือนหนึ่ง เดือนที่ไม่ชำระดอกเบี้ยนั้นถือว่า ผิดสัญญาต้องเสียค่าปรับ

ค่าปรับคิดร้อยละ 20 ของดอกเบี้ยที่ต้องชำระ

หมวด 7

การควบคุมหลักประกันและการเรียกคืนเงินกู้

ข้อ 22 ให้ผู้จัดการตรวจตราควบคุมให้ผู้กู้ทุกรายมีหลักประกันตามที่กำหนดใน ระเบียบนี้ หากหลักประกันของผู้กู้อยู่ใดเกิดบกพร่องอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่สหกรณ์ ต้องให้ผู้กู้จัดการแก้ไขให้คืนดี แล้วรายงานให้คณะกรรมการอำนาจการทราบโดยเร็ว

ข้อ 23 ในกรณีใดๆ ต่อไปนี้ ให้ถือว่าเงินกู้ไม่ว่าประเภทใดๆ เป็นอันถึงกำหนดส่งคืน โดยสิ้นเชิงพร้อมทั้งดอกเบี้ยในทันที โดยมีพักค้ำเงินถึงกำหนดเวลาที่ให้ไว้ และให้คณะกรรมการ ดำเนินการจัดการเรียกคืนโดยมิชักช้า ดังนี้

- (1) เมื่อผู้กู้ออกจากสมาชิกภาพของสหกรณ์ไม่ว่าเพราะเหตุใด
- (2) เมื่อปรากฏว่า ผู้กู้นำเงินไปใช้ผิดจากวัตถุประสงค์และโครงการตามที่ คณะกรรมการเงินกู้อนุมัติ
- (3) เมื่อคณะกรรมการดำเนินการเห็นว่า หลักประกันสำหรับเงินกู้รายใด เกิดบกพร่อง และผู้กู้มิได้จัดการแก้ไขให้คืนดีภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนด
- (4) ขาดการส่งชำระหนี้เงินกู้ตามที่กำหนดเป็นเวลาสามเดือนติดต่อกัน

ข้อ 24 ในกรณีที่ผู้ค้ำประกันจะต้องรับผิดชอบชำระหนี้แทนผู้กู้ตามความในข้อ 23 และไม่สามารถชำระหนี้คืนโดยสิ้นเชิงได้ เมื่อผู้ค้ำประกันร้องขอ คณะกรรมการเงินกู้หรือคณะกรรมการ อำนาจการอาจผ่อนผันให้ผู้ค้ำประกันชำระหนี้เป็นงวดจนครบจำนวน ตามที่ผู้กู้ได้ทำหนังสือผู้ให้ ไว้ต่อสหกรณ์ก็ได้ แล้วรายงานให้คณะกรรมการดำเนินการทราบ

ให้คณะกรรมการอำนาจการเป็นผู้รักษาการตามประกาศฉบับนี้

ประกาศ ณ วันที่ 12 กรกฎาคม พ.ศ. 2556

ลงชื่อ

(นายชานนท์ สุริยะฉันทนานนท์)

ประธานกรรมการดำเนินการ
สหกรณ์เครดิตยูเนียนบางนแวก จำกัด

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางศุภกาญจน์ จงจุดเทียน
วัน เดือน ปีเกิด	15 พฤษภาคม 2519
สถานที่เกิด	อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ประวัติการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม ปีการศึกษา 2541
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสมุทรสงคราม
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ

