

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ  
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

นายสุภกฤต ลังกาตุง

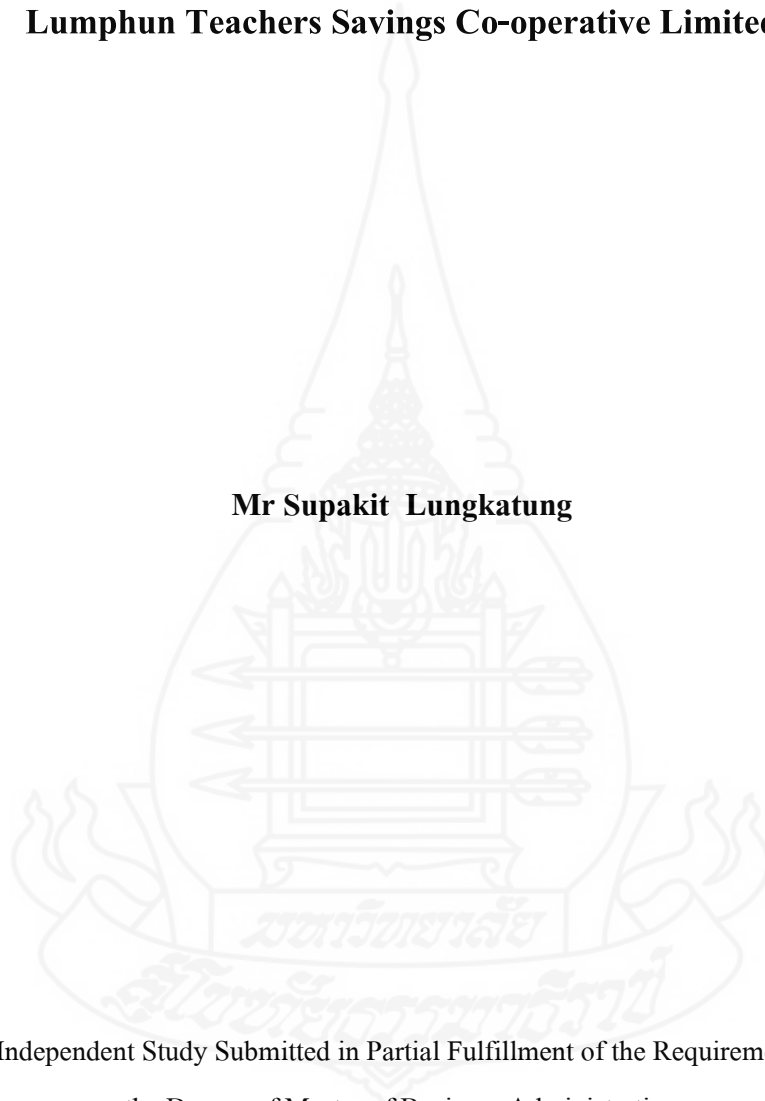


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2558

**Marketing Mix Factors Affecting the use of Loan Services of Members of  
Lumphun Teachers Savings Co-operative Limited**

**Mr Supakit Lungkatung**



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

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University


2015

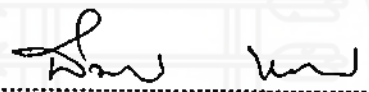
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก  
สหกรณ์ออมทรัพย์นครลำพูน จำกัด


ชื่อและนามสกุล นายศุภกฤต ตั้งกาตุง  
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาโท เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2559

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สังเทริม หอมกลิ่น)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตูริย์ เข้มทอง)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

**ผู้ศึกษา** นายศุภกฤต ลังกาตุง **รหัสนักศึกษา** 2573004047 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ **ปีการศึกษา** 2558

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด 2) การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือสมาชิกที่เป็นลูกหนี้ที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 จำนวน 4,504 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของ ยามาเน่ ได้เท่ากับ 368 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 – 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่เกิน 5 ปี มีรายได้ต่อเดือนรวม 25,001 – 35,000 บาท มีรายจ่ายต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และมีเงินออมของสมาชิกต่อเดือน 6,001 – 9,000 บาท 2) ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการส่วนใหญ่ คือประเภท เงินกู้สามัญ ซึ่งจำนวนสินเชื่อที่ใช้บริการ 500,001 – 1,000,000 บาท ระยะเวลาในการผ่อนชำระ 1 – 10 ปี จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน 6,001-9,000 บาท 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสถานที่ ตามลำดับ 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนรวม รายจ่ายต่อเดือน และเงินออมของสมาชิกต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้น ด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

**คำสำคัญ** ส่วนประสมการตลาด บริการสินเชื่อ สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

**Independent Study title:** Marketing Mix Factors Affecting the use of Loan Services of Members of Lumphun Teachers Savings Co-operative Limited

**Author:** Mr. Supakit Lungkatung; **ID:** 2573004047;

**Degree:** Master of Business Administration;

**Independent Study advisor:** Achara Cheewatragoongit, Associate Professor;

**Academic year:** 2015

### **Abstract**

The objectives of this research were to study 1) the personal factors of members who used the loan services of Lumphun Teachers Savings Co-operative Limited; 2) their use of the loan services; 3) marketing mix factors that affected their use of the loan services; and 4) the relationship between personal factors and marketing mix factors that affected members' use of the loan services.

This was a survey research. The study population was 4,504 members of Lumphun Teachers Savings Co-operative Limited with outstanding loans owed to the cooperative as of 30 November 2015. Out of these a sample population of 368 was determined using the Taro Yamane method and chosen using accidental sampling. The data collection tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation and chi square.

The results showed that 1) the majority of members who used the cooperative's loan services was female, in the 41-50 age group, educated to the bachelor's degree level, married, had been a cooperative member for no more than 5 years, made income in the range of 25,001-35,000 baht a month, had expenses in the range of 5,001-10,000 baht a month, and put 6,001-9,000 baht a month into savings. 2) The majority of samples used the ordinary loan service and took out loans of 500,001-1,000,000 baht to be paid back over 1-10 years in installments of 6001-9,000 baht a time. 3) The marketing mix factors that had a strong influence on the samples' decision to use the cooperative's loan services were price, product, service process, promotion, personnel, physical characteristics and place, in that order. 4) The personal factors of sex, age, education, marital status, number of years of membership in the cooperative, income, expenses, and amount of savings per month were all related to type of loan service used, amount of loan, length of payback period, and amount of installments to a statistically significant degree ( $p < 0.05$ ). The marketing mix factors of product, price, promotion, personnel and service process were related to members' use of loan services, but the factors of place and physical characteristics were not related.

**Keywords:** Credit service, Personal loans, Teacher debt

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และ รองศาสตราจารย์สังเสริม หอมกลิ่น อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้กรุณาให้ความรู้คำแนะนำ คำปรึกษาตลอดจนตรวจสอบแก้ไขเพื่อให้ได้รายงานที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ในเนื้อหาและมีคุณค่าควรแก่การนำไปเป็นแนวทางการพัฒนา การดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อไป ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอาจารย์มา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้ศึกษากราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการ คณะกรรมการ ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่และสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ซึ่งผู้ศึกษาได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ รวมถึงเพื่อนนักศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่คอยติดตามให้ความช่วยเหลือ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าอิสระครั้งนี้คงมีประโยชน์ต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเช่นเดียวกันนี้ต่อไป

ศุภกฤต ลังกาตุง

สิงหาคม 2559

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
สมมติฐานการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์.....	8
ลักษณะทั่วไปของสหกรณ์ออมทรัพย์.....	12
บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	15
แนวคิดและหลักการดำเนินการธุรกิจสินเชื่อ.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	33
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด.....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	49
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	53
ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	57
ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	59
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	89
สรุปผลการศึกษา.....	89
อภิปรายผล.....	91
ข้อเสนอแนะ.....	93
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก.....	98
ประวัติผู้ศึกษา.....	103





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามเพศ.....	53
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามอายุ.....	54
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	55
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก.....	55
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนรวม.....	56
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามรายจ่ายต่อเดือนรวม.....	56
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามเงินออมของสมาชิกต่อเดือน.....	57
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ...57	
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	58
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....	58
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....	59
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ครูลำพูน จำกัด.....	59
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู ลำพูน จำกัด.....	60
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	61
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	61
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ครูลำพูน จำกัด.....	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์กรุงลำพู จำกัด.....	63
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์กรุงลำพู จำกัด.....	63
ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	64
ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	65
ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	65
ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	66
ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	66
ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	67
ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	67
ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ.....	68
ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	68
ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	69
ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	69
ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	70
ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	70
ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	71
ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	71
ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....	72
ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....	72
ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....	73
ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....	73
ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....74

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....75

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ.....75

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ...76

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....76

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....77

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....77

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....78

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน...78

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....79

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน.....79

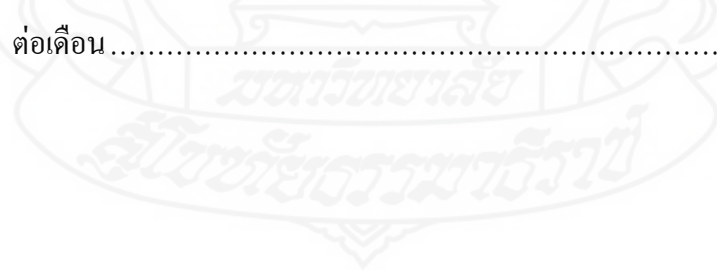
ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระ  
ต่อเดือน.....80

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ...81

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ.....83

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ...85

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินผ่อนชำระ  
ต่อเดือน.....87



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา.....	5
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด.....	18
ภาพที่ 2.2 สินทรัพย์หมุนเวียน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน หนี้สินและทุนของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด.....	23
ภาพที่ 2.3 ทุนเรือนหุ้น เงินรับฝาก และเงินกู้ยืมสถาบันการเงินอื่นของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู ลำพูนจำกัด.....	24
ภาพที่ 2.4 รายได้ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด.....	25
ภาพที่ 2.5 เงินให้กู้แก่สมาชิก ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด.....	26



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ออมทรัพย์เกิดจากการรวมกลุ่มบุคคลในหน่วยงานเดียวกันรวมกลุ่มอาชีพหรืออาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดียวกันเพื่อจัดตั้งเป็นสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ด้วยวัตถุประสงค์ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์อย่างต่อเนื่องและให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่สมาชิกที่มีความจำเป็นหรือเพื่อการอันเป็นประโยชน์นอกจากจะให้สมาชิกออมเงินในรูปแบบค่าหุ้นเป็นรายเดือนแล้วสมาชิกอาจนำเงินมาฝากไว้กับสหกรณ์ซึ่งสหกรณ์ออมทรัพย์มีบริการด้านเงินฝากเช่นเดียวกับสถาบันการเงิน โดยทั่วไปผลการดำเนินงานจะจัดสรรกำไรส่วนหนึ่งเป็นสวัสดิการของสมาชิก โดยยึดถืออุดมการณ์หลักการและวิธีการสหกรณ์เป็นแนวทางในการดำเนินงานอันจะช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมของมวลสมาชิกให้อยู่ดีมีสุขโดยการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สำหรับการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศ ประจำปี 2558 โดยประมวลผลข้อมูลสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2558 ภาพรวมระบบสหกรณ์ออมทรัพย์ มีจำนวนสหกรณ์ตามทะเบียนทั้งสิ้น 1,448 สหกรณ์ ในจำนวนนี้มีจำนวนสหกรณ์ออมทรัพย์ (ไม่รวมชุมนุมสหกรณ์) ที่ผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นต้องบการเงินได้ทั้งสิ้น 1,377 แห่ง มีสมาชิกทั้งสิ้น 3.06 ล้านคน ส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีผลกำไรสุทธิ จำนวน 1,341 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 97.39 ของจำนวนสหกรณ์ที่ผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นต้องบการเงิน มูลค่าสินทรัพย์รวม 2.06 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 8.88 หากพิจารณาเปรียบเทียบกับระบบธนาคารพาณิชย์ไทย พบว่าสินทรัพย์ในระบบสหกรณ์ออมทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 13.89 ของสินทรัพย์รวมในระบบธนาคารพาณิชย์ไทยในปีเดียวกัน 14.83 ล้านล้านบาท(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

การดำเนินงานในรอบปี 2558 มีมูลค่าทั้งสิ้น 1.52 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 2.64 โดยธุรกิจสินเชื่อ (ให้กู้เงิน) มีปริมาณสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 67.59 ของมูลค่าธุรกิจทั้งสิ้น ผลการดำเนินงานมีรายได้รวม 121,963.92 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายรวม 56,671.06 ล้านบาท ก่อให้เกิดผลกำไรสุทธิ 65,292.86 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.53 ของรายได้ทั้งสิ้น เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 8.36 โครงสร้างเงินทุนที่ได้มา จำนวน 2.06 ล้านล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นหนี้สินร้อยละ 53.62 ส่วนที่

เหลือเป็นทุนของสหกรณ์ร้อยละ 46.38 หนี้สินดังกล่าวเป็นเงินรับฝากจากสมาชิกร้อยละ 29.65 เงินกู้ยืมและเครดิตการค้าร้อยละ 22.28 เงินรับฝากจากสหกรณ์อื่นและหนี้สินอื่นร้อยละ 1.69 ด้านการใช้เงินทุนดังกล่าวส่วนใหญ่ลงทุนในเงินให้กู้ยืมแก่สมาชิก-สุทธิ จำนวน 1.59 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 77.27 ส่วนที่เหลือเป็น เงินลงทุนในหลักทรัพย์และตราสารหนี้ ร้อยละ 11.23 เงินให้กู้ยืมแก่สหกรณ์อื่น-สุทธิ ร้อยละ 4.57 เงินสด/เงินฝากธนาคารและสหกรณ์อื่น ร้อยละ 5.84 และสินทรัพย์อื่นๆ ร้อยละ 1.09 ของสินทรัพย์ทั้งสิ้น(กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2559)

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2417 เป็นสหกรณ์ออมทรัพย์และเครดิตสำหรับคนมีเงินเดือน ใช้ชื่อว่า "สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัดสินใจ" เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2510 เลขทะเบียนที่ 87/11283 ต่อมาได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น "สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด" เป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ตาม ความในพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 โดยมีคณะผู้จดทะเบียนตั้งสหกรณ์จำนวน 10 คน นำโดย นายจางง เทพหัสดิน ณ อยุธยา ผู้ว่าราชการจังหวัดลำพูน ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ นายปอ ขาวสะอาด ศึกษาธิการจังหวัดลำพูน เป็นรองประธานกรรมการ และนางสาวประไพ ชนะแก้ว เป็น เลขานุการ สำหรับเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ขอข้าราชการครู มาช่วยทำหน้าที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ จนถึงปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา จึงได้มีการ จัดตั้งงบประมาณจ้างเจ้าหน้าที่เพื่อปฏิบัติงานของสหกรณ์

ในช่วงเริ่มแรกสหกรณ์มีสมาชิก 410 คน ทุนจดทะเบียน 7,000 บาท สำนักงานที่ใช้ในการปฏิบัติงานของสหกรณ์ได้ขอใช้อาคารของทางราชการเป็นสำนักงาน คือ หอประชุมศาลากลางจังหวัดลำพูน ต่อมาในระหว่างปี พ.ศ. 2529 - 2530 นายเล็ก รัตนสุรังค์ ประธานกรรมการ ดำเนินการ และคณะกรรมการดำเนินการ ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่ให้จัดซื้ออาคารสำนักงานของตนเองเป็นอาคารพาณิชย์ สูง 3 ชั้นจำนวน 1 คูหา ตรงกันข้ามสำนักงานไปรษณีย์ลำพูน เมื่อกิจการของสหกรณ์เจริญเติบโตขึ้น สำนักงานดังกล่าวมีความคับแคบ คณะกรรมการดำเนินการ สหกรณ์ โดยนายกุล นิลแพทย์ ประธานกรรมการดำเนินการ ได้รับอนุมัติซื้อที่ดิน บนเนื้อที่ 1 ไร่ 2 งาน 28.40 ตารางวา โดยใช้งบประมาณจำนวน 10 ล้านบาท เพื่อสร้างอาคารสำนักงาน เป็นอาคารคอนกรีตสูง 3 ชั้นและเปิดใช้ในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งเป็นอาคารสำนักงานที่ใช้บริการแก่สมาชิกจนถึงปัจจุบัน สำนักงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 103/1 ถนนพระคงเกษีย ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนคัน และได้ก่อตั้งสมาคมพัฒนากิจสงเคราะห์สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ขึ้นเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2550 (สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด, 2559)

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัดเป็นสถาบันการเงินซึ่งมีสมาชิกเป็นเจ้าของสหกรณ์ หากสมาชิกสหกรณ์มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่กฎ ระเบียบข้อบังคับมติของ



คณะกรรมการตระหนักถึงการมีส่วนร่วมและแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกต้องร่วมกันซึ่งจะช่วยให้เกิดการรวมพลังขับเคลื่อนกิจการสหกรณ์ให้มีพัฒนาการเจริญก้าวหน้า และเติบโตอย่างมั่นคงการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการดำเนินการ กระทำการโดยยึดหลักการอุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสมาชิกในด้านการให้บริการของสหกรณ์ ประกอบด้วย การบริการด้านเงินฝากการบริการด้านสินเชื่อและการบริการด้านสวัสดิการต่างๆจากการบริการทั้ง 3 ด้านนี้การบริการด้านสินเชื่อถือเป็นบริการที่สมาชิกใช้บริการมากที่สุดจากข้อมูล เงินให้กู้แก่สมาชิก ยกมา ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 จำนวน 6,287.24 ล้านบาท ปล่อยเงินกู้ระหว่างปี 2558 จำนวน 4,918.28 ล้านบาท รับชำระหนี้เงินกู้ระหว่างปี 2558 จำนวน 3,690.04 ล้านบาท และเงินให้กู้แก่สมาชิกเพิ่มขึ้นระหว่างปี 2558 จำนวน 1,228.24 ล้านบาท คงเหลือเงินให้กู้ที่อยู่ในมือสมาชิกจำนวน 4,504 รายเป็นเงิน 7,515.48 ล้านบาทรายได้จากดอกเบี้ยรับเงินให้กู้แก่สมาชิกจำนวน 422.37 ล้านบาท(รายงานกิจการประจำปี 2558 สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด เป็นธุรกิจหลักของสหกรณ์ โดยให้บริการเงินกู้แก่สมาชิกหลายประเภท เพื่อช่วยเหลือสมาชิกในการสร้างความมั่นคงของอาชีพและครอบครัว การบริการเงินให้กู้แก่สมาชิกที่มีความจำเป็นใช้เงินสามารถยื่นกู้ได้ทุกประเภท ตามสิทธิที่กู้ได้ เพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านการเงินและเศรษฐกิจ จากข้อมูลเงินให้กู้คงเหลืออยู่ที่สมาชิกของสหกรณ์จะเห็นได้ว่าสมาชิกมาใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นจำนวนมาก

ดังนั้นผู้ศึกษาในฐานะเจ้าหน้าที่สหกรณ์จังหวัดลำพูนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด เพื่อเป็นการประเมินการให้บริการที่ผ่านมาของสหกรณ์ ร่วมกับคณะกรรมการสหกรณ์ และนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การพัฒนา การปรับปรุงแก้ไข และการรักษาคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองตรงความต้องการของสมาชิก

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

2.2 เพื่อศึกษาการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

### 3. สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

### 4. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

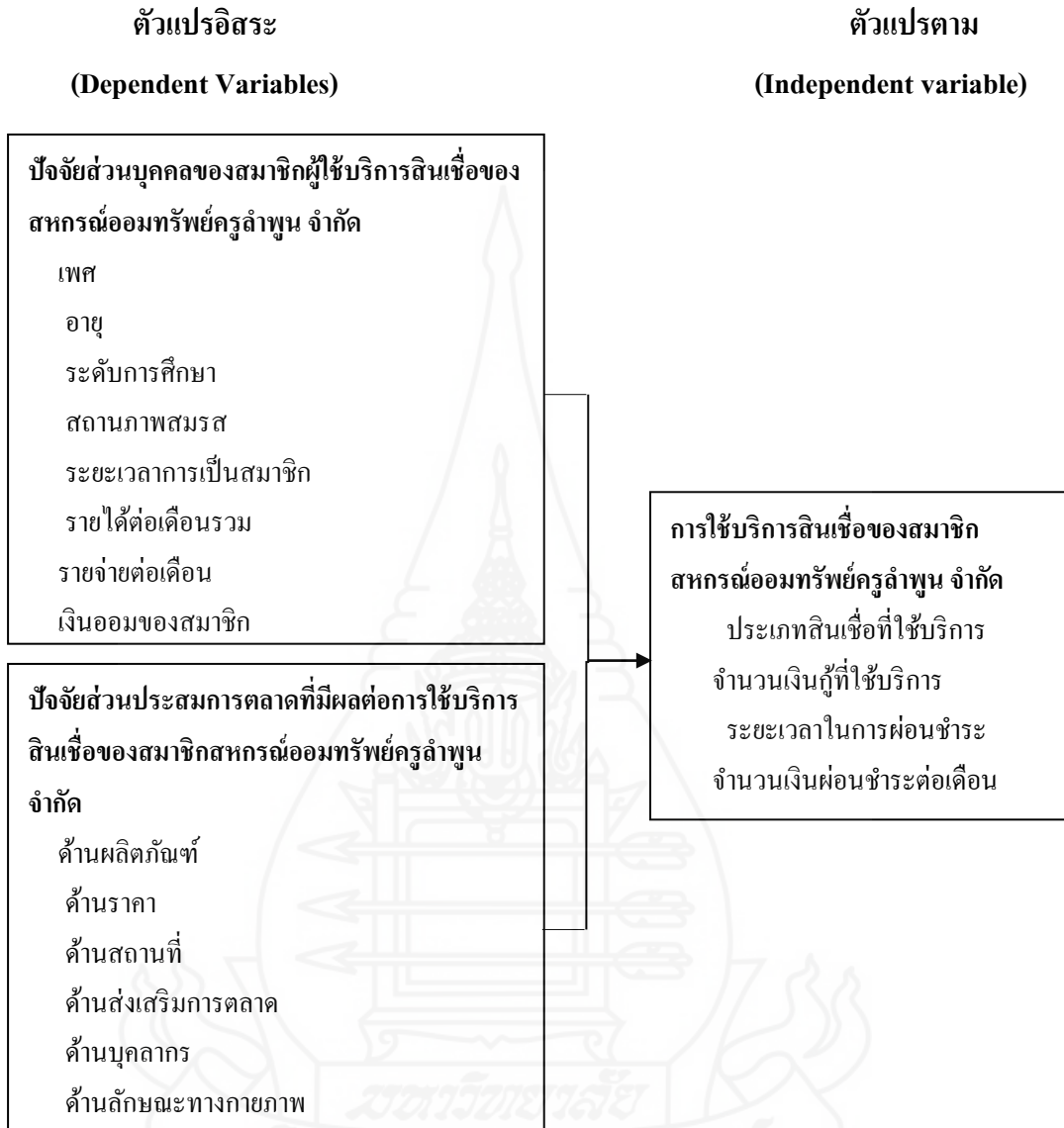
4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นการศึกษามุ่งเน้นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ในด้านต่างๆ โดยการเก็บข้อมูลจากสมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิก การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก ปัจจัยส่วนประสมการตลาด รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดและจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

4.2 ขอบเขตด้านประชากรประชากรที่ศึกษาได้แก่สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ที่เป็นลูกหนี้สินเชื่อสหกรณ์ ณ วันที่สิ้นปีบัญชี 2558 จำนวน 4,504คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน

4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษารั้งนี้มุ่งเน้นเกี่ยวกับการดำเนินงานในธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ในรอบปีบัญชีปี 2557ถึงปี 2558 โดยใช้เวลาในการศึกษาในช่วงเดือนมีนาคม-กรกฎาคมพ.ศ. 2559



## 5. กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

6.2 สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์

6.3 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนรวม รายจ่ายต่อเดือน และเงินออมของสมาชิก

6.4 การใช้บริการสินเชื่อ หมายถึง การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และ จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญและสามารถกระตุ้นให้สมาชิกตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง เงินกู้สามัญปกติ เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง เงินกู้พิเศษเพื่อการเคหะสงเคราะห์ เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ เงินกู้ฉุกเฉิน เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร และ เงินกู้ฉุกเฉิน ATM

ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย เงินเฉลี่ยคืน วงเงินกู้ในแต่ละประเภทสัญญาและระยะเวลาของการชำระคืน

การจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ เช่น ที่ตั้งของสหกรณ์สะดวกในการติดต่อมีหน่วยให้บริการนอกสถานที่ และสถานที่จอดรถเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารทางการตลาดโดยใช้คนหรือใช้สื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้

บุคลากร หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกสหกรณ์

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การนำเสนอให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสมาชิกสหกรณ์ เช่น สถานที่ให้บริการกว้างขวางและสะอาด

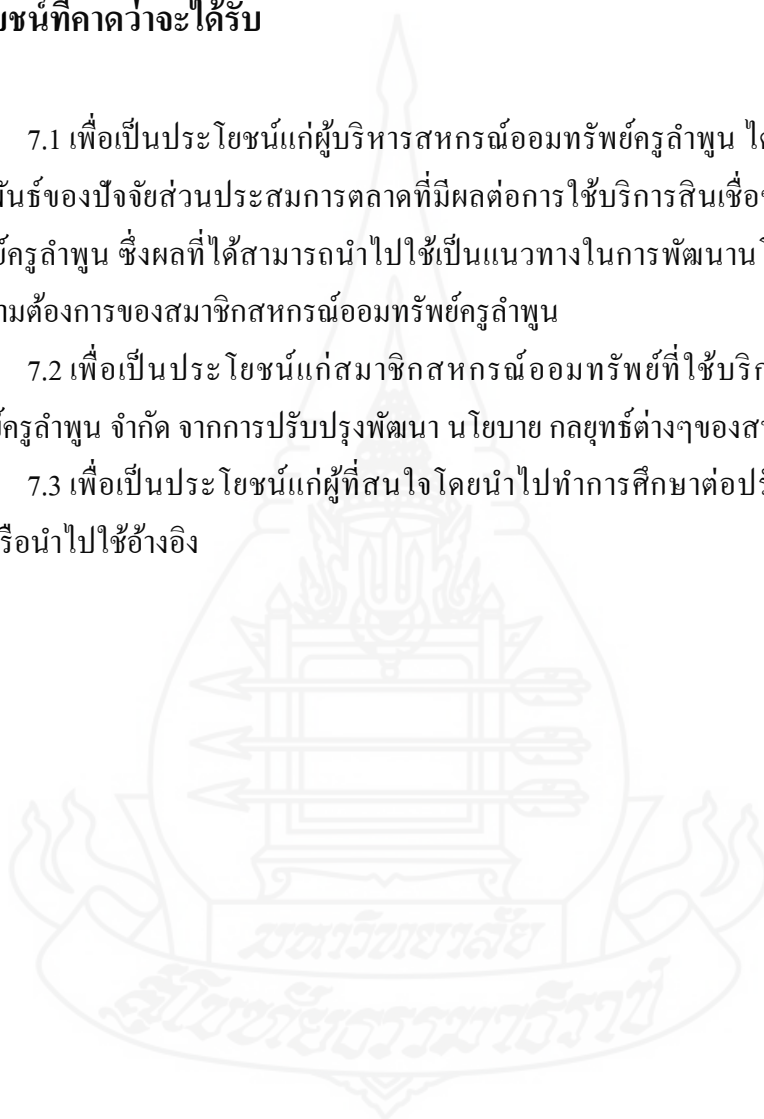
กระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือวิธีการทำงานเกี่ยวข้องกับ การสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เป็นกระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบสินค้า / บริการที่มีคุณภาพให้กับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า เช่น ความรวดเร็วในการ อำนวยความสะดวก

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน ได้ทราบถึงปัจจัยและ ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูน ซึ่งผลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายให้สอดคล้อง ตรงกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน

7.2 เพื่อเป็นประโยชน์แก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด จากการปรับปรุงพัฒนา นโยบาย กลยุทธ์ต่างๆของสหกรณ์

7.3 เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจโดยนำไปทำการศึกษาต่อปรับปรุงแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นหรือนำไปใช้อ้างอิง



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัดซึ่งในบทนี้จะแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
2. ลักษณะทั่วไปของสหกรณ์ออมทรัพย์
3. บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด
4. แนวคิดและหลักการดำเนินการธุรกิจสินเชื่อ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์

##### 1.1 ความหมายของสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2547, น.3)ให้ความหมายสหกรณ์ คือ คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และต้องจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 สหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารงานโดยสมาชิกและเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิก ทั้งนี้ เพื่อสร้างสรรค์และปรับปรุงการประกอบสัมมาชีพและความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ส่งผลให้ประเทศชาติมีการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและประชาธิปไตยด้วยวิธีการสหกรณ์ ซึ่งยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นวิธีการดำเนินงาน

พระราชบัญญัติสหกรณ์ (2542, น.4) ได้บัญญัติไว้ว่า สหกรณ์ หมายถึง คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้

## 1.2 คุณค่าของสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2547, น.6) สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์สมาชิกสหกรณ์มีความเชื่อมั่นในจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เอื้ออาทรต่อผู้อื่น ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดำเนินการตามหลักประชาธิปไตย มีความเสมอภาค มีความเที่ยงธรรม และเปิดเผย

## 1.3 อุดมการณ์สหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2547, น. 8) อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเอง และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่การกินดีอยู่ดี ความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคมอุดมการณ์สหกรณ์ เป็นการช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันของสมาชิกสหกรณ์ เพื่อให้ความปรารถนาสมหวัง โดยนำหลักศีลธรรม และจริยธรรมมาใช้ ประกอบการใช้หลักการสหกรณ์สากลทั้ง 7 ข้อ ในการช่วยเหลือตนเองของสมาชิก อาจจะต้องขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ อดทน มีวินัย และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อาจแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ เสียสละเงิน เวลา แรงงาน ความรู้ และแบ่งปันกำไร น้ำใจ ความหวังใจเอื้ออาทร

## 1.4 หลักการสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2547, น. 9-11) หลักการสหกรณ์เป็นหลักการทางสังคมศาสตร์ที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ทางเทคนิคที่ใช้กำกับ โครงสร้างและกระบวนการดำเนินงานขององค์การสหกรณ์และแนวทางที่ทำให้คุณค่าสหกรณ์บังเกิดผล หลักการสหกรณ์จึงเป็นทั้งข้อบัญญัติและแนวทางในการดำเนินงานของสหกรณ์ รวมตลอดถึงความสนใจในจิตวิญญาณของสหกรณ์ด้วย ทำให้หลักสหกรณ์ถือเป็นหัวใจของวิสาหกิจสหกรณ์ โดยที่แต่ละข้อจะเป็นอิสระจากข้ออื่นๆ มิได้ ทุกข้อล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน หากหลักการข้อหนึ่งข้อใดถูกละเลยจะเป็นผลให้หลักการข้ออื่นๆ ลดความสำคัญลงด้วย

หลักการสหกรณ์ที่ประกาศเมื่อวันที่ 23 กันยายน ค.ศ. 1956 (พ.ศ. 2538) ในแถลงการณ์ว่าด้วยเอกลักษณ์ของการสหกรณ์ใน พ.ศ. 2538 มีด้วยกัน 7 ประการ หลักสามประการแรกถือว่าเป็นสภาพพลวัติภายในที่มีความสำคัญมากสำหรับแต่ละสหกรณ์ ส่วนหลักสี่ประการหลังจะเกี่ยวข้องทั้งกับการดำเนินงานภายใน และความสัมพันธ์ที่สหกรณ์มีกับภายนอก ดังนี้กล่าวคือ

### หลักการที่ 1 การเปิดรับสมาชิกทั่วไปและด้วยความสมัครใจ

สหกรณ์เป็นองค์การ โดยสมัครใจ เปิดรับบุคคลทุกคนซึ่งสามารถใช้บริการของสหกรณ์ และเต็มใจรับผิดชอบในฐานะสมาชิกเข้าเป็นสมาชิก โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติในเรื่องเพศฐานะทางสังคม เชื้อชาติ การเมือง หรือศาสนา

### หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย

สหกรณ์เป็นองค์การประชาธิปไตยที่ควบคุมโดยสมาชิกซึ่งมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของสหกรณ์ ชายและหญิงผู้ปฏิบัติในฐานะผู้แทนจากการเลือกตั้งต้องรับผิดชอบต่อบรรดาสมาชิก ในสหกรณ์ปฐมสมาชิกมีสิทธิออกเสียงเท่ากัน (คนหนึ่งมีหนึ่งเสียง) และในสหกรณ์ระดับอื่นก็จัดให้ดำเนินการตามแนวทางประชาธิปไตยด้วย

### หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจโดยสมาชิก

สมาชิกพึงมีส่วนให้ทุนแก่สหกรณ์อย่างเป็นธรรมและควบคุมการใช้ทุนของสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย ตามปกติส่วนหนึ่งของทุนนั้นอย่างน้อยที่สุดต้องเป็นสินทรัพย์ส่วนรวมของสหกรณ์และสมาชิกจะได้รับผลตอบแทนในอัตราจำกัด (ถ้ามี) จากการลงทุนในสหกรณ์ตามเงื่อนไขแห่งการเป็นสมาชิกบรรดาสมาชิกจะจัดสรรเงินส่วนเกินเพื่อความมุ่งหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมดดังต่อไปนี้ก็ได้ คือ เพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขา โดยอาจก่อตั้งเงินสำรอง ซึ่งอย่างน้อยที่สุดส่วนหนึ่งของเงินสำรองนี้จะแบ่งแยกมิได้ หรือจัดสรรเพื่อประโยชน์แก่สมาชิกตามส่วนของธุรกิจที่ได้ทำกับสหกรณ์ หรือเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอื่นๆ ที่บรรดาสมาชิกเห็นชอบ

### หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ

สหกรณ์เป็นองค์การช่วยตนเองและปกครองตนเอง ซึ่งควบคุมโดยสมาชิก ถ้าสหกรณ์เข้าทำข้อตกลงกับองค์การอื่นๆ รวมทั้งรัฐบาล หรือแสวงหาทุนจากแหล่งภายนอก สหกรณ์พึงทำข้อตกลงเช่นนั้นภายใต้เงื่อนไขอันมั่นใจได้ว่า บรรดาสมาชิกยังคงควบคุมสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย และจะต้องธำรงไว้ซึ่งสภาพการปกครองตนเองของสหกรณ์

### หลักการที่ 5 การศึกษา การฝึกอบรม และข้อมูลข่าวสาร

สหกรณ์พึงให้การศึกษและการฝึกอบรมแก่บรรดาสมาชิก ผู้แทนจากการเลือกตั้ง ผู้จัดการ และพนักงาน เพื่อบุคคลเหล่านั้นสามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาอย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารความรู้ในเรื่องลักษณะและประโยชน์ของการสหกรณ์แก่ประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนและผู้นำด้านความคิดเห็น

### หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

สหกรณ์พึงรับใช้สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและทำให้ขบวนการสหกรณ์เข้มแข็ง โดยการทำงานด้วยกันภายใต้โครงสร้างอันประกอบด้วยสหกรณ์ระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับระหว่างประเทศ

หลักการที่ 7 สหกรณ์พึงทำงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนที่สหกรณ์ตั้งอยู่ ทั้งนี้ตามนโยบายที่ได้รับความเห็นชอบจากสมาชิก

หลักการสหกรณ์นั้น เป็นเสมือน โลหิตที่หล่อเลี้ยงชีวิตของขบวนการสหกรณ์ เป็นการพัฒนาการที่มีมาจากค่านิยมที่ได้ทำให้ขบวนการนี้แผ่ขยายมานับแต่การก่อกำเนิด เป็นส่วนช่วยในการขึ้นรูป โครงสร้าง และให้แนวคิดในการสร้างเป้าหมายของขบวนการที่แจ่มชัด เป็นเสมือนคำแนะนำสำหรับสหกรณ์ทั้งหลายในการพัฒนาองค์กรของตน เป็นหลักในการปฏิบัติที่ได้รับการปรองดองจากประสบการณ์ที่สะสมมาต่างๆ กับจากปรัชญาความคิด มีความทันสมัย ยืดหยุ่น และสามารถปรับใช้ได้กับสหกรณ์หลากหลายประเภทในหลากหลายสถานการณ์ ทั้งหมดนี้ต้องการการพิจารณาของนักสหกรณ์ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมอีก เช่น ในประเด็นว่าด้วยคุณลักษณะแบบประชาธิปไตยขององค์กร บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ และการจัดสรรส่วนเกินที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็น คุณภาพ ที่จำเป็นมากที่จะทำให้การสหกรณ์เกิดดอกออกผล และเอกลักษณ์เฉพาะของสหกรณ์ ตลอดจนขบวนการสหกรณ์เป็นสิ่งที่มีความค่าขึ้นมา เป็นต้น

#### 1.5 วิธีการสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2547)วิธีการสหกรณ์คือการนำหลักสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดีตั้งนั้นวิธีการสหกรณ์จึงเป็นการนำหลักสหกรณ์ 7 ข้อไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุอุดมการณ์สหกรณ์ (การช่วยเหลือตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน) และปรัชญาสหกรณ์(ความอยู่ดีกินดีของสมาชิกสหกรณ์)โดยนำหลักศีลธรรมและจริยธรรมมาใช้ในกลุ่มคนผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสหกรณ์

วิธีการสหกรณ์ คือ เทคนิคในการนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การอยู่ดีกินดี ความเป็นธรรมทางสังคมและสันติสุขของมนุษย์ตามอุดมการณ์สหกรณ์ หลักการสหกรณ์ย่อมสะท้อนออกมาในรูปของกฎหมายสหกรณ์ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับสหกรณ์ ซึ่งสหกรณ์ใช้เป็นกรอบหรือแนวทางในการดำเนินงาน พอที่จะสรุปได้เป็น 11 วิธีการดังนี้

1. ปฏิบัติตามหลักการช่วยตนเองบนพื้นฐานของความสามัคคีและความสมัครใจ
2. ปฏิบัติตามหลักการส่งเสริมสมาชิก



3. ปฏิบัติตามหลักการเป็นคนเดียวกัน
4. ปฏิบัติตามหลักการประชาธิปไตย
5. ปฏิบัติตามหลักการมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ
6. ปฏิบัติตามหลักการรวมกลุ่มกัน โดยสมัครใจ
7. ปฏิบัติตามหลักการปกครองตนเอง
8. ปฏิบัติตามหลักการจัดสรรกำไรสุทธิอย่างเป็นธรรม
9. ปฏิบัติตามหลักการเป็นสมาชิกโดยเปิดกว้าง
10. ปฏิบัติตามหลักการไม่แบ่งแยกทุนสำรอง
11. ปฏิบัติตามหลักการส่งเสริมการศึกษา

#### 1.6 ประเภทสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2547)ประเภทสหกรณ์ คือ กลุ่มสหกรณ์ที่มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์หลักอย่างเดียวกัน เช่น กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ประมง กลุ่มสหกรณ์นิคม กลุ่มสหกรณ์ร้านค้า ฯลฯ ตามมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542

ปัจจุบันกฎกระทรวงกำหนดประเภทสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียน พ.ศ.2548 ไว้ 7 ประเภทดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์การเกษตร
2. สหกรณ์ประมง
3. สหกรณ์นิคม
4. สหกรณ์ร้านค้า
5. สหกรณ์บริการ
6. สหกรณ์ออมทรัพย์
7. สหกรณ์เครดิตยูเนียน

## 2. ลักษณะทั่วไปของสหกรณ์ออมทรัพย์

### 2.1 ความหมายของสหกรณ์ออมทรัพย์

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2542) สหกรณ์ออมทรัพย์ หมายถึง สถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลที่มีอาชีพอย่างเดียวกันหรืออาศัยในที่ชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเงินเมื่อเกิดความจำเป็น หรือเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ออกแก่ และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542



## 2.2 ประวัติและความเป็นมาของสหกรณ์ออมทรัพย์

ในภาวะปัจจุบัน ประชาชนประสบปัญหาเกี่ยวกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น ผู้ที่มีรายได้น้อยได้รับความเดือดร้อนเพราะไม่สามารถจะหารายได้เพิ่มให้เพียงพอกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น และมักจะแก้ไขปัญหาด้วยการกู้ยืมเงินจากนายทุน โดยยอมเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง จึงก่อให้เกิดหนี้สินผูกพัน และก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ตนเองและครอบครัว ภายหลังบุคคลที่ประสบปัญหาความเดือดร้อนดังกล่าว จึงร่วมกันแก้ไขปัญหาด้วยการรวมกลุ่มกันจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ขึ้นเพื่อบรรเทาปัญหาความเดือดร้อน โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สหกรณ์ออมทรัพย์แห่งแรกในประเทศไทย คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ข้าราชการสหกรณ์และพนักงานธนาคารเพื่อการพัฒนาสหกรณ์ (ธนาคารเพื่อการพัฒนาสหกรณ์) ปัจจุบันได้เปลี่ยนเป็น "ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร" จดทะเบียนเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2429 โดยใช้ว่า "สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดสินไช้" ปัจจุบันชื่อว่า "สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด"

## 2.3 วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่ส่งเสริมให้บุคคลที่เป็นสมาชิกรู้จักการประหยัด รู้จักการออมทรัพย์และสามารถบริการเงินกู้ให้แก่สมาชิกเพื่อนำไปใช้จ่ายเมื่อเกิดความจำเป็น โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันจึงเป็นการร่วมกันแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอีกทางหนึ่ง ดังนี้

2.3.1 การส่งเสริมการออมทรัพย์ เป็นวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์ออมทรัพย์ แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

1) การส่งเสริมสหกรณ์ออมทรัพย์โดยการถือหุ้น สหกรณ์กำหนดให้ สมาชิกส่งชำระค่าหุ้นเป็นประจำ ทุกเดือน โดยการหักเงินค่าหุ้น ณ ที่จ่ายเงินเดือนและจ่ายเงินปันผลค่าหุ้นให้แก่สมาชิกตามอัตราที่พระราชบัญญัติสหกรณ์พ.ศ. 2542 กำหนดไว้ เงินปันผลที่ได้รับนี้ไม่ต้องเสียภาษีให้แก่รัฐและเมื่อสมาชิกลาออกจากสหกรณ์ก็สามารถถอนค่าหุ้นคืนได้

2) การส่งเสริมสหกรณ์ออมทรัพย์โดยการรับฝากเงิน สหกรณ์มีบริการด้านเงินฝากทั้งประเภทเงินฝากประจำและเงินฝากออมทรัพย์ และให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยในอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์ หรือสูงกว่าตามฐานะของแต่ละสหกรณ์

2.3.2 การให้เงินกู้แก่สมาชิก สหกรณ์จะนำเงินค่าหุ้นและเงินฝากของสมาชิกมาหมุนเวียน ให้สมาชิกที่มีความจำเป็นหรือเดือดร้อนกู้ยืมโดยคิดดอกเบี้ยต่ำกว่าเอกชน

2.3.3 ลักษณะการให้เงินกู้เงินกู้ที่สหกรณ์จ่ายให้กับสมาชิกมี 3 ประเภท คือ

1) เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉินในกรณีที่สมาชิกมีความจำเป็นเร่งด่วนหรือมีรายจ่ายที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน สมาชิกสามารถกู้เงินประเภทนี้จากสหกรณ์ได้ไม่เกินครึ่งหนึ่งของเงินได้รายเดือน แต่จำกัดขั้นสูงไว้ตามฐานะของแต่ละสหกรณ์และกำหนดส่งชำระคืนไม่เกิน 2 งวดรายเดือน เงินกู้ประเภทนี้ไม่ต้องมีหลักประกัน

2) เงินกู้สามัญ สมาชิกสามารถกู้เงินประเภทนี้ได้ประมาณ 4-15 เท่าของเงินได้รายเดือน แต่จะจำกัดขั้นสูงไว้ตามฐานะของแต่ละสหกรณ์ และกำหนดส่งชำระคืนระหว่าง 24-72 งวดรายเดือน และต้องมีสมาชิกด้วยกันค้ำประกัน อย่างน้อย 1 คน การกำหนดวงเงินกู้ฉุกเฉินและสามัญจะใช้เงินเดือนเฉลี่ยของสมาชิกแต่ละสหกรณ์เป็นฐานในการกำหนดตัวอย่างเช่น สหกรณ์แห่งหนึ่ง สมาชิกมีเงินเฉลี่ย 10,000 บาท/เดือน ขั้นสูงของวงเงินกู้ฉุกเฉินควรเป็น 5,000 บาท ขั้นสูงของวงเงินกู้สามัญ ควรเป็น 40,000-150,000 บาท แต่ทั้งนี้ก็จะขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงินและดุลยพินิจของคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ในการกำหนดระเบียบ

3) เงินกู้พิเศษ ถ้าสหกรณ์มีฐานะมั่นคงแล้ว สหกรณ์จะเปิดบริการให้เงินกู้พิเศษเพื่อให้สมาชิกนำไปลงทุนในการประกอบอาชีพ หรือนำไปเพื่อการเคหะสงเคราะห์ เงินกู้ประเภทนี้สามารถกู้ตามจำนวนเงินที่จะนำไปลงทุนประกอบอาชีพ หรือขึ้นอยู่กับราคาของบ้านและที่ดินที่จะซื้อ หรือจำกัดขั้นสูงไว้ไม่เกิน 400,000-1,000,000 บาท และกำหนดชำระคืน ตั้งแต่ 10-15 ปีโดยมีอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักจำนองค้ำประกัน

#### 2.4 การดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ดำเนินการโดยสมาชิก กล่าวคือเมื่อได้มีการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ขึ้นแล้ว สมาชิกจะเลือกตั้งตัวแทนจากที่ประชุมใหญ่ให้เข้ามาบริหารงานในสหกรณ์ตัวแทนสมาชิกเหล่านี้เรียกว่า “คณะกรรมการดำเนินการ” มีประมาณ 7-15 คน ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ออมทรัพย์นั้นๆ คณะกรรมการดำเนินการจะทำหน้าที่บริหารกิจการสหกรณ์โดยจะมีการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อกำหนดนโยบายในการทำงาน แล้วจึงมอบให้ “ฝ่ายจัดการ” รับผิดชอบปฏิบัติงานต่อไป ฝ่ายจัดการนั้น ประกอบด้วย ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ สมุห์บัญชี เจ้าหน้าที่การเงิน ฯลฯ ซึ่งทำหน้าที่บริการแก่สมาชิกที่มาติดต่อธุรกิจกับสหกรณ์

#### 2.5 ทุนดำเนินงานของสหกรณ์

- 1) เงินค่าหุ้น
- 2) เงินรับฝากจากสมาชิก
- 3) ทุนสำรองและทุนสะสมอื่นๆ
- 4) เงินกู้ยืม
- 5) เงินอุดหนุนหรือทรัพย์สินที่ได้รับบริจาค

## 2.6 ข้อควรปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

### 2.6.1 ด้านการเงิน

- 1) เมื่อชำระเงินแก่สหกรณ์ ต้องชำระต่อเจ้าหน้าที่การเงินที่สหกรณ์แต่งตั้งไว้เท่านั้น และต้องเรียกใบเสร็จรับเงินทุกครั้ง เช่น การชำระหนี้ก่อนกำหนด การถือหุ้นเพิ่ม
- 2) ควรเก็บใบเสร็จรับเงินทุกฉบับไว้จนกว่าจะได้สอบทานหนี้สินและเงินค่าหุ้นให้ถูกต้องตรงกันเป็นประจำทุกปี
- 3) ควรมารับเงินที่สหกรณ์ด้วยตนเอง ถ้าจำเป็นควรมอบฉันทะแก่ผู้ที่ไว้ใจเท่านั้น
- 4) เมื่อรับเงินจากสหกรณ์ทุกครั้ง ควรตรวจนับจำนวนเงินให้ถูกต้องก่อนออกจากสหกรณ์ไป
- 5) การนำเงินมาฝากกับสหกรณ์สมาชิกต้องยื่นใบฝากเงินพร้อมสมุดคู่ฝากเมื่อรับสมุดคืนให้ตรวจสอบรายชื่อผู้มีอำนาจกำกับในสมุดคู่ฝากทุกครั้ง และไม่ควรฝากสมุดคู่ฝากไว้กับพนักงานสหกรณ์

### 2.6.2 ด้านสินเชื่อ

- 1) ควรกู้เงินจากสหกรณ์ในกรณีที่มีความจำเป็นจริงๆ และกู้ในจำนวนที่ต้องการใช้เท่านั้น
- 2) จะค้าประกันใครต้องตัดสินใจให้ดีเพราะถ้าผู้กู้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ผู้ค้าประกันจะต้องชำระหนี้แทนโดยไม่มีทางเลือกเลย
- 3) ในกรณีที่สมาชิกสหกรณ์ต้องการรับเงินกู้เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้สมาชิกรับเงินดังกล่าวที่สหกรณ์ด้วยตนเอง ถ้าหากจำเป็นให้ทำหนังสือมอบฉันทะโดยมีผู้บังคับบัญชาลงลายมือชื่อแสดงต่อเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วย

## 3. บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด (2559) สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 เมื่อวันที่ 27กรกฎาคม2510 ประเภทเป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ตามความในพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 มีสำนักงานตั้งที่ เลขที่ 103/1 ถนนพระคงธานี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนสำหรับปีสิ้นสุด 30 พฤศจิกายน2558 มีคณะกรรมการดำเนินการ จำนวน 15 คน มีผู้ตรวจสอบกิจการจำนวน 5 คน

มีพนักงาน จำนวน 21 คน และมีสมาชิกทั้งหมด จำนวน 6,515 คน แบ่งออกเป็น สมาชิกสามัญ 5,524 คน สมาชิกสมทบ 991 คน

### 3.1 วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

การจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิกโดยวิธีช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักสหกรณ์ มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์ โดยช่วยให้สามารถสงวนส่วนแห่งรายได้ของตนไว้ในทางอันมั่นคง และได้รับประโยชน์ตามสมควร
- 2) ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในครอบครัวของสมาชิกและสังคมโดยทั่วไป
- 3) ส่งเสริมการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและช่วยตัวเองในหมู่สมาชิก

### 3.2 อำนาจกระทำการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

- 1) รับฝากเงินจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่น หรือสมาชิกสมทบ หรือสมาคม ฌาปนกิจสงเคราะห์ซึ่งมีสมาชิกของสมาคมนั้น ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้รับฝากเงิน ทั้งนี้ตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์
- 2) จัดหาทุนเพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์
- 3) จัดให้มีเงินกู้สำหรับสมาชิกตามข้อกำหนดอันสมควร
- 4) ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินได้ตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์
- 5) ชื้อหุ้นของธนาคารซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์
- 6) ชื้อหุ้นของชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น
- 7) ชื้อหุ้นของสถาบันซึ่งประกอบธุรกิจอันทำให้เกิดความสะดวกหรือส่งเสริมความเจริญแก่กิจการของสหกรณ์ โดยได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์
- 8) ชื้อหลักทรัพย์ของรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจ
- 9) ดำเนินการให้กู้ยืมเงินเพื่อการเคหะสงเคราะห์ เพื่อซื้อยานพาหนะ และเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพอื่น
- 10) ให้สวัสดิการหรือให้การสงเคราะห์ตามสมควรแก่สมาชิกและครอบครัว
- 11) ดำเนินธุรกิจอื่นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ เพื่อประโยชน์ของสมาชิก
- 12) ออกตั๋วสัญญาใช้เงินและตราสารการเงิน

- 13) ชื่อตัวสัญญาใช้เงินและตราสารการเงิน
- 14) ร่วมมือกับทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมนุมสหกรณ์ และสหกรณ์อื่นเพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของสหกรณ์
- 15) ฝากเงินในชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น และฝากในธนาคาร หรือฝากในสถาบันการเงินที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์
- 16) กระทำการต่างๆ ตามที่อนุญาตไว้ในกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ รวมถึงการถือกรรมสิทธิ์ หรือทรัพย์สินครอบครอง ชื่อ แลกเปลี่ยน โอน หรือรับโอน เช่าหรือให้เช่า เช่าซื้อหรือให้เช่าซื้อ จำนองหรือรับจำนอง จำนำ หรือรับจำนำ ขายหรือจำหน่ายซึ่งทรัพย์สินตลอดจนดำเนินกิจการอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ด้วย
- 17) ดำเนินกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับ หรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

#### วิสัยทัศน์

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด เป็นสหกรณ์ชั้นนำบริหารจัดการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล เน้นสวัสดิการ ให้บริการอย่างกัลยาณมิตร

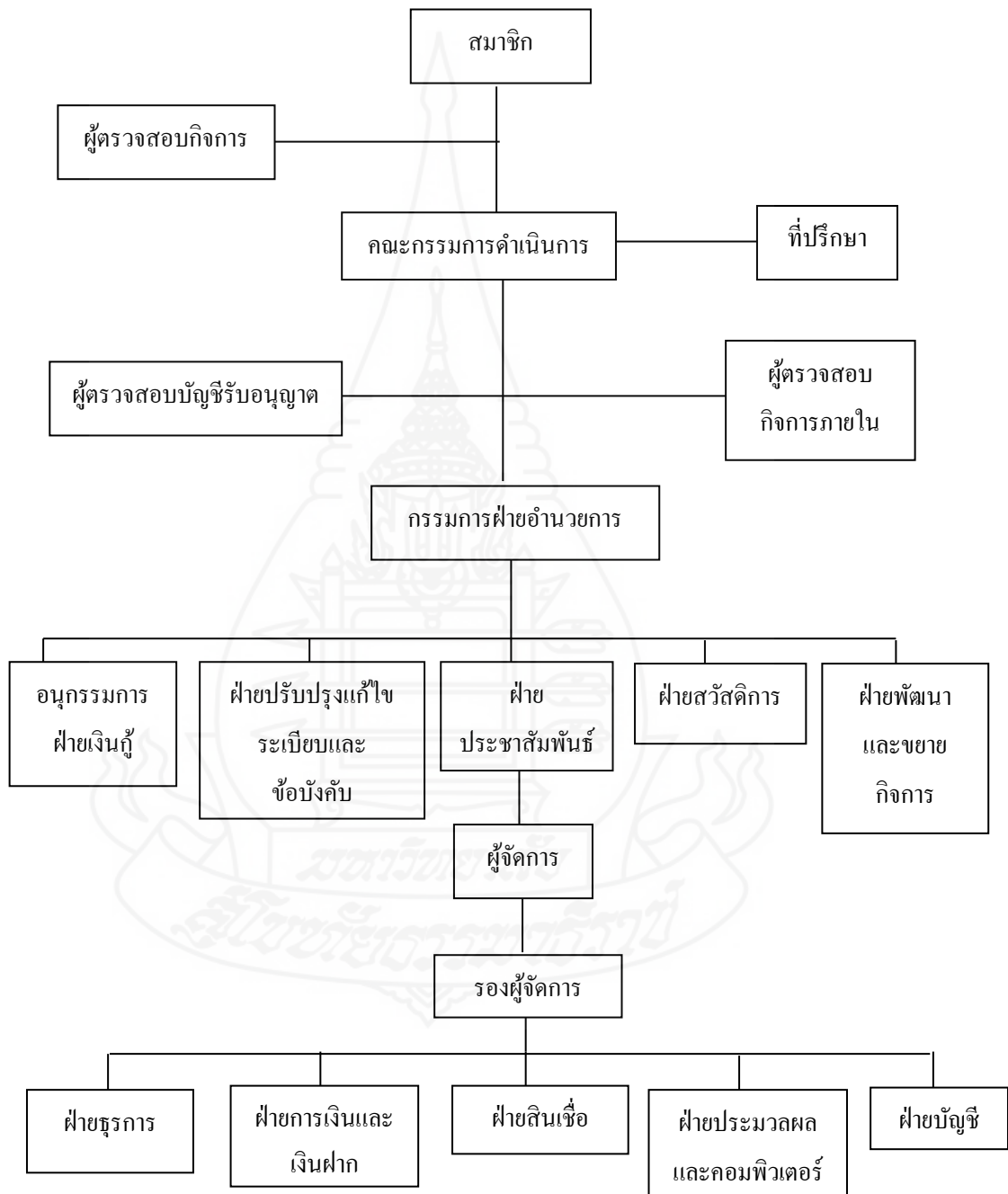
#### พันธกิจ

1. พัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร
3. พัฒนาสหกรณ์ให้มีความมั่นคงทางการเงิน
4. พัฒนาระบบงานการบริหารและการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก
5. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพ
6. พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรทั้งในระบบสหกรณ์และองค์กรทาง

ตั้งคม

### 3.3 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัดมีโครงสร้างการบริหารงานของสหกรณ์ประกอบด้วยดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด  
(สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด, 2559)



### 3.4 การให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด(2559)การให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัดสามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้านดังนี้

#### 3.4.1 ด้านการให้บริการด้านเงินฝากแบ่งออกเป็น 4ประเภทดังนี้

1) เงินฝากออมทรัพย์เปิดบัญชีขั้นต่ำ 100 บาท การฝากเงินจะฝากเมื่อใดก็ได้ คิดดอกเบี้ยเป็นรายวันทบเป็นเงินต้นเข้าบัญชีทุกวันที่ 31 พฤษภาคม และวันที่ 30 พฤศจิกายน ของทุกปี การถอนเงินจะถอนเมื่อใด จำนวนเท่าไรก็ได้ แต่ต้องเหลือเงินในบัญชีไม่น้อยกว่า 100 บาท

2) เงินฝากออมทรัพย์ ATMเปิดบัญชีขั้นต่ำ 100 บาทการฝากเงินจะฝากเมื่อใด คิดดอกเบี้ยเป็นรายวัน ทบเป็นเงินต้นเข้าบัญชีทุกวันที่ 31 พฤษภาคมและวันที่ 30 พฤศจิกายน ของทุกปี การถอนเงินจะถอนได้เฉพาะ ณ ตู้ ATM ธนาคารกรุงไทย จำกัด เท่านั้น ทั่วประเทศ 24 ชั่วโมงส่วนการฝากจะฝากได้เฉพาะ ณ สำนักงานสหกรณ์เท่านั้นการถอนเงินจะถอนได้ในวันถัดไปของวันที่ฝาก จำนวนเท่าใดก็ได้แต่ต้องเหลือเงิน ในบัญชีไม่น้อยกว่า 100 บาท

3) เงินฝากออมทรัพย์พิเศษเปิดบัญชีขั้นต่ำ 1,000 บาท และผู้ฝากจะส่งเพิ่มขึ้นผ่านทางสหกรณ์ในวันทำการระหว่างเวลา 08.30 น.-15.00 น. หรือยินยอมให้หัก ณ ที่จ่ายจากเงินได้รายเดือนต้นสังกัดในวงเงินไม่น้อยกว่า 1,000 บาท (แต่ละครั้งในการฝากเงิน) โดยมีเงื่อนไขการถอนคือ 2 ไตรมาส ถอนได้ 1 ครั้ง หากผู้ฝากเงินถอนเกินตามที่สหกรณ์ฯ กำหนด ต้องเสียค่าปรับครั้งละ 1% ของจำนวนเงินที่ถอน แต่ต้องไม่ต่ำกว่าครั้งละ 300 บาท สหกรณ์ฯ จะคำนวณดอกเบี้ยทบเป็นเงินต้นเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ให้ทุกวันที่ 31 พฤษภาคม และวันที่ 30พฤศจิกายน ของทุกปี

4) เงินฝากประจำเปิดบัญชีขั้นต่ำ 2,000,000 บาท ระยะเวลาที่ฝากต้องไม่น้อยกว่า 24 เดือนสหกรณ์ฯ จะคำนวณดอกเบี้ยเป็นรายเดือนเมื่อครบ กำหนดระยะเวลาฝาก กรณีที่ผู้ฝากมีความประสงค์จะถอนเงินฝากก่อนกำหนดสหกรณ์ฯจะให้ดอกเบี้ยตามอัตราดอกเบี้ย "เงินฝากออมทรัพย์" เมื่อครบกำหนดระยะเวลาฝาก 24 เดือน หากผู้ฝากไม่ถอนเงินฝากประจำกระทั่งพ้นกำหนดไปแล้ว 30 วัน ให้ถือว่าผู้ฝากมีความประสงค์จะฝากต้นเงินต่อไปอีกเท่าระยะเวลาเดิม

#### 3.4.2 ด้านการให้บริการด้านสินเชื่อแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1) เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. เงินกู้ฉุกเฉิน

- เป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป
- กู้ได้หนึ่งเท่าของเงินได้รายเดือน แต่ไม่เกิน 15,000 บาท
- ชำระไม่เกิน 3 งวด

- ต้องมีค่าหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ของวงเงินกู้

- สมาชิกกู้ได้ไม่เกิน 1 รายการ มีเงินได้รายเดือนคงเหลือตามระเบียบ

กระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วย การหักเงินเดือนบำเหน็จบำนาญข้าราชการเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้แก่ สวัสดิการภายในส่วนราชการและสหกรณ์ พ.ศ.2551

2. เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร

- เป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป

- กู้ได้ 2 เท่าของเงินได้รายเดือน แต่ไม่เกิน 50,000 บาท

- ชำระไม่เกิน 20 งวด

- กู้ได้ปีละ 2 ครั้ง กรณีกู้ใหม่ต้องส่งชำระมาแล้ว 4 งวด

- กรณีที่สมาชิกที่เป็นคู่สามีภรรยา และมีบุตร 1 คน สามารถกู้ฉุกเฉิน เพื่อการศึกษาบุตรได้เพียงคนเดียวเท่านั้น

- กรณีที่สมาชิกที่เป็นคู่สามีภรรยา และมีบุตรมากกว่า 1 คน สามารถกู้ เงินฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตรได้ตามสิทธิ์

- ต้องมีค่าหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ของวงเงินกู้

- สมาชิกกู้ได้ไม่เกิน 1 รายการ มีเงินได้รายเดือนคงเหลือตามระเบียบ

กระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วย การหักเงินเดือนบำเหน็จบำนาญข้าราชการเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้แก่ สวัสดิการภายในส่วนราชการและสหกรณ์ พ.ศ.2551

3. เงินกู้ฉุกเฉิน ATM

- เป็นสมาชิกตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป

- กู้ได้ 8 เท่าของเงินได้รายเดือน แต่ไม่เกิน 200,000 บาท

- ชำระไม่เกิน 100 งวด

- ใช้ผู้ค้ำประกัน 1 ราย (สมาชิก 1 คนค้ำได้ 1 สัญญา)

- ต้องมีค่าหุ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ของวงเงินกู้

- สมาชิกกู้ได้ไม่เกิน 1 รายการ มีเงินได้รายเดือนคงเหลือตามระเบียบ

กระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วย การหักเงินเดือนบำเหน็จบำนาญข้าราชการเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้แก่ สวัสดิการภายในส่วนราชการและสหกรณ์ พ.ศ.2551

2) เงินกู้สามัญ ได้แก่

1. เงินกู้สามัญปกติ และสามัญกระแสรายวัน

- สมาชิกสามัญ มีสิทธิกู้ได้ตามหลักเกณฑ์ที่สหกรณ์กำหนด

- การส่งชำระไม่เกิน 372 งวด (31 ปี)



- การคิดงดการชำระ ให้ใช้อายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระเงินแล้วไม่เกิน อายุ 88 ปี ( 88 ลบอายุผู้กู้ ) ไม่เกิน 396 งวด ส่วน สมาชิกบ้านานูส่งชำระ ได้มากที่สุดไม่เกิน 336 งวด

## 2. เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเองและพัฒนาวิชาชีพ

-สมาชิกกู้ได้ไม่เกิน 1 รายการ มีเงิน ได้รายเดือนคงเหลือตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วย การหักเงินเดือนบำเหน็จบ้านานูชำระราชการเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้แก่สวัสดิการภายในส่วนราชการและสหกรณ์ พ.ศ.2551

- ชำระคืนภายใน 150 งวด หรือ ผ่อนชำระดอกเบี้ยเป็นรายเดือนโดยปลอดเงินต้นตลอดหลักสูตร ทั้งนี้ไม่เกิน 24 งวดเมื่อสำเร็จตามหลักสูตรที่สถาบันกำหนดแล้วให้ ผ่อนชำระกับสหกรณ์ ต้นเงินรวมดอกเบี้ยเป็นรายงวดไม่เกิน 126 งวด

- การจ่ายเงินกู้ จะแบ่งจ่ายเงินเป็นภาคเรียนตามหลักสูตร ยกเว้น กู้เพื่อศึกษาดูงานต่างประเทศ และ กู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพ

- การค้ำประกัน ใช้บุคคลอย่างน้อย 2 คน แต่ในกรณี ผู้กู้มีสัญญาเงินกู้สามัญอยู่ก่อนแล้ว จะใช้ ผู้ค้ำประกันซ้ำกับสัญญาสามัญไม่ได้และถ้ากู้ในวงเงินไม่เกิน 100,000 บาท ใช้คนค้ำประกัน 1 คน

### 3) เงินกู้พิเศษได้แก่

1. เพื่อการเคหะสงเคราะห์
2. เพื่อชื้อยานพาหนะ
3. เพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ
4. เพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่น ๆ

- ต้องปลอดหนี้เงินกู้ทุกประเภท

- เป็นสมาชิกตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป

- กู้ได้ไม่เกิน 90 เท่าเงิน ได้รายเดือน ซึ่งเมื่อหักชำระหนี้แล้วเงิน ได้รายเดือนต้องเหลือตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วย การหักเงินเดือนบำเหน็จบ้านานูชำระราชการเพื่อชำระหนี้เงินกู้ให้แก่สวัสดิการภายในส่วนราชการและสหกรณ์ พ.ศ.2551

- ส่งชำระไม่เกิน 360 งวด หรือ 30 ปีกรณีอายุเกิน 40 ปี ให้ส่งใช้ตามอายุราชการที่เหลือ ทั้งนี้ เมื่อรวมอายุผู้กู้กับระยะเวลาที่ชำระเงินแล้วไม่เกิน 70 ปีสำหรับ ลูกจ้างประจำไม่เกิน 80 ปี

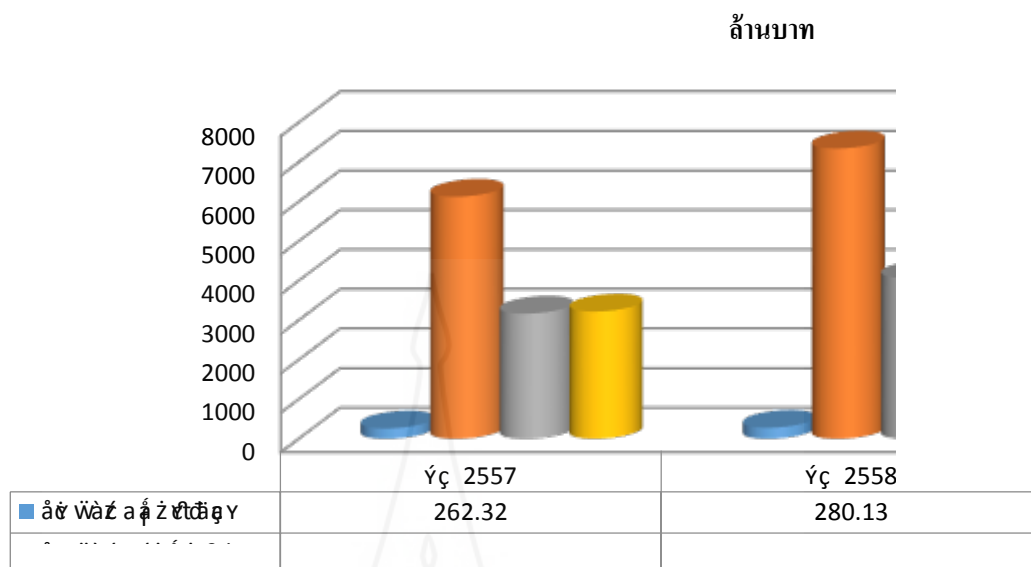
- ต้องทำประกันชีวิตเพื่อประกันสินเชื่อนวงเงินไม่ต่ำกว่าวงเงินกู้ ลบด้วยค่า หุ่น และสวัสดิการต่าง ๆ ของสมาชิกพึงได้รับ ณ วันที่ทำสัญญากู้ เก็บครั้งเดียว

**3.4.3 ด้านการให้บริการด้านสวัสดิการ** สวัสดิการต่าง ๆ ที่สมาชิกได้รับสหกรณ์ฯ ได้จัดสรรงบประมาณรายจ่ายเพื่อนำมาเป็นสวัสดิการให้กับสมาชิก ดังนี้

- 1) สวัสดิการสังคม เป็นเงินตอบแทนกรณีสมาชิกเสียชีวิต และคู่สมรส ตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์การจ่ายเงินที่สหกรณ์ฯ กำหนด
- 2) สวัสดิการกองทุนชีวิตหมู่ เป็นเงินตอบแทนกรณีสมาชิกเสียชีวิต และประสบอุบัติเหตุ ตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์การจ่ายเงินที่สหกรณ์ฯ กำหนด
- 3) สวัสดิการกองทุนบำเหน็จ เป็นเงินตอบแทนสมาชิกตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์การจ่ายเงินที่สหกรณ์ฯ กำหนด
- 4) สวัสดิการเพื่อช่วยเหลือสมาชิกและครอบครัวสมาชิก (ส.พ.ส.)
- 5) ทุนการศึกษานูตรสมาชิก จัดตั้งงบประมาณเพื่อเป็นทุนการศึกษาแก่นูตรสมาชิกที่ศึกษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา
- 6) สวัสดิการช่วยเหลือสมาชิกถึงแก่กรรม
- 7) ทุนสาธารณประโยชน์ ที่เป็นการสงเคราะห์อันเกิดจากภัยพิบัติต่าง ๆ และทุนที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิก

### **3.5 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด**

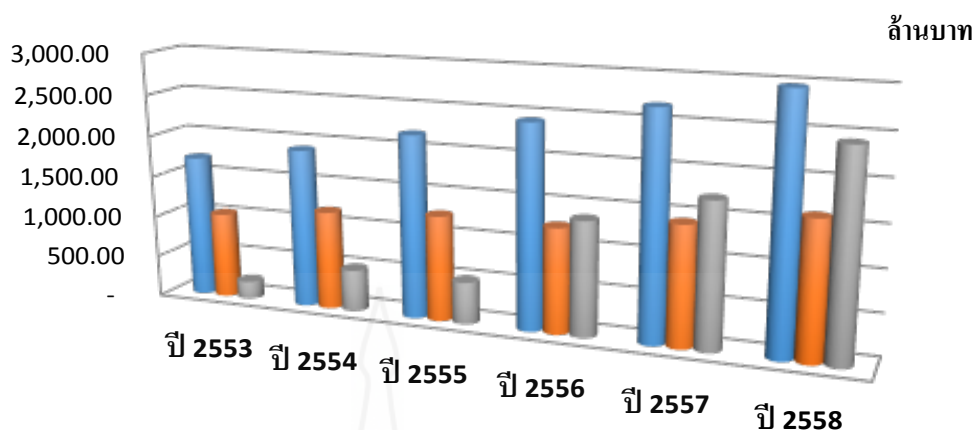
3.5.1 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา มีสินทรัพย์หมุนเวียน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน หนี้สินและทุน เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันสิ้นปี พ.ศ. 2558 มีสินทรัพย์หมุนเวียน 280 ล้านบาท สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 7,345 ล้านบาท หนี้สิน 4,070 ล้านบาท และทุน 3,555 ล้านบาท ดังภาพ 2.2



ภาพที่ 2.2 สินทรัพย์หมุนเวียน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน หนี้สินและทุน ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู  
ลำพูนจำกัดในช่วงปีพ.ศ. 2557 – 2558

ที่มา : (งบแสดงฐานะทางการเงิน วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 อ้างอิง รายงานกิจการประจำปี 2558  
สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

3.5.2 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ในระยะ 6 ปีที่ผ่านมา มี  
ทุนเรือนหุ้น เงินรับฝาก และเงินกู้ยืมสถาบันการเงินอื่น เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันสิ้นปี  
พ.ศ. 2558 มีทุนเรือนหุ้น 2,970.28 ล้านบาท เงินรับฝาก 1,623.14 ล้านบาท และเงินกู้ยืมสถาบัน  
การเงินอื่น 2,427.19 ล้านบาทดังภาพที่ 2.3

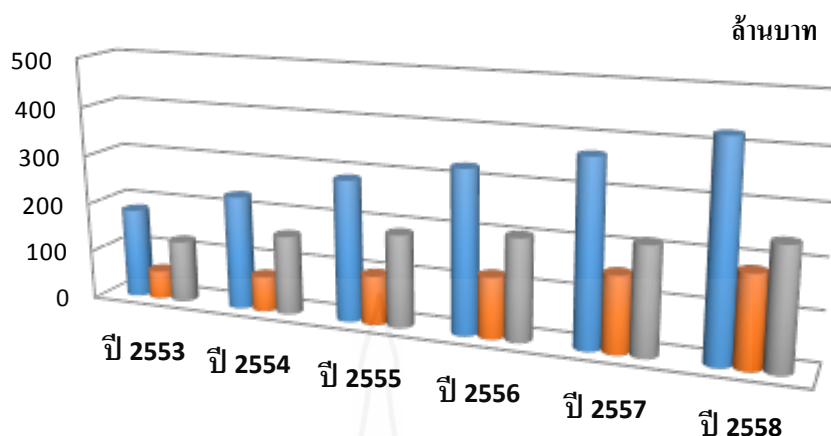


	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
Withdrawal (ล้านบาท)	1,712.91	1,907.68	2,189.96	2,432.16	2,685.57	2,970.28
Debt (ล้านบาท)	1,032.33	1,182.45	1,261.74	1,255.48	1,426.02	1,623.14
Other (ล้านบาท)	210	500	500	1,367.41	1,723.25	2,427.19

ภาพที่ 2.3 ทุนเรือนหุ้น เงินรับฝาก และเงินกู้ยืมสถาบันการเงินอื่น ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ในช่วงปีพ.ศ. 2553 – 2558

ที่มา : (งบแสดงฐานะทางการเงิน วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 อ้างอิง รายงานกิจการประจำปี 2558 สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

3.5.3 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ในระยะ 6 ปีที่ผ่านมา มีรายได้ ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันสิ้นปี พ.ศ. 2558 มีรายได้ 424.30 ล้านบาท ค่าใช้จ่าย 183.32 ล้านบาท และกำไรสุทธิ 240.97 ล้านบาท ดังภาพที่ 2.4



	Ýç 2553	Ýç 2554	Ýç 2555	Ýç 2556	Ýç 2557	Ýç 2558
■ àçá éŵé	182.59	231.56	285.93	328.34	369.56	424.3
■ àçá ùéá	57.38	71.37	98.81	123.22	153.47	183.32
■ ş tíà	125.21	160.19	187.12	205.12	216.08	240.97

ภาพที่ 2.4 รายได้ค่าใช้จ่ายและกำไรสุทธิของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

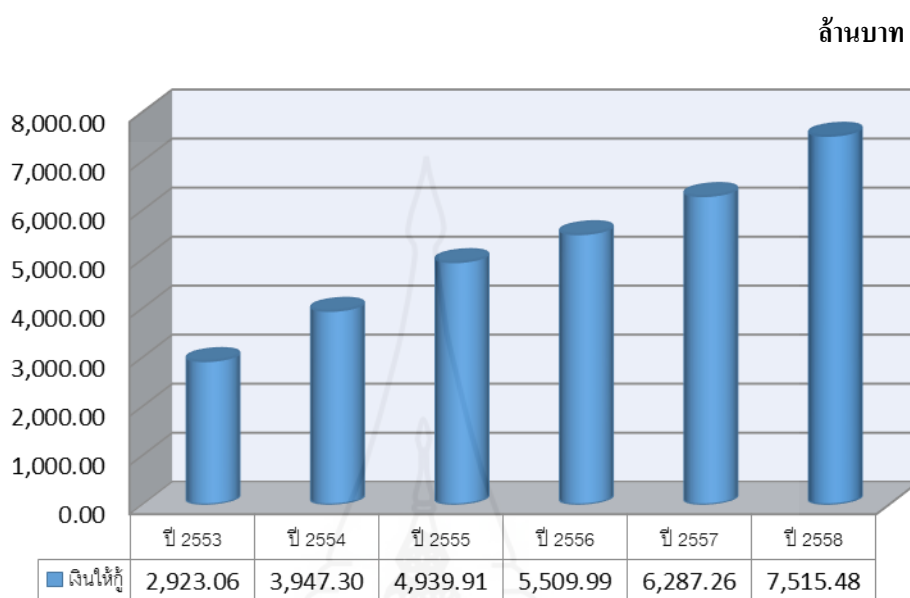
ในช่วงปีพ.ศ. 2553 – 2558

ที่มา : (งบแสดงฐานะทางการเงิน วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 อ้างอิง รายงานกิจการประจำปี 2558 สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

3.5.4 ผลการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ด้านธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ระหว่างในปี 2558 นี้สหกรณ์ได้บริหารเงินกู้ให้แก่สมาชิก ดังนี้

ประเภทเงินกู้	จำนวนสัญญา	จำนวนเงิน
เงินกู้สามัญ	4,002	6,710,394,530.35
เงินกู้สามัญ(สมาชิกสมทบ)	105	27,352,255.25
เงินกู้สามัญกระแสรายวัน	304	493,431,313.18
เงินกู้สามัญกระแสรายวัน(สมาชิกสมทบ)	1	769,831.25
เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษา	44	5,395,010.00
เงินกู้สามัญโครงการกู้ชำระคิน กบข.	98	26,424,145.00
เงินกู้สามัญโครงการจัดซื้ออาวุธปืน	24	354,271.75
เงินกู้พิเศษเพื่อใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน	39	45,246,194.75
เงินกู้ฉุกเฉิน	5	76,000.00
เงินกู้ฉุกเฉินกระแสรายวัน	1,696	205,670,059.07
เงินกู้สามัญฉุกเฉินตามคำพิพากษา	1	368,618.42
<b>รวม</b>	<b>6,319</b>	<b>7,515,482,229.02</b>

ในระยะ 6 ปีที่ผ่านมา มีเงินให้กู้แก่สมาชิกเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ วันสิ้นปี พ.ศ. 2558 มีเงินให้กู้แก่สมาชิก 7,515.48 ล้านบาท ดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 เงินให้กู้แก่สมาชิก ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด  
ในช่วงปีพ.ศ. 2553 – 2558

ที่มา : (งบแสดงฐานะทางการเงิน วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 อ้างอิง รายงานกิจการประจำปี 2558  
สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

#### 4. แนวคิดและหลักการดำเนินการธุรกิจสินเชื่อ

##### 4.1 ความหมายของสินเชื่อ

กฤษฎา สังขมณี (2549, น.2) ได้ให้ความหมายของสินเชื่อว่า มีความหมายคล้ายเงินตราที่เราใช้เป็นตัวแทนวัดมูลค่าสิ่งของที่จะซื้อหาแลกเปลี่ยนระหว่างกัน โดยมีสมมุติฐานว่าเมื่อฝ่ายหนึ่งส่งมอบสินค้าหรือบริการให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งก็คือลูกหนี้แล้ว ผู้ส่งมอบหรือเจ้าหนี้นี้ย่อมคาดหวังว่า ลูกหนี้จะปฏิบัติตามข้อตกลงต่อกันว่าจะชำระราคาให้ตามวัน เวลา สถานที่ และจำนวนตามที่ได้ตกลงกัน ซึ่งลึกๆ แล้วเจ้าหนี้ต้องพิจารณาว่าลูกหนี้จะต้องมีความสามารถจากการประกอบอาชีพการงานและความซื่อสัตย์ต่อกัน อีกทั้งในกรณีมีเหตุสุดวิสัยเกิดขึ้นลูกหนี้ต้องร่วมมือในการแก้ปัญหาภาระหนี้สินด้วยความเต็มใจ ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อเจ้าหนี้นี้มีความเสี่ยง จึงต้องเรียกร้องผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม ส่วนลดรับ รวมกระทั่งถึงเรียกร้องสิ่งของมีค่าไว้เพื่อ

เป็นหลักประกัน กรณีที่ฝ่ายเจ้าหนี้ทำธุรกิจหรือมีอาชีพให้สินเชื่อ เช่น เป็นธนาคารหรือกิจการค้าส่ง ค้าปลีก ก็จะต้องพิจารณาสินเชื่อกับลูกหนี้ทุกๆ ราย เพื่อให้กิจการมีกำไรดำรงอยู่ได้ในระยะยาว มีสภาพคล่องเพียงพอต่อการหมุนเวียนเงินทุน มีความเสี่ยงต่ำ ไม่เอาเปรียบลูกหนี้เกินสมควรและจรรยาบรรณและภาวะเศรษฐกิจชุมชนด้วย

สำหรับรากศัพท์ คำว่า สินเชื่อ (Credit) นั้นมีที่มาจากภาษาละตินซึ่งเป็นภาษายุโรปโบราณ คือ คำว่า Credereมีความหมายว่าไว้เนื้อเชื่อใจ (To trust หรือ To believe)(ดารณี พุทธวิบูลย์, 2543, หน้า 2) ที่เจ้าหนี้มีต่อลูกหนี้ของคุณ ซึ่งบ่งชี้ได้ว่าในสังคมนั้นๆ จะต้องมีการมีคุณธรรมหรือมีศีลธรรมในการยึดเหนี่ยวให้ต้องมีความซื่อสัตย์และไม่เอาเปรียบกัน

#### 4.2 วัตถุประสงค์ในการให้สินเชื่อ

กฤษฎา สังขมณี (2549, น.7) ได้กล่าวว่าไม่ว่าองค์กรจะมีลักษณะเป็นกิจการค้าขายหรือสถาบันการเงิน จะมีวัตถุประสงค์ในการให้สินเชื่อไม่ต่างกัน กล่าวคือ จะประกอบไปด้วยการมุ่งเพิ่มปริมาณการขายซึ่งมักจะส่งผลกระทบต่อตรงให้มีกำไรเพิ่มไปด้วย เพราะกิจการที่เน้นการขายสดเท่านั้นจะมียอดขายที่ต่ำกว่าที่ควรเป็น เห็นได้จากปัจจุบันกิจการค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น แมคโคร เดิมขายสินค้าเป็นเงินสดเท่านั้น ปัจจุบันหันมาเป็นพันธมิตรกับธนาคารซีทีบีแบงก์โดยรับชำระเป็นบัตรเครดิตซึ่งจะทำกำไรเพิ่มขึ้นในระยะยาวและส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งทางการตลาดด้วย ธนาคารก็เช่นเดียวกันที่จะต้องมุ่งให้บริการด้านสินเชื่อที่ให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมส่วนลดต่างๆ ซึ่งเป็นรายได้หลักของแต่ละธนาคาร ส่งผลให้มีกำไรในระยะยาวและมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น

ประการถัดมาก็เป็นผลสืบเนื่องจากข้อแรก นั่นก็คือเพื่อให้แข่งขันได้ในเชิงธุรกิจ เพราะผู้แข่งขันรายอื่นๆ จะมีการงัดกลยุทธ์การตลาดมาแข่งขัน เช่น การขยายเวลาการให้สินเชื่อมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย ลดดอกเบี้ย หรือแม้กระทั่งให้วงเงินกู้ที่สูงกว่าเดิม ดังนั้นจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ด้านสินเชื่อ เพื่อให้สามารถแข่งขันและบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการหรือธนาคารได้

ประการสุดท้ายคือรับผิดชอบต่อสังคม กรณีกิจการขายสินค้าที่ต้องขายเงินเชื่ออย่างระมัดระวังมิให้ประชาชนใช้จ่ายจนเกินตัวแล้วไม่สามารถชำระคืนหนี้สินได้ กรณีธนาคารจะเห็นได้ชัดเจนมากขึ้น เพราะเงินที่ปล่อยสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเงินรับฝากมาจากประชาชนซึ่งเป็นต้นทุนดอกเบี้ยจ่ายด้วย ถ้าธนาคารปล่อยสินเชื่อผิดวัตถุประสงค์และไม่ระมัดระวังเพียงพอก็จะส่งผลให้เกิดวิกฤติทางการเงินได้ ในทางปฏิบัติธนาคารจึงต้องมีการกระจายการให้สินเชื่อไปยังลูกค้าหลายๆ ภาคธุรกิจ ไม่กระจุกตัวในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป



### 4.3 ความสำคัญของสินเชื่อ

พสุ สัตถาภรณ์ (2533, น.373) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสินเชื่อว่าสำหรับสหกรณ์สินเชื่อ นับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อสมาชิกสหกรณ์ นับตั้งแต่การกำเนิดสหกรณ์ขึ้นมาในประเทศไทยก็เริ่มจากการมีชาวนาได้รับความเดือดร้อนเป็นหนี้สินและถูกนายทุนเอารัดเอาเปรียบรัฐบาลสมัยนั้น มีความประสงค์ที่จะปลดปล่อยหนี้สิน และเพื่อประกอบอาชีพในการเกษตร แม้ในปัจจุบันจะถูกจัดตั้งขึ้นมากมายหลายประเภท แต่การให้สินเชื่อแก่สมาชิกไม่ว่าในลักษณะการกู้ยืมเงิน การขายสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ และการให้บริการด้วยเงินเชื่อก็ดำเนินการอยู่ในสหกรณ์เกือบทุกประเภทผลที่เกิดขึ้นจากการให้สินเชื่อย่อมตกแก่ ทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายสหกรณ์เองและฝ่ายสมาชิก ผลที่เกิดขึ้นต่อสหกรณ์ก็คือทำให้สหกรณ์สามารถขยายธุรกิจที่ดำเนินการได้กว้างขวางยิ่งขึ้น เพราะสามารถบริการแก่สมาชิกได้มากขึ้น และตรงกับความต้องการส่วนผลที่เกิดขึ้นกับสมาชิกมีทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ทำให้สมาชิกสามารถปลดปล่อยหนี้สินช่วยจัดปิดเป่าความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นชั่วระยะหนึ่ง หรือความเดือดร้อนที่คาดไม่ถึง โดยไม่ต้องไปกู้หรือพึ่งพาอาศัยนายทุนที่คอยแต่จะเอารัดเอาเปรียบ ช่วยให้การดำเนินธุรกิจหรือการทำมาหากินดีขึ้นและประสบผลสำเร็จ ตลอดจนทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ดีขึ้นในที่สุด

### 4.4 ประเภทสินเชื่อ

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2552) การจำแนกประเภทสินเชื่อจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ ได้แก่ สินเชื่อเพื่อการเกษตร สินเชื่อเพื่อการค้า บริการ สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค

2) ระยะเวลาของการชำระคืน

- เพื่อเรียก (Call) เหมาะสมสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีการใช้เงินทุนหมุนเวียนค่อนข้างสูงและมีสภาพคล่องสูง เช่น ธุรกิจน้ำมันซึ่งมีข้อดี คือ ถ้าธุรกิจมีความน่าเชื่อถือคืออัตราดอกเบี้ยจะต่ำมาก

- ระยะสั้น (Short Term) ระยะเวลาในการผ่อนชำระจะน้อยกว่า 1 ปี

- ระยะปานกลาง (Intermediate Term) ระยะเวลาการผ่อนชำระจะอยู่ในช่วง 1 ปี 3 ปี หรือ 5 ปี

- ระยะยาว (Long Term) ระยะเวลาในการผ่อนชำระมากกว่า 5ปี

3) การมีหลักประกัน



- สินเชื่อที่มีหลักประกัน เป็นสินเชื่อที่มีการนำทรัพย์สินมาจำนองและ /หรือจํานำเป็นหลักประกันรวมทั้งการนำบุคคลมาค้ำประกัน โดยที่ถ้าไม่สามารถชำระเงินคืนได้แล้วเจ้าหนี้สามารถเรียกร้องสิทธิจากหลักประกันมาชำระหนี้คืนได้

- สินเชื่อที่ไม่มีหลักประกัน มักเป็นสินเชื่อให้กับผู้ที่มีฐานะการเงินดี ผลประกอบการดี และมีประวัติการติดต่อกับเจ้าหนี้มาเป็นเวลานาน

- สินเชื่อสามารถจำแนกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ประโยชน์ แต่อาจจะสรุปออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ได้ดังนี้ คือ

1. ตามลักษณะของผู้ใช้สินเชื่อ
2. ตามลักษณะรูปแบบการให้บริการ
3. ตามลักษณะการชำระคืน
4. ตามลักษณะของแหล่งที่มาของสินเชื่อ
5. ตามระยะเวลาในการให้สินเชื่อ
6. ตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้
7. ตามหลักประกัน

#### 4.5 หลักเกณฑ์การพิจารณาเงินกู้

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2552) การพิจารณาเงินกู้ของสหกรณ์แต่ละแห่งนั้น มีหลักเกณฑ์แตกต่างกันออกไปตามประเภทขนาด เงินทุน แต่อยู่ในหลักเกณฑ์ตามข้อบังคับ ระเบียบที่สหกรณ์กำหนดในการพิจารณาให้เงินกู้แก่สมาชิก โดยทั่วไปสถาบันการเงินจะยึดหลัก 5 P และ 5 Cs ปัจจุบันสถาบันการเงินก็มักหันมาใช้หลักการใหม่คือ หลัก ABCD ประกอบด้วย

1) People คือ พิจารณาประวัติส่วนตัวของสมาชิกผู้กู้ การประกอบอาชีพ ฐานะทางสังคมหน้าที่การเงิน อาชีพ พฤติกรรม

2) Purpose คือ พิจารณาวัตถุประสงค์ของการกู้เงิน แผนงานใช้เงิน มิใช่ให้กู้ตามสิทธิ

3) Payment คือ ความสามารถในการผ่อนชำระคืน โดยดูจากรายได้ ระยะเวลาส่งชำระคืนงวดชำระหนี้ วงเงินที่ผ่อนชำระ

4) Protection คือ การคำนึงถึงการคุ้มครองความปลอดภัยของเงินกู้ ด้วยหลักประกันหรือบุคคลค้ำประกัน

5) Prospect คือ ความน่าจะเป็นในอนาคตที่สมาชิกผู้กู้จะนำเงินไปใช้ให้เกิดประโยชน์แผนการใช้เงินหรือ โครงการและการผลตอบแทนของการนำเงินกู้ไปใช้และส่งชำระคืนสหกรณ์

6) Character คือ การที่สหกรณ์จะคำนึงถึงลักษณะของสมาชิกผู้กู้ว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด โดยดูจากวุฒิภาวะ วิทยุ อาชีพ ความรับผิดชอบ ฐานะทางสังคม ประวัติการกู้เงินที่ผ่านมา

7) Capacity คือความสามารถที่สมาชิกผู้กู้จะสามารถนำเงินไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ขณะเดียวกันก็สามารถที่จะชำระคืนได้ตามกำหนดเวลา และเงื่อนไขตามที่สหกรณ์กำหนด

8) Capital คือ พิจารณาว่าสมาชิกผู้กู้มีทรัพย์สินเดิมอยู่มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากทรัพย์สินที่ครอบครองอยู่ เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ รถจักรยานยนต์ อื่นๆ เป็นต้น

9) Collateral คือ สมาชิกผู้กู้มีความประสงค์จะใช้หลักทรัพย์หรือบุคคลมาค้ำประกันเงินกู้ การค้ำประกันดังกล่าวเป็นที่ยอมรับของสถาบันการเงินว่า หลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกันมีศักดิ์และสิทธิ์ที่คุ้มครองเงินต้น ได้อย่างเพียงพอ

10) Conditions คือ เงื่อนไขต่างๆ ของการกู้เงินรายนั้นๆ จะตกลงหรือเป็นที่ยอมรับกันได้ระหว่างผู้กู้กับผู้ให้กู้ เช่น อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการผ่อนชำระ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน วงเงินกู้ที่กำหนด เบี้ยปรับ การเบิกรับเงินกู้เป็นงวดๆ เป็นต้น สิ่งต่างเหล่านี้เป็นข้อตกลงหรือเงื่อนไขที่ทั้งสองฝ่ายตกลงเห็นชอบร่วมกัน

12) A (Available) คือ ความพร้อมความสะดวกของสถาบันการเงินในการที่จะให้เงินกู้ประเภทเงินกู้ที่สมาชิกผู้กู้ประสงค์ขอกู้

13) B (Borrowing) คือ การจัดการเงินกู้ยืมให้ได้ตามที่ต้องการภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่ตกลงกัน อัตราดอกเบี้ย วิธีคิดดอกเบี้ย จำนวนเงินกู้ที่จะอนุมัติ

14) C (Creditability) คือ ความน่าเชื่อถือของสมาชิกผู้กู้ยืม ซึ่งสถาบันการเงินมักพิจารณาจากประวัติของผู้กู้ การรับรองของผู้รับรอง ฐานะทางสังคม อาชีพของผู้กู้

15) D (Debt payment ability) คือ ความเป็นไปได้ของผู้กู้ที่จะสามารถชำระหนี้คืนตามเงื่อนไขที่สถาบันการเงินกำหนดขึ้น ตลอดจนการยอมรับเบี้ยปรับ ค่าธรรมเนียมหากมีความจำเป็นที่เกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจอนุมัติเงินกู้

คณะกรรมการเงินกู้มีอำนาจในการตัดสินใจอนุมัติหรือไม่อนุมัติเงินกู้แก่สมาชิก รายใดรายหนึ่งก็ได้ การตัดสินใจดังกล่าวจะต้องอยู่บนพื้นฐานของหลักเกณฑ์ที่อ้างอิงได้ คือ

1) การพิจารณาต้องเป็นไปตามข้อกำหนดและเงื่อนไข ที่มีอยู่ในระเบียบว่าด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิก คณะกรรมการเงินกู้ต้องดำเนินการไปตามขั้นตอน หากจำเป็นหรือมีเหตุที่ต้องปฏิบัติที่แตกต่างจากระเบียบหรือเงื่อนไข ให้นำเสนอคณะกรรมการดำเนินการพิจารณา

2) คณะกรรมการเงินกู้ย่อมมีอำนาจในขอบเขตของการพิจารณาเงินกู้ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการดำเนินการเท่านั้น

3) คณะกรรมการเงินกู้พึงตระหนักเสมอว่า การพิจารณาเงินกู้เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของคณะกรรมการเงินกู้ทั้งหมด ดังนั้น มติใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นมติที่มีสัดส่วนตามที่ระบุไว้ในระเบียบ และ/หรืออาจจะเป็นข้อกำหนด หรืออำนาจที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมายให้มาก็ได้

4) การอนุมัติหรือไม่อนุมัติของคณะกรรมการเงินกู้ต้องเป็นไปด้วยความสุจริตใจ และปราศจากข้อสงสัย หากมีความเข้าใจไม่ตรงกันในประเด็นใด ต้องทำความเข้าใจร่วมกัน ก่อนที่จะมีมติหรือตัดสินใจพิจารณาเงินกู้แต่ละราย

5) คณะกรรมการเงินกู้ จะต้องสามารถออกตรวจสอบการใช้เงินกู้ได้ตามสมควร หมายถึง ภาระผูกพันที่ต้องดูแลเอาใจใส่สมาชิกผู้กู้ นำเงินไปใช้ให้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ ดังนั้น ก่อนการพิจารณาเงินกู้รายใดคณะกรรมการเงินกู้ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการดูแลเงินรายนี้ด้วย มิฉะนั้นแล้วหากเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติไปเกิดข้อบกพร่องหรือความเสียหาย เช่น ลูกหนี้ค้างชำระ ลูกหนี้นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ เป็นต้น ถ้าคณะกรรมการเงินกู้ขาดประสิทธิภาพในการติดตามการใช้เงินกู้แล้ว ก็จะเป็นตัวอย่างแก่รายอื่นๆ ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระตามมา

#### 4.6 การเพิ่มประสิทธิภาพด้านสินเชื่อ

กรมส่งเสริมสหกรณ์(2552) การจัดการสินเชื่อให้มีประสิทธิภาพ ควรเริ่มจาก

1) กำหนดวันยื่นคำขอกู้ที่แน่นอน ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกทราบ เพื่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อจะได้มีเวลาจัดทำรายละเอียดเสนอคณะกรรมการเงินกู้และวางแผนวันออกพื้นที่ตรวจสอบการใช้เงินกู้หรือติดตามเร่งรัดหนี้สิน การยื่นกู้สมาชิกต้องเตรียมหลักฐานมาให้พร้อมตามระเบียบที่สหกรณ์กำหนดเพื่อความรวดเร็วในการทำงานของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ การยื่นคำขอกู้ให้ผ่านประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่มให้ความเห็นประกอบการพิจารณาทุกครั้ง

2) กำหนดวันพิจารณาเงินกู้ที่แน่นอน อาจเป็นสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง หรือเร็วกว่านั้น การปล่อยเงินกู้ด้วยความรวดเร็ว แสดงให้ถึงการใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์ ผลตอบแทนสูงสุด รอบการหมุนของสินทรัพย์ยิ่งมากยิ่งขึ้น สมาชิกจะได้รับเงินกู้ที่รวดเร็วทันกับความต้องการ หากเป็นการจ่ายเงินกู้ฉุกเฉินเงินกู้สามัญที่ให้หุ้นค้ำประกัน หรือวงเงินกู้ระยะสั้นที่มีวงเงินไม่เกิน 30,000 บาท อาจมอบอำนาจให้ผู้จัดการเป็นมีอำนาจอนุมัติ โดยต้องทำเป็นมติคณะกรรมการดำเนินการมอบอำนาจให้ชัดเจน และต้องนำเสนอคณะกรรมการเงินกู้ คณะกรรมการดำเนินการทราบ

3) สมาชิกที่ยื่นคำขอกู้ทุกประเภทยกเว้นเงินกู้ฉุกเฉิน เมื่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อตรวจสอบเอกสารหลักฐานเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว ก่อนนำเสนอคณะกรรมการเงินกู้พิจารณา เจ้าหน้าที่สินเชื่อควรออกไปบ้านสมาชิก ตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม ถ้ารูปทรัพย์สิน เช่น บ้าน รถยนต์ อื่นๆ เป็นต้น บันทึกแนบคำขอกู้เสนอคณะกรรมการเงินกู้

4) การเบิกรับเงินกู้ของสมาชิก เจ้าหน้าที่สินเชื่อจะต้องจัดทำหนังสือสัญญาเงินกู้ หนังสือค้ำประกัน จำนวนอสังหาริมทรัพย์ จำนวนสังหาริมทรัพย์ ตรวจสอบข้อมูลให้ครบถ้วน ก่อนจ่ายเงินกู้ทุกครั้งคณะกรรมการเงินกู้ เจ้าหน้าที่สินเชื่อ ต้องประชุมชี้แจงสมาชิกก่อนรับเงินกู้ทุกครั้ง ตั้งแต่จำนวนที่อนุมัติ ระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุดของสัญญา อัตราดอกเบี้ย เบี้ยปรับ จำนวนเงินที่ผ่อนชำระรายงวดความรับผิดชอบของผู้ค้ำประกันและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5) หลังจากสมาชิกรับเงินกู้ไปแล้ว 3 เดือน คณะกรรมการเงินกู้และเจ้าหน้าที่สินเชื่อออกติดตามตรวจสอบการใช้เงินกู้ย่อกคิดว่าให้เงินกู้สมาชิกไปแล้วก็ให้สมาชิกรับผิดชอบเงินกู้เอง สหกรณ์มักละเลยไม่มีการออกตรวจสอบการใช้เงินกู้ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระ การส่งแบบสอบถามไปยังสมาชิกให้ตอบกลับมาไม่ถือว่าเป็นการตรวจสอบการใช้เงินกู้ ไม่ได้ลงลึกไปหาข้อเท็จจริงว่าผู้กู้ได้ใช้เงินกู้ตามวัตถุประสงค์หรือไม่อย่างไร จึงเป็นหน้าที่สำคัญของคณะกรรมการเงินกู้เจ้าหน้าที่สินเชื่อต้องไปตรวจสอบให้ได้ข้อเท็จจริงและพฤติกรรมจริงที่สมาชิกรายเงินกู้ไปใช้ในการตรวจสอบการใช้เงินกู้การยื่นค้ำขอเงินของสมาชิก คณะกรรมการเงินกู้ เจ้าหน้าที่สินเชื่ออาจดำเนินการ ดังนี้

(1) ตรวจสอบโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง

(2) ตรวจสอบโดยวิธีพิจารณาพฤติกรรมของผู้กู้

(3) ตรวจสอบโดยวิธีติดตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับการบอกกล่าว

(4) ออกไปพบสมาชิกโดยตรง จัดทำบันทึกการตรวจสอบแล้วให้สมาชิกลงชื่อ วิธีการนี้เป็นวิธีการที่ดีและได้ผลมากที่สุด

(5) ตรวจสอบเมื่อมีเหตุผิดปกติ เช่น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด ราคาผลผลิตตกต่ำ เป็นต้น การตรวจสอบคณะกรรมการเงินกู้ อาจแต่งตั้งอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่แทน ขณะเดียวกันก็สามารถมอบหมายให้ฝ่ายจัดการดูแล ส่งข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เงินกู้ของสมาชิกแต่ละราย โดยให้ฝ่ายจัดการมีรายงานเป็นลายลักษณ์อักษร

6) จัดอบรมประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม กรรมการกลุ่มให้ทราบถึงบทบาทหน้าที่ ให้ร่วมกันรับผิดชอบสมาชิกในกลุ่ม และช่วยติดตามตรวจสอบ เร่งรัดหนี้

7) ส่งเสริมให้สมาชิกจัดทำบัญชีครัวเรือน เมื่อสมาชิกมาขึ้นกู้ให้แนบสมุดบัญชีครัวเรือน รายได้รายจ่าย ประกอบการพิจารณา สหกรณ์จะทราบได้ทันทีว่าสมาชิกรายนั้นสมควรอนุมัติเงินกู้ให้หรือไม่กู้เงินไปแล้วมีคู่ทางชำระหนี้ได้มากน้อยเพียงใด

8) สหกรณ์ควรจัดทำฐานข้อมูลสมาชิกรายคน (ระบบ CPS) ซึ่งจะเป็นข้อมูลประวัติ อาชีพ รายได้ รายจ่าย พื้นที่หากิน บุคคลในครัวเรือนและอื่นๆ และปรับปรุงข้อมูลสมาชิกเป็นประจำทุกปี

9) ให้ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม กรรมการกลุ่ม ช่วยกันดูแลรับผิดชอบสมาชิก เป็นกลุ่มย่อยๆ อาจจะเป็นประธานกลุ่ม 1 คน ดูแลสมาชิก 20 คน

10) จัดทำผังกระบวนการบริหารสินเชื่อใหม่ให้เป็นระบบ

## 5. แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

### 5.1 ความหมายของการให้บริการ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ให้ความหมายของคำว่าบริการว่า “การปฏิบัติรับใช้ ให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านนี้บริการลูกค้าดี การปฏิบัติรับใช้, การให้ความสะดวกต่าง ๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ”

สมิต สัจฉกร (2550, น.14) “การบริการตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Service ซึ่งคนส่วนมากจะเรียกร่องขอรับบริการเพื่อความพึงพอใจของตน การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บริการต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น ทั้งการจัดอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญคือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ”

สมชาติ กิจยรรยง (2545, น. 11)กล่าวว่า “การบริการมีความหมายโดยรวมสองนัย คือ การช่วยเหลือ หรืออนุเคราะห์ หรือให้ความสะดวก และกิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่น ตามหน้าที่การทำงาน”

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2555, น. 13-38) “การบริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจซึ่งนำเสนอเพื่อขาย โดยตรง หรือจัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า เช่น ร้านทำผมช่างผมจะดำเนินการตามความต้องการของลูกค้า และลูกค้าก็จะจ่ายเงินค่าบริการดังกล่าว”

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2555, น. 4-37) “การบริการหมายถึง การกระทำหรือผลงานที่ผู้ประกอบการมอบให้กับผู้บริโภค โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผู้บริโภคเมื่อจ่ายเงินซื้อบริการแล้วก็ไม่ได้อิทธิพลเป็นเจ้าของทรัพย์สินใดๆ นอกจากสิทธิในการได้รับบริการตามที่ตกลงกันเท่านั้น”

มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2554, น. 3) กล่าวว่า การบริการ คือ ความพยายามในการใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ และความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการในการนำเสนอการบริการ



ให้แก่ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจ จริงใจ และให้เกียรติ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และความคาดหวัง รวมทั้งเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ

สรุปได้ว่า การบริการ คือ การปฏิบัติกิจกรรมใด ๆ หรือกระบวนการกระทำหนึ่งใด หรือผลงานที่ผู้ให้บริการ ได้ปฏิบัติ กระทำ หรือนำเสนอแก่ผู้รับบริการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ ความพึงพอใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้รับบริการนั้น

## 5.2 ความสำคัญของการบริการ

สมิต สัมภูกร (2550, น. 20-24) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า การบริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ ความคิด ความรู้สึกต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการใน ทางบวก คือ ชอบและพอใจ ดังนี้ มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ มีความนิยมในหน่วยงานที่ ให้บริการ มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน มีการบอก กล่าวหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้งาน มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ และมีการพูดถึงผู้ ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี กรณีการบริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติ ความคิด ความรู้สึกต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการในทางลบซึ่งตรงข้ามกับการบริการ ที่ดี นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในด้านของผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ดังนี้

**5.2.1 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ** การบริการมีคุณค่าเป็นพิเศษต่อผู้รับบริการ ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตและการงานหลายอย่าง เช่น การได้รับการปฏิบัติ ที่ถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ทำให้ไม่เสียเวลาในการแก้ไขความผิดพลาด และไม่เกิดความยุ่งยากใน การปฏิบัติ ไม่ต้องเสียเวลารอคอยในการรับบริการ

1) การได้รับการที่ดี ช่วยทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และ ระลึกถึงในการมาขอรับบริการต่อไป

2) การได้รับความพึงพอใจ จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับในคุณภาพของการบริการ เพราะการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการจะมีผลในด้านการตอบสนองที่ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แต่หากจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี มีความประทับใจจะต้อง เป็นบริการที่ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเป็นสำคัญ

**5.2.2 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ** การบริการมีคุณค่าพิเศษต่อผู้ให้บริการเพราะเป็น สิ่งที่จะกำหนดความสามารถทางการแข่งขันและการดำเนินการของธุรกิจ เมื่อมีการประเมินหรือ เปรียบเทียบกันระหว่างธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตัวชี้วัดที่สำคัญของความสามารถในการ แข่งขันคือการบริการ เพราะการส่งเสริมการขายจะสามารถกระทำได้ในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น

1) การรักษาลูกค้าเดิม การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ เพื่อให้เป็น ลูกค้าประจำหรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ผู้ให้บริการต้องเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์ให้เกิดแรงผลักดัน

ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่องด้วยการวางระบบการบริหารภายในให้สอดคล้องกัน มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเป็นการปรับปรุงการให้บริการ การสื่อสารกับลูกค้า การลดความผิดพลาดของบุคคล มีการวัดคุณภาพบริการ ความถูกต้อง การใช้เวลา การตอบสนอง ความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าเพื่อรักษาลูกค้าเดิม ไว้ให้ได้

2) การเพิ่มลูกค้าใหม่ ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงาน ซึ่งมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด การเพิ่มลูกค้าใหม่จะต้องมีระบบรับการสื่อสารกลับจากลูกค้า (Customer's feedback) เพื่อให้รู้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจหรือไม่ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งให้บริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า ตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อรักษาและพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ทุกหน่วยงาน ทุกระดับทั่วทั้งบริษัท มีการฝึกอบรมเพื่อให้หน่วยงานมีแรงผลักดัน ไปสู่เป้าหมายที่กำหนด

### 5.3 ลักษณะของการให้บริการ

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2549, น.17) ธุรกิจบริการสามารถให้บริการลูกค้าโดยอาศัยวิธีการหรือเครื่องมือต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการโดยอาศัยคนเป็นหลักหรือแบบพบหน้า (Face to Face) เป็นวิธีการที่ดีกว่าวิธีอื่นๆ เพราะการใช้คนในการให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนการบริการให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายได้ และลักษณะของการบริการจะเป็นแบบใกล้ชิด ดังนั้นหากธุรกิจใดมีพนักงานที่ให้บริการได้ดี ลูกค้าประทับใจ ก็จะทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก แต่วิธีการนี้มีข้อจำกัดในเรื่องความแตกต่างในการให้บริการ ณ เวลาที่ต่างกัน เนื่องจากการให้บริการจะไม่เหมือนกัน มาตรฐานการให้บริการในแต่ละครั้งก็ไม่เท่ากัน

2. การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการให้ลูกค้าสามารถบริการได้ด้วยตนเอง(Self Service) และมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่าการใช้คนให้บริการ ซึ่งการให้บริการแต่ละครั้งจะมีมาตรฐานเท่ากัน แต่การให้บริการด้วยวิธีนี้มีข้อจำกัดในเรื่องการปรับรูปแบบการให้บริการตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ยาก

การให้บริการลูกค้ามีความสำคัญมาก ทุกธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจทุกๆ ส่วนของการบริการทั้งวิธีการให้บริการที่ใช้คน และการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการให้บริการที่ใช้คนเป็นหลักจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้มากกว่าบริการที่อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการให้บริการ



#### 5.4 เทคนิคของการให้บริการที่ดี

จากความสำคัญของการให้บริการ โดยอาศัยคนเป็นหลักแบบพบหน้าตามที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้ให้บริการจึงควรทราบถึงเทคนิคของการให้บริการที่ดี ดังนี้

1. การต้อนรับ ผู้ให้บริการต้องยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาทักทาย แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้มารับบริการ
2. การค้นหาความต้องการ ผู้ให้บริการต้องรู้จักสอบถามความต้องการของผู้มารับบริการและเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้มารับบริการ
3. การเสนอความช่วยเหลือ ผู้ให้บริการต้องตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ด้วยการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องชัดเจนหรือความช่วยเหลืออื่นๆ ที่สามารถดำเนินการได้ โดยมุ่งให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจมากที่สุด
4. การประเมินผล ผู้ให้บริการต้องทำการประเมินผลการให้บริการและสรุปผลการให้บริการ ทั้งนี้เพื่อจะได้นำผลจากการประเมินไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

เทคนิคของการให้บริการข้างต้น เป็นเทคนิคที่ใช้ในการให้บริการสำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการปกติโดยทั่วไป แต่ในความเป็นจริงของการให้บริการนั้น ผู้ให้บริการจะพบลูกค้าหรือผู้มารับบริการในหลายรูปแบบ เช่น ลูกค้าบางคนอาจจะจุกจิก จู้จี้ ขี้บ่นบางคนเจ้าปัญหา บางคนวางท่าแสดงอำนาจ บางคนมาพร้อมกับอารมณ์เสีย ซึ่งผู้ให้บริการจะปฏิเสธการให้บริการแก่ลูกค้าดังกล่าวเหล่านี้ไม่ได้ เพราะการปฏิเสธการให้บริการกับลูกค้าเหล่านี้ ย่อมหมายถึงความเสียหายและภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะเกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการและหน่วยงานหรือองค์กรได้ ผู้ให้บริการหลายคนอาจมีความวิตกกังวลไม่รู้วิธีที่จะให้บริการกับลูกค้าเหล่านี้อย่างไร

มีศาสตร์ทางจิตวิทยาที่เกี่ยวกับการให้บริการแขนงหนึ่งคือ การปรึกษาเชิงจิตวิทยา (Counseling Psychology) ซึ่งว่าด้วยกระบวนการให้การช่วยเหลือแก่ผู้ที่ประสบปัญหาต่างๆ ให้สามารถหลุดพ้นจากปัญหาได้ โดยใช้เทคนิคของการสร้างสัมพันธภาพที่ดี การรับฟัง และการเอื้ออำนวยให้ผู้ที่มีปัญหา สามารถเข้าใจในสภาพปัญหาของตนเอง ตลอดจนสามารถหาหนทางเพื่อแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยตนเอง เทคนิคต่างๆ ที่มีอยู่ในกระบวนการให้การปรึกษาเชิงจิตวิทยานี้ เหมาะอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการหรือลูกค้าหลายรูปแบบ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

#### 5.5 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับ

และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15, 2545)คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้ำที่เข้าไปในภัตตาคารควรจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการ แต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ำในสิ่งที่ลูกค้ำต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ว่าจะจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ

จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้ที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอบริการได้

ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจในการบริการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช หน่วยที่ 8-15, 2545)

## 6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, น. 63)ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า นั้น โดยพื้นฐานนั้นจะประกอบด้วย 4Ps ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่การส่งเสริมการตลาดบริการ

จะมีความแตกต่างจากส่วนประสมของสินค้าทั่วไปกล่าวคือจะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งทั้ง 3 ส่วนประสมเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7 Ps ดังนี้ ได้แก่ บุคลากรหรือพนักงาน (Participants) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และขบวนการการให้บริการ (Process) ซึ่งมีรายละเอียดของทั้ง 7 Ps ดังนี้

**6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)** ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

6.1.1 ประโยชน์หลัก (Core Product) หมายถึงประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้ให้กับผู้บริโภคได้รับโดยตรงซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ เช่นสินค้าเชื่อมีประโยชน์พื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกที่มีความต้องการทางการเงิน

6.1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible Product) หรือผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) หมายถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ได้แก่คุณภาพตราสินค้า

6.1.3 ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึงกลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้าการเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเช่นความประทับใจในการรับบริการจากพนักงานสหกรณ์และการให้คำอธิบายที่ชัดเจนในการรับบริการ

6.1.4 ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) หมายถึงผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้าประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย

6.1.5 ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential Product) หมายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต

**6.2 ราคา (Price)** หมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคมจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

6.2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

6.2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

6.2.3 ภาวะการแข่งขัน

6.2.4 ปัจจัยอื่นๆเช่นภาวะเศรษฐกิจนโยบายภาครัฐ

**6.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือการเลือกทำเลที่ตั้งการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ซึ่งผู้ให้บริการจัดไว้เพราะทำเลที่ตั้งที่เป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถควบคุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุดและคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย

**6.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คนเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายชนิดซึ่งสามารถเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือโดยหลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication - IMC) จะพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันได้เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

6.4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการคือผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้ากับกลุ่มผู้รับข่าวสารจำนวนมากซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบการแจ้งข่าวสารการจูงใจให้เกิดความต้องการหรือการเตือนความจำ

6.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อกระตุ้นการตอบสนองให้เร็วขึ้นเป็นงานเกี่ยวกับการสร้างการนำไปใช้และการเผยแพร่วัสดุและเทคนิคต่างๆ โดยใช้เสริมกับการโฆษณาและช่วยเสริมการขายการส่งเสริมการขายอาจจะทำโดยวิธีทางไปรษณีย์แค็ตตาล็อกสิ่งพิมพ์จากบริษัทผู้ผลิตการจัดแสดงสินค้าการแข่งขันการขายและเครื่องมืออื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายคือความพยายามในการขายของพนักงานขายผู้ขายส่งและผู้ขายปลีกให้ขายผลิตภัณฑ์และกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้นทำให้การขายโดยใช้พนักงานขายและการโฆษณาสามารถเป็นไปได้ดีเพราะการส่งเสริมการขายเป็นการให้สิ่งจูงใจพิเศษ

6.4.3 การขาย โดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันทีพนักงานขายสามารถแนะนำชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการรวมทั้งกระตุ้นให้เพิ่มการใช้บริการสำหรับผู้ที่เป็นลูกค้าเดิมและยังสามารถให้ความช่วยเหลือดูแลลูกค้าและเรียนรู้ล่วงหน้าว่าลูกค้าต้องการอะไรเพื่อทำให้เกิดโอกาสในการขายบริการอื่นให้กับลูกค้าเพิ่มเติมต่อไปในอนาคต

6.4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าบริการหรือนโยบายของบริษัทโดยผ่านสื่อซึ่งอาจไม่

จำเป็นต้องมีการจ่ายเงินหรือจ่ายเงินก็ได้การให้ข่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่างๆหรือเผยแพร่ข่าวสารที่ดีการสร้างภาพพจน์ที่ดีโดยการสร้างเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ดีซึ่งเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เช่นการประกาศในที่ชุมชนการแจกสิ่งพิมพ์เผยแพร่การทำรายงานประจำปีการเป็นผู้สนับสนุนในงานต่างๆการให้ข่าวสารนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นต้น

6.4.5 การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจบริการเพราะผู้ที่เคยใช้บริการจะทราบว่าบริการของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไรจากประสบการณ์ของตนแล้วถ่ายทอดประสบการณ์นั้นต่อไปยังผู้ซึ่งจะเป็นผู้ใช้บริการในอนาคตหากผู้ที่เคยใช้บริการมีความรู้สึกที่ดีประทับใจในบริการก็จะบอกต่อไปยังญาติพี่น้องและคนรู้จักและแนะนำให้ไปใช้บริการด้วยซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดและการติดต่อสื่อสารได้มาก แต่ในทางตรงกันข้ามหากไม่ประทับใจในบริการก็จะบอกต่อในทางที่ไม่ดีการแนะนำจากคนรู้จักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสูงมากดังนั้นการบอกกล่าวแบบปากต่อปากจึงมีผลกระทบต่อธุรกิจบริการอย่างยิ่งการได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการที่ไม่ดีจะส่งผลเสียอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการเพราะผู้ใช้ที่ไม่พอใจในการบริการมีแนวโน้มที่จะบอกกล่าวแบบปากต่อปากสู่ผู้อื่นมากกว่าผู้ที่พอใจในบริการ

6.5 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือบุคลากร (Participants / People) คือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการทั้งหมดหมายถึงความรวมถึงทั้งลูกค้าและบุคลากรที่คอยให้บริการลูกค้าคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรมการจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นพนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองลูกค้ามีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมที่ดีให้กับองค์กร

6.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) ได้แก่สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการการออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคารและลักษณะทางกายภาพอื่นๆที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนรวมไปถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆที่มีในการให้บริการด้วย

6.7 กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึงขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าจะพิจารณาใน 2 ด้านคือความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการเช่นความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ



## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรเมศวร์ ชูชาติ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วัตถุประสงค์ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อ 2) การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก 3)ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ 4)ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ 5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ 6)ข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 1,160 คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ สถิติทดสอบที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เซฟเฟ้ และสถิติทดสอบไคสแคว์ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ สถานภาพ โสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือน 15,001 -25,000 บาท 2) การใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อกู้สามัญ วงเงิน 100,000 ถึง 1,000,000 บาท ได้รับการอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้ และกู้เพื่อใช้จ่ายอื่นๆ มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 12 เดือน/ครั้ง 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายปัจจัยที่สมาชิกให้ความสำคัญ ได้แก่ด้านกระบวนการด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ 4)ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกใช้บริการ พบว่า เพศ และ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ จุกเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุ อาชีพ รายได้และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการ เลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติและรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการเลือกใช้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อจุกเงินสินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านรายได้รวมเฉลี่ยและรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อ

เดือนโดยสมาชิกที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน  
6) ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่สำคัญ คือ สหกรณ์ควรคำนึงถึงความสามารถชำระหนี้วิเคราะห์  
การให้สินเชื่ออย่างรัดกุม ติดตามการใช้เงินกู้ ของสมาชิกให้ตรงตามวัตถุประสงค์

พรทิพย์ วงษ์วานิช (2555 : บทคัดย่อ) พฤติกรรมการออมและการกู้ยืมของสมาชิก  
สหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำกัด วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการ  
ออม การกู้ยืม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ  
สภาพทางเศรษฐกิจ กับพฤติกรรมการออมและการกู้ยืม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่  
พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่เป็นสมาชิกในสหกรณ์การไฟฟ้าจำนวน 365 คน ผู้วิจัยสุ่มกลุ่ม  
ตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)  
ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ (Percentage) และไคสแควร์ (Chi-  
square test: ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 36 - 45 ปี  
มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่สมรสแล้ว และปัจจุบันปฏิบัติงานในกลุ่มงานปริญญา มี  
สมาชิกที่มีภาระต้องอุปการะ 1 - 2 คน เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มาแล้วมากกว่า 10 ปี มีรายได้  
ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท และมีรายจ่ายต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท โดยรายได้สมดุลกับ  
รายจ่าย ส่วนใหญ่มีการวางแผนทางการเงิน และออมทั้งประเภททุนเรือนหุ้นและเงินฝากกับ  
สหกรณ์ออมทรัพย์ โดยมีการสะสมทุนเรือนหุ้นโดยประมาณต่อเดือนมากกว่า 1,000 บาทเพราะ  
ต้องการออมและต้องการผลตอบแทนหรือเงินปันผลมีปริมาณการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์  
เฉลี่ย 10,000 – 50,000 บาทต่อปี ส่วนใหญ่เลือกประเภทเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ เพื่อเป็น  
ทุนการศึกษานูรุลาน ลักษณะการใช้จ่ายที่ก่อให้เกิดหนี้สิน คือ การซื้อบ้านที่อยู่อาศัย กู้ยืมเงินกับ  
สหกรณ์ออมทรัพย์เพราะได้รับความสะดวกกว่าสถาบันการเงินอื่นผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า  
เพศ ระดับการศึกษา และรายได้รวมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของการออม อายุ  
สถานภาพสมรส และรายได้รวมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการฝากเงินกับสหกรณ์ออม  
ทรัพย์เฉลี่ยต่อปี และวัตถุประสงค์ในการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ อายุ ตำแหน่งงานและ  
รายได้รวมต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการสะสมทุนเรือนหุ้นกับสหกรณ์โดยประมาณ ต่อเดือน  
รายได้รวมต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการวางแผนทางการเงิน และ อายุ สถานภาพสมรสรายได้  
รวมต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการกู้ยืมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์

ภัทรศยา ชัดตะนัน (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ  
สินเชื่อของ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่ จำกัด วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างและ  
ลักษณะทั่วไปของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู เชียงใหม่2) เพื่อศึกษา  
พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู เชียงใหม่3) เพื่อจัดอันดับปัจจัย



ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลและประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู

ผลการศึกษาพบว่าสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่ส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปีสมรสแล้วการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการส่วนใหญ่คือประเภทเงินกู้สามัญซึ่งจำนวนสินเชื่อที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 500,000-1,000,000 บาทระยะเวลาในการผ่อนชำระ 20-30 ปีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน 5,001-10,000 บาทลักษณะการค้ำประกันเป็นบุคคลค้ำประกันในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยส่วนบุคคลส่วนปัจจัยด้านราคาด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมีอิทธิพลในระดับมากที่สุดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลและประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่พบว่าประเภทเงินกู้สามัญมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอย่างชัดเจนที่สุดรองลงมาคือประเภทเงินกู้ฉุกเฉินที่มีความสัมพันธ์กับเกือบทุกปัจจัยยกเว้นวงเงินในการขออนุมัติซึ่งอยู่ในส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการจัดลำดับคิวอยู่ในส่วนปัจจัยด้านกระบวนการและอันดับสุดท้ายประเภทเงินกู้พิเศษมีความสัมพันธ์กับปัจจัยบางส่วนโดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ส่วนมากจัดอยู่ในปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการซึ่งปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคา

รุ่งโรจน์ ไรยเรณู (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ายานาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ พระนครศรีอยุธยาวัตถุประสงค์1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการให้บริการสินเชื่อของลูกค้ายานาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ายานาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ายานาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ายานาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประตูน้ำพระอินทร์ จำแนกตามปัจจัยการให้บริการสินเชื่อผลการศึกษาพบว่าลูกค้ายานาคารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 40 ปี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ปัจจัยการให้บริการสินเชื่อ ลูกค้ายานาคารส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อกรุงไทย ธนวิถ้วเงินอนุมัติไม่เกิน 100,000 บาท ระยะเวลาการกู้ยืมไม่เกิน 5 ปี และใช้บุคคลค้ำประกันลูกค้ายานาคารมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้าน

เงื่อนไข การขอสินเชื่อ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่ และลูกค้ามีระดับการตัดสินใจ ใช้ บริการสินเชื่อ โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้าน ช่องทางการขอสินเชื่อ ด้านการส่งเสริมสินเชื่อ และด้านกระบวนการขอสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคล ของลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้ บริการสินเชื่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการ ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม และด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่าง กัน ปัจจัยการใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าที่ใช้ประเภทสินเชื่อต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการ สินเชื่อโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่ได้รับวงเงินอนุมัติต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้ บริการสินเชื่อด้านช่องทางการขอสินเชื่อ และด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มี ระยะเวลาการกู้ยืมต่างกันมีระดับการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้านเงื่อนไขการขอสินเชื่อ และด้าน ช่องทางการขอสินเชื่อแตกต่างกัน สำหรับลูกค้าที่ใช้หลักประกันต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้ บริการสินเชื่อด้านการส่งเสริมสินเชื่อแตกต่างกัน

ศิริลักษณ์ เลี้ยงศิริสุข (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกรับสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วน บุคคลของสมาชิกที่ใช้สินเชื่อสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วน ประสมการตลาดของสหกรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอื่นของสหกรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับสินเชื่อของสหกรณ์ออม ทรัพย์ครูลำปาง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกรับสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ เงินกู้ สามัญเพื่อความมั่นคง เงินกู้สามัญทั่วไปและเงินกู้สามัญเฉพาะกิจ โครงการรวมหนี้ ตามลำดับ ด้านราคา ได้แก่ วงเงินกู้รวมทุกสัญญา วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญาและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ตามลำดับ ด้านช่องทางการบริการ ได้แก่ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ การติดต่อผ่านผู้ ประสานงานและการติดต่อผ่านกรรมการประจำหน่วย ตามลำดับ ด้านส่งเสริมการตลาดได้แก่ สวัสดิการคุ้มครองวงเงินกู้ จำนวนงวดที่ผ่อนชำระและปฏิทินการจ่ายเงินกู้ ตามลำดับ ด้านระบบ ให้บริการ ได้แก่ แบบฟอร์มการกู้เงิน ความรวดเร็วในการให้บริการ และขั้นตอนการให้บริการ ตามลำดับ ด้านบุคลากร ได้แก่ การให้บริการด้วยความครบถ้วน ความเสมอภาคในการให้บริการ เงินกู้ และความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ตามลำดับ ด้านสถานที่ ได้แก่ บริเวณการ ให้บริการสินเชื่อ ทำเลที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ตามลำดับ ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์การรับสินเชื่อของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำปาง จำกัด ได้แก่ แบบฟอร์มการกู้เงิน ด้านขั้นตอนการให้บริการ ได้แก่ ความเพียงพอของช่องให้บริการ ป้ายบอกตำแหน่งให้บริการต่างๆ

การจัดลำดับ ก่อน-หลังการให้บริการ บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน ความเสมอภาคในการให้บริการเงินกู้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การให้คำแนะนำในการเลือกใช้สินเชื่อ ด้านความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง บริเวณการให้บริการสินเชื่อ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ

สมพล วิสมิตะนันท์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัดอุปพระสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล ภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีสถานภาพโสด อาชีพพนักงานหรือลูกจ้าง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุด การใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล พบว่าส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสินเชื่อส่วนบุคคลกับ บริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด ใช้เพื่อผ่อนชำระสินค้าถึงบัตรสมาชิกเพียง 1 บัตร เคยใช้บริการมาเป็นเวลา 1-3 ปี ในด้านการนำไปใช้ประโยชน์ของวงเงินสินเชื่อ ใช้ซื้ออุปกรณ์สื่อสาร ใช้ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อมีเหตุผลเพื่อที่จะสามารถแบ่งจ่ายได้หลายงวดผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

มนตรี ญาณธรรม (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ วัดอุปพระสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ 2) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า 1. ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ด้านผลิตภัณฑ์มีความระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ 2. ปัญหาของผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ที่พบมากที่สุด

คือ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ธนาคารอยู่ไกล และวงเงินกู้้น้อย ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาภาพสินธุ์ ได้แก่ ให้เพิ่มประเภทการกู้้นอกจากสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย รองลงมาคือ ควรเพิ่มจำนวนเท่าของวงเงินกู้จากฐานรายได้ปัจจุบัน และให้สามารถใช้บุคคลค้ำประกันสินเชื่อได้

วัชรพรพรรณ ดันทบูรณ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านักค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เอสเอ็ม อี 7 วัตถุประสงค์ 1) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้า 2) ปัญหาที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านักค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เอสเอ็ม อี 7 3) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรศาสตร์กับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านักค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เอสเอ็ม อี 7 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการของลูกค้าในระดับมาก คือ การจัดจำหน่าย ซึ่งหมายถึงสถานที่ให้บริการ ทั้งทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ และมีจำนวนสาขา มาก ส่วนปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพนั้นมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อปัญหาการให้บริการของลูกค้าในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร มีปัญหาในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรศาสตร์กับส่วนประสมการตลาดพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน ยกเว้นด้านราคา อายุไม่มีความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน ตำแหน่งในกิจการไม่มีความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดเฉพาะด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร

วรพร ดอกเทียน (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า 1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู

ลพบุรี จำกัด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านส่งผลให้สมาชิกมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน 2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่แตกต่างกัน

นวรรตน์ แหทอง (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบัน

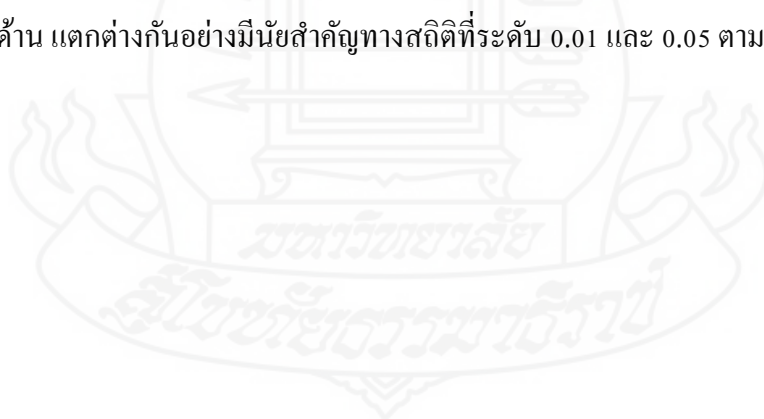
ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง อายุ 31- 35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพสมรส ระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท/เดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 2 คน สำหรับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ปัจจัยสถานภาพสมรส

จากการทดสอบทางสถิติโดยใช้ Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ล้วนมีแต่ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลทั้งสิ้น ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดคือการรักษาความลับลูกค้า และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญรองลงมาได้แก่การให้บริการถูกต้องแม่นยำ และพนักงานมีความรู้และให้ข้อมูลถูกต้อง ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลให้ความสำคัญมากที่สุด

อภิวัลย์ ศรีรุ่งเรืองชัย (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยธนวิญญูบมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาครของข้าราชการและ



ลูกจ้างประจำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร วัตถุประสงค์ 1) ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาครของข้าราชการและลูกจ้างประจำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 2) เพื่อเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาครของข้าราชการและลูกจ้างประจำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาครของข้าราชการและลูกจ้างประจำ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสาครของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ข้าราชการและลูกจ้างประจำที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ข้าราชการและลูกจ้างประจำที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้าราชการและลูกจ้างประจำที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ข้าราชการและลูกจ้างประจำที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินจากธนาคารกรุงไทย ทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกที่เป็นลูกหนี้ที่ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด จากสมาชิกที่เป็นลูกหนี้จำนวน 4,504 คน ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2558 (รายงานกิจการประจำปี 2558 สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของTaro Yamane (1970, pp.580-581) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่  
n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
N = จำนวนประชากรทั้งหมด  
e = ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

แทนค่า

$$n = \frac{4,504}{1 + 4,504 (0.05)^2}$$

$$n = 367.37$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 368 ตัวอย่าง



## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับ “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด” โดยได้ทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนรวม รายจ่ายต่อเดือนรวม เงินออมของสมาชิกต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก

ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ได้แก่ ประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ จำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบหลายตัวเลือก

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับในแต่ละด้านประกอบด้วย ปัจจัย 7 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องซึ่งแสดงถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดย ในแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

สำคัญมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
สำคัญมาก	ให้	4	คะแนน
สำคัญปานกลาง	ให้	3	คะแนน
สำคัญน้อย	ให้	2	คะแนน
สำคัญน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การตอบจะให้ผู้ตอบตอบคำถามทุกข้อ โดยแต่ละข้อเลือกระดับที่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงมากที่สุดผู้ตอบได้คะแนนตามระดับที่เลือกตอบแต่ละข้อแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยได้เป็นคะแนนเจตคติของผู้นั้น

## 2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ออกแบบแล้ว ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้างนี้หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข

2) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้กับสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด จำนวน 40 ราย หลังจากนั้นนำมาตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.820 ดังนั้น แบบสอบถามฉบับนี้จึงนำไปใช้ได้

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษา “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด” แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

### 3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้ประสานประสานกรรมการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูนจำกัด เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลสมาชิกที่มาใช้บริการสินเชื่อ

2. ผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองภายใน 30 วัน

4. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม

5. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูล จากหนังสือ ตำราวารสาร สิ่งพิมพ์เอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสารสนเทศออนไลน์ จากหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และข้อมูลจากสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน เป็นต้น

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมด แล้วดำเนินการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ คือ สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ (Chi-square) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด นำมาหาค่าความถี่และร้อยละนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย

2) การวิเคราะห์การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน นำมาหาค่าความถี่และร้อยละนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย

3) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด นำมาหา 1) ความถี่และร้อยละ นำเสนอข้อมูล โดยใช้ตารางประกอบคำบรรยาย 2) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) เกณฑ์การใช้บริการสินเชื่อจะพิจารณา ค่าเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบ โดยกำหนดเกณฑ์เป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับคะแนน 4.50 - 5.00 หมายถึงสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.50 - 4.49 หมายถึงสำคัญมาก

ระดับคะแนน 2.50 - 3.49 หมายถึงสำคัญปานกลาง

ระดับคะแนน 1.50 - 2.49 หมายถึงสำคัญน้อย

ระดับคะแนน 1.00 - 1.49 หมายถึงสำคัญน้อยที่สุด

4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คือ Chi-Square Test Statistics

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

#### ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	125	34.0
หญิง	243	66.0
รวม	368	100

จากตาราง 4.1 พบว่าสมาชิกสหกรณ์เป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเพศชายจำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	67	18.2
31 – 40 ปี	102	27.7
41 – 50 ปี	104	28.3
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	95	25.8
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.2 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปีจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคืออายุระหว่าง 20 – 30 ปีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	38	10.3
ปวส. หรือ อนุปริญญา	58	15.8
ปริญญาตรี	185	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.3 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 185 รายคิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 87 รายคิดเป็นร้อยละ 23.6 ระดับการศึกษาและระดับการศึกษาที่น้อยที่สุดคือระดับมัธยมศึกษาหรือปวช.จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	110	30.0
สมรส	206	56.0
หย่า	30	8.0
หม้าย	22	6.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.4 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสคือสมรสจำนวน 206 รายคิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือโสดจำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 และสถานภาพสมรสที่น้อยที่สุดคือหม้ายจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	110	29.9
6 – 10 ปี	82	22.3
11 – 15 ปี	73	19.8
มากกว่า 15 ปี	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.5 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่เกิน 5 ปี จำนวน 110รายคิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมาคือมากกว่า 15 ปีจำนวน 103 รายคิดเป็นร้อยละ 28.0 และระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่น้อยที่สุดคือ 11 – 15 ปี จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนรวม

รายได้ต่อเดือนรวม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	45	12.0
1,5001 – 25,000 บาท	103	28.0
25,001 – 35,000 บาท	133	36.0
มากกว่า 35,000 บาท	87	24.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.6 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนรวมระหว่าง 25,001 - 35,000 บาทจำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือนรวมระหว่าง 15,001 – 25,000 บาทจำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 และรายได้ต่อเดือนรวมที่น้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 15,000 บาทจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามรายจ่ายต่อเดือน

รายจ่ายต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	52	14.0
5,001 – 10,000 บาท	168	46.0
10,001 – 15,000 บาท	104	28.0
มากกว่า 15,000 บาท	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.7 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีรายจ่ายต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทจำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือมีรายจ่ายต่อเดือนรวมระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 และรายจ่ายต่อเดือนรวมที่น้อยที่สุดคือ มากกว่า 15,000 บาทจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0



ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามเงินออมของสมาชิกต่อเดือน

เงินออมของสมาชิกต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	88	23.9
3,001 – 6,000 บาท	113	30.7
6,001 – 9,000 บาท	115	31.3
มากกว่า 9,000 บาท	52	14.1
รวม	368	100

จากตาราง 4.8 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีเงินออมของสมาชิกต่อเดือนระหว่าง 6,001 -9,000 บาทจำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือมีเงินออมของสมาชิกต่อเดือนระหว่าง 3,001 – 6,000 บาทจำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7 และเงินออมของสมาชิกต่อเดือนที่น้อยที่สุดคือ มากกว่า 9,000 บาทจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1

## ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ

ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เงินกู้สามัญ	228	62.0
เงินกู้ฉุกเฉิน	97	26.0
เงินกู้พิเศษ	43	12.0
รวม	368	100

จากตาราง 4.6 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีประเภทของสินเชื่อที่ใช้บริการ คือเงินกู้สามัญ จำนวน 228 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือเงินกู้ฉุกเฉินจำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 และประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการน้อยที่สุดคือเงินกู้พิเศษ จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100,000 บาท	67	18.0
100,001 – 500,000 บาท	89	24.0
500,001 – 1,000,000 บาท	115	31.0
มากกว่า 1,000,000 บาท	97	27.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.6 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการระหว่าง 500,001 -1,000,000 บาทจำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือมากกว่า 1,000,000 บาทจำนวน 97 รายคิดเป็นร้อยละ 27.0 และจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 100,000 บาทจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามระยะเวลาในการผ่อนชำระ

ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	36	10.0
1 – 10 ปี	126	34.0
11 – 20 ปี	101	27.0
มากกว่า 20 ปี	105	29.0
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.11 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการผ่อนชำระระหว่าง 1 – 10 ปีจำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือมากกว่า 20 ปีจำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 และระยะเวลาในการผ่อนชำระน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์จำแนกตามจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	68	18.5
3,001 – 6,000 บาท	94	25.5
6,001 – 9,000 บาท	116	31.5
มากกว่า 9,000 บาท	90	24.5
<b>รวม</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

จากตาราง 4.12 พบว่าสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนระหว่าง 6,001 - 9,000 บาทจำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือระหว่าง 3,001 – 6,000 บาทจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 และจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 3,000 บาทจำนวน 68 รายคิดเป็นร้อยละ 18.5

### ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
เงินกู้สามัญปกติ	4.54	.638	มากที่สุด
เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง	4.01	.988	มาก
เงินกู้พิเศษเพื่อการเคหะสงเคราะห์	4.33	.840	มาก
เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ	4.19	.900	มาก
เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ	4.03	.968	มาก
เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ	4.17	1.019	มาก
เงินกู้ฉุกเฉิน	4.25	.853	มาก
เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร	4.08	.943	มาก
เงินกู้ฉุกเฉิน ATM	4.36	.834	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.22</b>	<b>.427</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.13 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเงินกู้สามัญปกติ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาคือเงินกู้ฉุกเฉิน ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.01

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ความหมาย
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	4.39	.784	มาก
เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้	3.90	.852	มาก
วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา	4.30	.696	มาก
ระยะเวลาของการชำระคืน	4.34	.650	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>.539</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.14 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.23$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือระยะเวลาของการชำระคืน ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.90

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	3.76	.777	มาก
มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	3.44	.690	ปานกลาง
มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่	4.22	.807	มาก
มีการให้บริการในวันหยุดราชการ	4.08	.721	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	.474	มาก

จากตาราง 4.15 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ ที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่ มีสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือมีการให้บริการในวันหยุดราชการ ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนมีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.44

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.83	.799	มาก
จำนวนจุดที่ค่อนข้างระ	4.39	.715	มาก
เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้	3.78	.818	มาก
สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้	3.81	.782	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	.563	มาก

จากตาราง 4.16 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าจำนวนงวดที่ผ่อนชำระ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้ มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.78

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ	3.92	.763	มาก
มีธรรมาภิบาลและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.91	.802	มาก
มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ	3.79	.807	มาก
มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน	3.97	.835	มาก
มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.93	.934	มาก
มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.09	.769	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.94</b>	<b>.609</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4.17 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความรวดเร็วในการให้บริการ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือมีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเงินมีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.79



ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์กรุงลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด	4.05	.772	มาก
ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ	3.96	.831	มาก
การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ	3.95	.812	มาก
อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย	4.03	.938	มาก
ป้ายแสดงสถานที่ /ตำแหน่งให้บริการชัดเจน	3.46	.831	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89	.613	มาก

จากตาราง 4.18 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กรุงลำพูน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสถานที่ให้บริการ กว้างขวาง/สะอาด มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาคืออุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.03 ส่วนเงินป้ายแสดงสถานที่/ ตำแหน่งให้บริการชัดเจน มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์กรุงลำพูน จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
เอกสารการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.21	.697	มาก
มีคำอธิบายขออนุมัติเงินกู้ชัดเจน	4.07	.842	มาก
ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	4.44	.632	มาก
มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ	4.12	.776	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	.600	มาก

จากตาราง 4.19 พบว่า สมาชิกสหกรณ์ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือเอกสารการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนมีคำอธิบายของอนุมัติเงินกู้ชัดเจนมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกน้อยที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.07

#### ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

##### 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์โดยนำมาทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปรากฏผลดังตารางที่ 4.20 -4.51

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

เพศ	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	16.3	44	12.0	21	5.7	125	34.0
หญิง	168	45.7	53	14.4	22	6.0	243	66.0
รวม	228	62.0	97	26.4	43	11.7	368	100

$$\chi^2 = 15.804, df = 2, p = 0.000^*$$

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

อายุ	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	21	5.7	46	12.5	0	0	67	18.2
31 – 40 ปี	73	19.8	29	7.9	0	0	102	27.7
41 – 50 ปี	68	18.5	7	1.9	29	7.9	104	28.3
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	66	17.9	15	4.1	14	3.8	95	25.8
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 121.452, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

ระดับการศึกษา	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	0	0	38	10.3	0	0	38	10.3
ปวส. หรือ อนุปริญญา	37	10.1	7	1.9	14	3.8	58	15.8
ปริญญาตรี	141	38.3	37	10.1	7	1.9	185	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	50	13.6	15	4.1	22	6.0	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 153.983, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

สถานภาพสมรส	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	57	15.5	53	14.4	0	0	110	29.9
สมรส	141	38.3	36	9.8	29	7.9	206	56.0
หย่า	15	4.1	8	2.2	7	1.9	30	8.2
หม้าย	15	4.1	0	0	7	1.9	22	6.0
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 60.875, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	42	11.4	68	18.5	0	0	110	29.9
6 – 10 ปี	67	18.2	7	1.9	8	2.2	82	22.3
11 – 15 ปี	45	12.2	7	1.9	21	5.7	73	19.8
มากกว่า 15 ปี	74	20.1	15	4.1	14	3.8	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 124.070, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

รายได้ต่อเดือนรวม	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	1.9	38	10.3	0	0	45	12.2
15,001 – 25,000 บาท	66	17.9	30	8.2	7	1.9	103	28.0
25,001 – 35,000 บาท	97	26.4	21	5.7	15	4.1	133	36.1
มากกว่า 35,000 บาท	58	15.8	8	2.2	21	5.7	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 110.800, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายได้ต่อเดือนรวมมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

รายจ่ายต่อเดือน	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	14	3.8	38	10.3	0	0	52	14.1
5,001 – 10,000 บาท	102	27.7	51	13.9	15	4.1	168	45.7
10,001 – 15,000 บาท	97	26.4	0	0	7	1.9	104	28.3
มากกว่า 15,000 บาท	15	4.1	8	2.2	21	5.7	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 163.192, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

เงินออมของสมาชิก ต่อเดือน	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ							
	เงินกู้สามัญ		เงินกู้ฉุกเฉิน		เงินกู้พิเศษ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	51	13.9	30	8.2	7	1.9	88	23.9
3,001 – 6,000 บาท	54	14.7	45	12.2	14	3.8	113	30.7
6,001 – 9,000 บาท	86	23.4	14	3.8	15	4.1	115	31.3
มากกว่า 9,000 บาท	37	10.1	8	2.2	7	1.9	52	14.1
<b>รวม</b>	<b>228</b>	<b>62.0</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>43</b>	<b>11.7</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 29.993, df = 6, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

เพศ	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า 100,000 บาท		100,001- 500,000 บาท		500,001- 1,000,000 บาท		มากกว่า 1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	29	7.9	37	10.1	31	8.4	28	7.6	125	34.0
หญิง	38	10.3	52	14.1	84	22.8	69	18.8	243	66.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 8.533, df = 3, p = 0.036*$$

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

อายุ	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า		100,001-		500,001-		มากกว่า			
	100,000 บาท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
20 – 30 ปี	38	10.3	22	6.0	7	1.9	0	0	67	18.2
31 – 40 ปี	14	3.8	30	8.2	45	12.2	13	3.5	102	27.7
41 – 50 ปี	0	0	30	8.2	46	12.5	28	7.6	104	28.3
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	15	4.1	7	1.9	17	4.6	56	15.2	95	25.8
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 179.041, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

ระดับการศึกษา	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า		100,001-		500,001-		มากกว่า			
	100,000 บาท	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มัธยมศึกษาหรือ ปวช.	38	10.3	0	0	0	0	0	0	38	10.3
ปวส.หรืออนุปริญญา	0	0	21	5.7	22	6.0	15	4.1	58	15.8
ปริญญาตรี	22	6.0	38	10.3	77	20.9	48	13.0	185	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.9	30	8.2	16	4.3	34	9.2	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 215.717, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

สถานภาพสมรส	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า 100,000 บาท		100,001- 500,000 บาท		500,001- 1,000,000 บาท		มากกว่า 1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	38	10.3	36	9.8	22	6.0	14	3.8	110	29.9
สมรส	21	5.7	38	10.3	77	20.9	70	19.0	206	56.0
หย่า	8	2.2	15	4.1	0	0	7	1.9	30	8.2
หม้าย	0	0	0	0	16	4.3	6	1.6	22	6.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 89.112, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า 100,000 บาท		100,001- 500,000 บาท		500,001- 1,000,000 บาท		มากกว่า 1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	45	12.2	37	10.1	22	6.0	6	1.6	110	29.9
6 -10 ปี	7	1.9	15	4.1	53	14.4	7	1.9	82	22.3
11 – 15 ปี	0	0	30	8.2	22	6.0	21	5.7	73	19.8
มากกว่า 15 ปี	15	4.1	7	1.9	18	4.9	63	17.1	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 191.743, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

รายได้ต่อเดือนรวม	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า		100,001-		500,001-		มากกว่า			
	100,000 บาท		500,000 บาท		1,000,000 บาท		1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ต่ำกว่า 15,000 บ.	45	12.2	37	10.1	22	6.0	6	1.6	110	29.9
15,001 – 25,000 บ.	7	1.9	15	4.1	53	14.4	7	1.9	82	22.3
25,001 – 35,000 บ.	0	0	30	8.2	22	6.0	21	5.7	73	19.8
มากกว่า 35,000 บ.	15	4.1	7	1.9	18	4.9	63	17.1	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 238.130, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายได้ต่อเดือนรวมมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

รายจ่ายต่อเดือน	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า		100,001-		500,001-		มากกว่า			
	100,000 บาท		500,000 บาท		1,000,000 บาท		1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ต่ำกว่า 5,000 บ.	38	10.3	0	0	14	3.8	0	0	52	14.1
5,001 – 10,000 บ.	21	5.7	66	17.9	47	12.8	34	9.2	168	45.7
10,001 – 15,000 บ.	0	0	16	4.3	54	14.7	34	9.2	104	28.3
มากกว่า 15,000 บ.	8	2.2	7	1.9	0	0	29	7.9	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 213.573, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

เงินออมของสมาชิก ต่อเดือน	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ								รวม	
	ต่ำกว่า 100,000 บาท		100,001- 500,000 บาท		500,001- 1,000,000 บาท		มากกว่า 1,000,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บ.	38	10.3	0	0	14	3.8	0	0	52	14.1
3,001 – 6,000 บ.	21	5.7	66	17.9	47	12.8	34	9.2	168	45.7
6,001 – 9,000 บ.	0	0	16	4.3	54	14.7	34	9.2	104	28.3
มากกว่า 9,000 บ.	8	2.2	7	1.9	0	0	29	7.9	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>18.2</b>	<b>89</b>	<b>24.2</b>	<b>115</b>	<b>31.3</b>	<b>97</b>	<b>26.4</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 86.042, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

เพศ	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ								รวม	
	น้อยกว่า 1ปี		1- 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	14	3.8	51	13.9	32	8.7	28	7.6	125	34.0
หญิง	22	6.0	75	20.4	69	18.8	77	20.9	243	66.0
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 5.499, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการผ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการผ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระ

อายุ	ระยะเวลาในการฟ่อนชำระ								รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	22	6.0	38	10.3	7	1.9	0	0	67	18.2
31 – 40 ปี	14	3.8	44	12.0	31	8.4	13	3.5	102	27.7
41 – 50 ปี	0	0	22	6.0	53	14.4	29	7.9	104	28.3
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	0	0	22	6.0	10	2.7	63	17.1	95	25.8
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 192.153, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการฟ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการฟ่อนชำระ

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาในการฟ่อนชำระ								รวม	
	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	15	4.1	23	6.3	0	0	0	0	38	10.3
ปวส.หรือ อนุปริญญา	0	0	21	5.7	22	6.0	15	4.1	58	15.8
ปริญญาตรี	14	3.8	60	16.3	63	17.1	48	13.0	185	50.3
สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.9	22	6.0	16	4.3	42	11.4	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 92.663, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการฟ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการฟ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระ

สถานภาพสมรส	ระยะเวลาในการฟ่อนชำระ									
	น้อยกว่า 1 ปี		1 - 10 ปี		11 - 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	22	6.0	59	16.0	8	2.2	21	5.7	110	29.9
สมรส	14	3.8	51	13.9	70	19.0	71	19.3	206	56.0
หย่า	0	0	16	4.3	7	1.9	7	1.9	30	8.2
หม้าย	0	0	0	0	16	4.3	6	1.6	22	6.0
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 89.339, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการฟ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระ

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	ระยะเวลาในการฟ่อนชำระ									
	น้อยกว่า 1 ปี		1 - 10 ปี		11 - 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	29	7.9	60	16.3	15	4.1	6	1.6	110	29.9
6 - 10 ปี	7	1.9	30	8.2	30	8.2	15	4.1	82	22.3
11 - 15 ปี	0	0	14	3.8	45	12.2	14	3.8	73	19.8
มากกว่า 15 ปี	0	0	22	6.0	11	3.0	70	19.0	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 205.168, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับระยะเวลาในการฟ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการฟ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

รายได้ต่อเดือนรวม	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ									
	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บ.	22	6.0	16	4.3	7	1.9	0	0	45	12.2
15,001 – 25,000 บ.	7	1.9	52	14.1	31	8.4	13	3.5	103	28.0
25,001 – 35,000 บ.	7	1.9	43	11.7	54	14.7	29	7.9	133	36.1
มากกว่า 35,000 บ.	0	0	15	4.1	9	2.4	63	17.1	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 201.061, df = 9, p = 0.000^*$$

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับระยะเวลาในการผ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายได้ต่อเดือนรวมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

รายจ่ายต่อเดือน	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ									
	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บ.	22	6.0	16	4.3	14	3.8	0	0	52	14.1
5,001 – 10,000 บ.	14	3.8	73	19.8	46	12.5	35	9.5	168	45.7
10,001 – 15,000 บ.	0	0	22	6.0	41	11.1	41	11.1	104	28.3
มากกว่า 15,000 บ.	0	0	15	4.1	0	0	29	7.9	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 142.331, df = 9, p = 0.000^*$$

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

เงินออมของสมาชิก ต่อเดือน	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ									
	น้อยกว่า 1 ปี		1 – 10 ปี		11 – 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บ.	15	4.1	58	15.8	8	2.2	7	1.9	88	23.9
3,001 – 6,000 บ.	14	3.8	31	8.4	46	12.5	22	6.0	113	30.7
6,001 – 9,000 บ.	7	1.9	29	7.9	38	10.3	41	11.1	115	31.3
มากกว่า 9,000 บ.	0	0	8	2.2	9	2.4	35	9.5	52	14.1
<b>รวม</b>	<b>36</b>	<b>9.8</b>	<b>126</b>	<b>34.2</b>	<b>101</b>	<b>27.4</b>	<b>105</b>	<b>28.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 114.724, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับระยะเวลาในการผ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

เพศ	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน									
	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001 – 6,000 บาท		6,001 – 9,000 บาท		มากกว่า 9,000 บาท		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	30	8.2	31	8.4	36	9.8	28	7.6	125	34.0
หญิง	38	10.3	63	17.1	80	21.7	62	16.8	243	66.0
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 3.937, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

อายุ	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน								รวม	
	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001 – 6,000 บาท		6,001 – 9,000 บาท		มากกว่า 9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	46	12.5	7	1.9	14	3.8	0	0	67	18.2
31 – 40 ปี	22	6.0	31	8.4	36	9.8	13	3.5	102	27.7
41 – 50 ปี	0	0	38	10.3	38	10.3	28	7.6	104	28.3
ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป	0	0	18	4.9	28	7.6	49	13.3	95	25.8
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 196.808, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน เมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

ระดับการศึกษา	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน								รวม	
	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001 – 6,000 บาท		6,001 – 9,000 บาท		มากกว่า 9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือ ปวช. ปวส.หรือ อนุปริญญา	24	6.5	14	3.8	0	0	0	0	38	10.3
ปริญญาตรี	7	1.9	22	6.0	14	3.8	15	4.1	58	15.8
สูงกว่าปริญญาตรี	22	6.0	49	13.3	73	19.8	41	11.1	158	50.3
รวม	15	4.1	9	2.4	29	7.9	34	9.2	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 94.189, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

สถานภาพสมรส	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน									
	ต่ำกว่า		3,001 –		6,001 –		มากกว่า		รวม	
	3,000 บาท		6,000 บาท		9,000 บาท		9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	46	12.5	15	4.1	35	9.5	14	3.8	110	29.9
สมรส	22	6.0	55	14.9	66	17.9	63	17.1	206	56.0
หย่า	0	0	23	6.3	0	0	7	1.9	30	8.2
หม้าย	0	0	1	0.3	15	4.1	6	1.6	22	6.0
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 117.817, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน									
	ต่ำกว่า		3,001 –		6,001 –		มากกว่า		รวม	
	3,000 บาท		6,000 บาท		9,000 บาท		9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	61	16.6	15	4.1	28	7.6	6	1.6	110	29.9
6 -10 ปี	7	1.9	23	6.3	45	12.2	7	1.9	82	22.3
11 – 15 ปี	0	0	38	10.3	14	3.8	21	5.7	73	19.8
มากกว่า 15 ปี	0	0	18	4.9	29	7.9	56	15.2	103	28.0
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 229.667, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

รายได้ต่อเดือนรวม	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน									
	ต่ำกว่า		3,001 –		6,001 –		มากกว่า		รวม	
	3,000 บาท		6,000 บาท		9,000 บาท		9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บ.	31	8.4	7	1.9	7	1.9	0	0	45	12.2
15,001 – 25,000 บ.	30	8.2	31	8.4	29	7.9	13	3.5	103	28.0
25,001 – 35,000 บ.	7	1.9	46	12.5	52	14.1	28	7.6	133	36.1
มากกว่า 35,000 บ.	0	0	10	2.7	28	7.6	49	13.3	87	23.6
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 170.526, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนรวมกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายได้ต่อเดือนรวมมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

รายจ่ายต่อเดือน	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน									
	ต่ำกว่า		3,001 –		6,001 –		มากกว่า		รวม	
	3,000 บาท		6,000 บาท		9,000 บาท		9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บ.	31	8.4	7	1.9	14	3.8	0	0	52	14.1
5,001 – 10,000 บ.	37	10.1	53	14.4	11	12.0	34	9.2	168	45.7
10,001 – 15,000 บ.	0	0	26	7.1	51	13.9	27	7.3	104	28.3
มากกว่า 15,000 บ.	0	0	8	2.2	7	1.9	29	7.9	44	12.0
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 142.741, df = 9, p = 0.000*$$

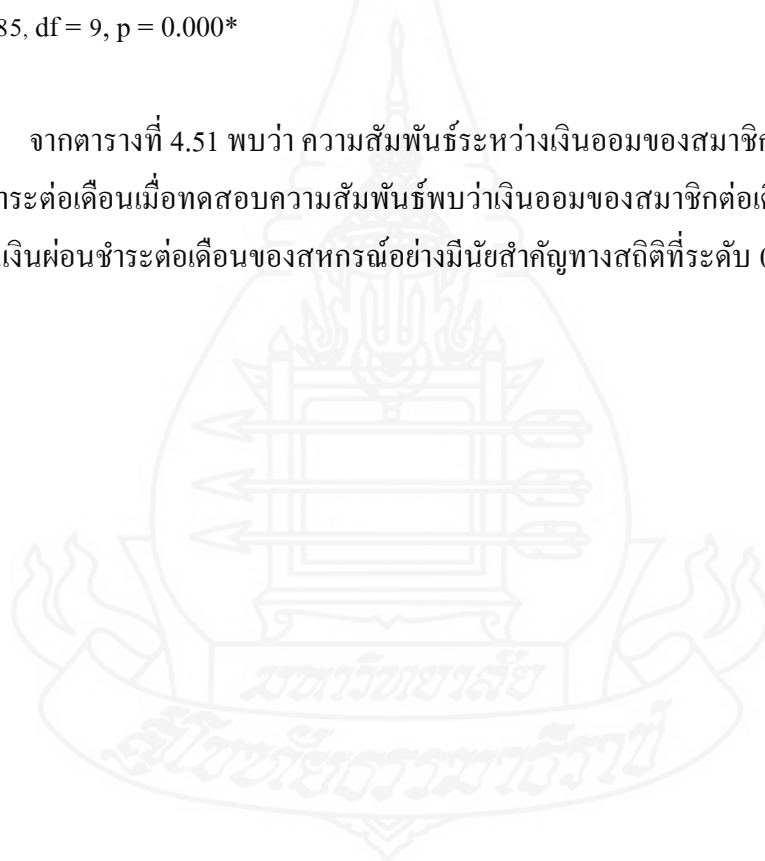
จากตารางที่ 4.50 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ารายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

เงินออมของสมาชิก ต่อเดือน	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน								รวม	
	ต่ำกว่า 3,000 บาท		3,001 – 6,000 บาท		6,001 – 9,000 บาท		มากกว่า 9,000 บาท			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บ.	30	8.2	30	8.2	21	5.7	7	1.9	88	23.9
3,001 – 6,000 บ.	31	8.4	23	6.3	44	12.0	15	4.1	113	30.7
6,001 – 9,000 บ.	7	1.9	32	8.7	36	9.8	40	10.9	115	31.3
มากกว่า 9,000 บ.	0	0	9	2.4	15	4.1	28	7.6	52	14.1
<b>รวม</b>	<b>68</b>	<b>18.5</b>	<b>94</b>	<b>25.5</b>	<b>116</b>	<b>31.5</b>	<b>90</b>	<b>24.5</b>	<b>368</b>	<b>100</b>

$$\chi^2 = 83.685, df = 9, p = 0.000*$$

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินออมของสมาชิกต่อเดือนกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่าเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





#### 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์โดยนำมาทดสอบค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปรากฏผลดังตารางที่ 4.52 -4.55

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		
- เงินกู้สามัญปกติ	47.628	0.000*
- เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง	23.521	0.003*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการเคหะสงเคราะห์	24.138	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ	40.963	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ	44.028	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ	30.472	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน	85.787	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร	13.978	0.030*
- เงินกู้ฉุกเฉิน ATM	132.410	0.000*
<b>ด้านราคา</b>		
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	37.343	0.000*
- เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้	14.391	0.026*
- วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา	64.763	0.000*
- ระยะเวลาของการชำระคืน	40.434	0.000*
<b>ด้านสถานที่</b>		
- ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	7.705	0.103
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	9.618	0.047*
- มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่	13.481	0.009*
- มีการให้บริการในวันหยุดราชการ	10.846	0.028*

\*P <.05

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>		
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	60.806	0.000*
- จำนวนงวดที่ผ่อนชำระ	56.637	0.000*
- เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้	32.026	0.000*
- สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้	29.976	0.000*
<b>ด้านบุคลากร</b>		
- มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ	97.004	0.000*
- มีอัธยาศัยดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	93.491	0.000*
- มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ	45.483	0.000*
- มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน	27.139	0.000*
- มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	29.383	0.000*
- มีความรวดเร็วในการให้บริการ	50.179	0.000*
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
- สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด	58.205	0.000*
- ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ	16.997	0.009*
- การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ	102.302	0.000*
- อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย	7.972	0.436
- ป้ายแสดงสถานที่ /ตำแหน่งให้บริการชัดเจน	37.792	0.000*
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
- เอกสารการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	49.788	0.000*
- มีคำอธิบายขออนุมัติเงินกู้ชัดเจน	134.937	0.000*
- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	136.179	0.000*
- มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ	158.908	0.000*

\*P &lt;.05

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสถานที่ ในเรื่องที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อและด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย ที่ไม่มี ความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		
- เงินกู้สามัญปกติ	59.261	0.000*
- เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง	53.409	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	37.310	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อชื้อยานพาหนะ	42.762	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ	59.179	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ	41.383	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน	162.146	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร	62.563	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน ATM	127.649	0.000*
<b>ด้านราคา</b>		
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	83.598	0.000*
- เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้	52.540	0.000*
- วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา	55.169	0.000*
- ระยะเวลาของการชำระคืน	91.089	0.000*
<b>ด้านสถานที่</b>		
- ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	14.863	0.021*
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	3.213	0.782
- มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่	6.928	0.328
- มีการให้บริการในวันหยุดราชการ	10.364	0.110
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>		
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	72.717	0.000*
- จำนวนงวดที่ผ่อนชำระ	19.193	0.004*
- เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้	65.228	0.000*
- สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้	33.916	0.000*

\*P &lt;.05

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านบุคลากร</b>		
- มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ	75.658	0.000*
- มีอัตรายศดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	27.179	0.001*
- มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ	22.866	0.007*
- มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน	23.974	0.004*
- มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	83.807	0.000*
- มีความรวดเร็วในการให้บริการ	77.117	0.000*
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
- สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด	63.280	0.000*
- ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ	13.250	0.152
- การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ	55.493	0.000*
- อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย	17.774	0.123
- ป้ายแสดงสถานที่ /ตำแหน่งให้บริการชัดเจน	57.336	0.000*
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
- เอกสารการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	61.620	0.000*
- มีคำอธิบายของอนุมัติเงินกู้ชัดเจน	63.815	0.000*
- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	46.497	0.000*
- มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ	73.206	0.000*

\*P &lt;.05

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสถานที่ ในเรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวกมีหน่วยให้บริการนอกสถานที่ที่มีการให้บริการในวันหยุดราชการและด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่ออุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัยที่ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		
- เงินกู้สามัญปกติ	55.504	0.000*
- เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง	56.638	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการเคหะสงเคราะห์	32.191	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ	33.420	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ	29.120	0.001*
- เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ	50.278	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน	168.613	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร	58.708	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน ATM	129.354	0.000*
<b>ด้านราคา</b>		
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	75.697	0.000*
- เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้	47.774	0.000*
- วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา	62.064	0.000*
- ระยะเวลาของการชำระคืน	71.365	0.000*
<b>ด้านสถานที่</b>		
- ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	22.245	0.001*
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	19.303	0.004*
- มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่	14.110	0.028*
- มีการให้บริการในวันหยุดราชการ	38.384	0.000*
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>		
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	35.925	0.000*
- จำนวนงวดที่ผ่อนชำระ	25.788	0.000*
- เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้	101.746	0.000*
- สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้	34.748	0.000*

\*P &lt;.05

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านบุคลากร</b>		
- มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ	103.164	0.000*
- มีอัตรากำลังและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	74.040	0.000*
- มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ	73.688	0.000*
- มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน	21.178	0.012*
- มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	54.245	0.000*
- มีความรวดเร็วในการให้บริการ	13.352	0.038*
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
- สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด	74.605	0.000*
- ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ	15.798	0.071
- การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ	46.133	0.000*
- อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย	29.195	0.004*
- ป้ายแสดงสถานที่/ตำแหน่งให้บริการชัดเจน	88.470	0.000*
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
- เอกสารการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	52.519	0.000*
- มีคำอธิบายขออนุมัติเงินกู้ชัดเจน	104.976	0.000*
- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	37.148	0.000*
- มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ	108.374	0.000*

\*P &lt;.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับระยะเวลาในการผ่อนชำระเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อที่ไม่มีความสัมพันธ์



ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>		
- เงินกู้สามัญปกติ	65.633	0.000*
- เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง	43.947	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการเคหะสงเคราะห์	20.389	0.016*
- เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ	46.254	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ	50.829	0.000*
- เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ	43.675	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน	185.008	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร	59.944	0.000*
- เงินกู้ฉุกเฉิน ATM	124.156	0.000*
<b>ด้านราคา</b>		
- อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	95.677	0.000*
- เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้	50.913	0.000*
- วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา	54.952	0.000*
- ระยะเวลาของการชำระคืน	91.883	0.000*
<b>ด้านสถานที่</b>		
- ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	24.446	0.000*
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก	10.785	0.095
- มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่	14.498	0.025*
- มีการให้บริการในวันหยุดราชการ	32.083	0.000*
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>		
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	35.606	0.000*
- จำนวนงวดที่ผ่อนชำระ	33.572	0.000*
- เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้	44.567	0.000*
- สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้	27.651	0.001*

\*P &lt;.05

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน	
	$\chi^2$	Sig.
<b>ด้านบุคลากร</b>		
- มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ	31.475	0.000*
- มีธรรมาจริยธรรมและมีมนุษยสัมพันธ์ดี	38.216	0.000*
- มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ	37.870	0.000*
- มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน	43.443	0.000*
- มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	69.492	0.000*
- มีความรวดเร็วในการให้บริการ	48.917	0.000*
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
- สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด	76.281	0.000*
- ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ	7.586	0.576
- การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ	44.898	0.000*
- อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย	18.338	0.106
- ป้ายแสดงสถานที่ / ตำแหน่งให้บริการชัดเจน	56.281	0.000*
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
- เอกสารการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยากซับซ้อน	73.590	0.000*
- มีคำอธิบายขออนุมัติเงินกู้ชัดเจน	49.630	0.000*
- ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	56.696	0.000*
- มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ	77.055	0.000*

\*P &lt; .05

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนเมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านสถานที่ ในเรื่อง มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก และลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัยที่ไม่มีความสัมพันธ์

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด 2) เพื่อศึกษาการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด สามารถสรุปผลการศึกษากฎหมายอภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด จำนวน 368 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด (ร้อยละ 66.0) มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี (ร้อยละ 28.3) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.3) มีสถานภาพสมรส คือ สมรส (ร้อยละ 56.0) มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่เกิน 5 ปี (ร้อยละ 29.9) มีรายได้ต่อเดือนรวม ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท (ร้อยละ 36.1) มีรายจ่ายต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท (ร้อยละ 45.7) และมีเงินออมของสมาชิกต่อเดือน ระหว่าง 6,001-9,000 (ร้อยละ 31.3)

##### 1.2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด จำนวน 368 ราย ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเงินกู้สามัญ (ร้อยละ 62.0) รองลงมาคือใช้บริการสินเชื่อเงินกู้ฉุกเฉิน (ร้อยละ 26.0) และใช้บริการสินเชื่อเงินกู้พิเศษ (ร้อยละ 12.0) น้อยที่สุด จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท (ร้อยละ 31.0) รองลงมาคือมากกว่า 1,000,000 บาท (ร้อยละ 27.0) และ ต่ำกว่า 100,000 บาท (ร้อยละ 18.0) น้อยที่สุด ระยะเวลาในการผ่อนชำระส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1-10 ปี (ร้อยละ 34.0) รองลงมาคือมากกว่า 20 ปี (ร้อยละ 29.0) และ น้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 10.0) น้อยที่สุด และมีจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 6,001-9,000 บาท (ร้อยละ 31.5) รองลงมาคืออยู่ระหว่าง 3,001 – 6,000 บาท (ร้อยละ 25.5) และต่ำกว่า 3,000 บาท (ร้อยละ 18.5) น้อยที่สุด

**1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน** จำกัดผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่าปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อในลำดับสุดท้าย

**1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด**

**1.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด** เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนรวม รายจ่ายต่อเดือน และเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ จำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ และ จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**1.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด**

1) **ประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ** เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ ในเรื่องที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัยไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทสินเชื่อที่ให้บริการ

2) **จำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ** เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ ในเรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่ มีการให้บริการในวันหยุดราชการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่ออุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินกู้ที่ให้บริการ

3) **ระยะเวลาในการผ่อนชำระ** เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วน ประสมการตลาดกับระยะเวลาในการผ่อนชำระ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้าน ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการ ผ่อนชำระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความ เพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการผ่อนชำระ

4) **จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน** เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนประสมการตลาดกับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อน ชำระต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ ในเรื่อง มีสถานที่จอดรถ เพียงพอและสะดวก และลักษณะทางกายภาพ ในเรื่อง ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัดได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอธิบายประกอบการ อภิปรายผลจากสิ่งที่ค้นพบดังนี้

**2.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา** มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของ สมาชิกสหกรณ์ ระดับมาก คืออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งอาจมีสาเหตุจากการให้บริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูลำพูน มีรูปแบบการให้บริการเงินกู้แก่สมาชิกหลายประเภท เพื่อช่วยเหลือสมาชิกใน การสร้างความมั่นคงของอาชีพและครอบครัว ปี 2558 มีการปล่อยเงินกู้ให้แก่สมาชิกตามระเบียบว่า ด้วยการให้เงินกู้แก่สมาชิกและดอกเบี้ยเงินกู้ สมาชิกจะพิจารณาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประกอบการ ตัดสินใจในการกู้ยืม หากสหกรณ์คิดอัตราดอกเบี้ยสูงเกินไปสมาชิกก็จะมีแนวโน้มในการกู้ยืมต่ำ หากสหกรณ์คิดอัตราดอกเบี้ยต่ำ สมาชิกจะมีแนวโน้มในการกู้ยืมสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพล วิสมิตะนันท์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการ ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงิน ที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน กระบวนการให้บริการมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้าน

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

**2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่** มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ระดับมาก โดยสมาชิกให้ความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยของสมาชิกสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คือ มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่ รองลงมาคือ มีการให้บริการในวันหยุดราชการและที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมการตลาดของชัยสมพล ชาวประเสริฐ(2547)ที่ได้อธิบายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือการเลือกทำเลที่ตั้งการเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการ ดังนั้นการอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ให้กับสมาชิก จะเป็นปัจจัยที่สำคัญและมีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพรรณ ดันทუნท์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านาคาการกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน) ในกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เอสเอ็ม อี 7 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการของลูกค้านาคาในระดับมาก คือ การจัดจำหน่าย ซึ่งหมายถึงสถานที่ให้บริการ ทั้งทำเลที่ตั้ง สถานที่จอดรถ และมีจำนวนสาขามาก ส่วนปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพนั้นมีความสำคัญในระดับปานกลาง

**2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์** พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือนรวมรายจ่ายต่อเดือน และเงินออมของสมาชิกต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ วงษ์วานิช (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการออมและการกู้ยืมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำกัด พบว่า อายุ สถานภาพสมรสรายได้รวมต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการกู้ยืมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์

**2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์** พบว่ามีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้น ด้านสถานที่ และด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน



### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานในสหกรณ์ฯ ดังนี้

**3.1.1 ด้านราคา** เสนอผลประโยชน์สูงสุดให้สมาชิกเนื่องจากอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาของการชำระคืนมีความสำคัญต่อการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ฯ ดังนั้นสหกรณ์ควรเน้นการใช้ดอกเบี้ยในอัตราต่ำเป็นเครื่องมือในการจูงใจควบคู่กับการพัฒนาด้านประเภทสินเชื่อ โดยการเพิ่มอัตราเงินปันผลเพิ่มอัตราเงินเฉลี่ยคืนลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทต่างๆ เพื่อให้สมาชิกใช้บริการตรวจขยายวงเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้นระยะเวลาในการชำระคืนเพิ่มขึ้น

**3.1.2 ด้านสถานที่** ประเด็นที่สมาชิกให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย แต่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการมีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก ดังนั้นสหกรณ์ควรจัดที่จอดรถให้เพียงพอแก่เจ้าหน้าที่และสมาชิกผู้มาใช้บริการ ควรมีการเช่าที่จอดรถบริเวณใกล้เคียงไว้ให้บริการสมาชิก

#### 3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

3.2.1 ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ประเภทอื่น เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับผลการศึกษา

3.2.2 ศึกษาพฤติกรรมเปรียบเทียบของสมาชิกผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มสมาชิกผู้มาใช้บริการสินเชื่อกับสมาชิกผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการสินเชื่อเพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของสมาชิกที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ซึ่งจะสามารถนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มสมาชิกกลุ่มนั้นๆ ได้เหมาะสมยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2542). การสหกรณ์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- \_\_\_\_\_. (2547). อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์.
- \_\_\_\_\_. (2552). คู่มือคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์. กส.18/2552 ส่วนเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมสหกรณ์.
- กฤษฎา สังขมณี. (2549). การจัดการสินเชื่อ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏ-สวนสุนันทา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่7). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- นวรรตน์ แหทอง. (2550). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธุรกิจที่ไม่ใช่สถาบันการเงินในเขตตลาดฟ้าว กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม , กรุงเทพมหานคร.
- ปรเมศวร์ ชูชาติ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พรทิพย์ วงษ์วานิช. (2555). พฤติกรรมการออมและการกู้ยืมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จำกัด (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542. สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย : บริษัทอาทิตย์โปรดักส์ กรุ๊ป.
- พสุ สัตถาภรณ์. (2533). การบริหารงานสหกรณ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ภัทรศยา ขัตตะนัน. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- มนตรี ญาณธรรม. (2551). *ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขากาฬสินธุ์* (ภาคนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ. หน่วยที่ 8-15, นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545
- รุ่งโรจน์ ไรยเรณู. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาประจวบคีรีขันธ์* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- วัชรพรธม ต้นทนต์. (2551) *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อการค้าของลูกค้านักค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในกลุ่มลูกค้าธุรกิจ เอสเอ็มอี 7* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- วราพร ดอกเทียน. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ศิริลักษณ์ เลียงดีศรีสุข. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำปาง* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2545). *ยุทธวิธีครองใจลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร : เอ็กเปอร์เน็ท.
- สมิต สัจฉกร. (2550). *ศิลปะการให้บริการ*. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สมพล วิสมิตะนันท์. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับธนาคารแห่งประเทศไทย ของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2549). *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพชร.
- สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด. (2558). *รายงานกิจการประจำปี 2558 สหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด*.

อภิวัฒน์ ศรีรุ่งเรืองชัย. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพธนวิญ บมจ. ธนาคารกรุงไทย สาขาสมุทรสากรของข้าราชการและลูกจ้างประจำ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, ธนบุรี.



ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครู

ลำพูน จำกัด

สำหรับสอบถามสมาชิกสหกรณ์

\*\*\*\*\*

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

- |                             |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. เพศ                      | ( ) ชาย                  | ( ) หญิง                 |
| 2. อายุ                     | ( ) 20 – 30 ปี           | ( ) 31- 40 ปี            |
|                             | ( ) 41 – 50 ปี           | ( ) ตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป |
| 3. ระดับการศึกษา            | ( ) มัธยมศึกษา หรือ ปวช. | ( ) ปวส. หรือ อนุปริญญา  |
|                             | ( )ปริญญาตรี             | ( ) สูงกว่าปริญญาตรี     |
| 4. สถานภาพสมรส              | ( ) โสด                  | ( ) สมรส                 |
|                             | ( ) หย่าร้าง             | ( ) หม้าย                |
| 5.ระยะเวลาการเป็นสมาชิก     | ( ) ไม่เกิน 5 ปี         | ( ) 6 – 10 ปี            |
|                             | ( ) 11 – 15 ปี           | ( ) มากกว่า 15 ปี        |
| 6. รายได้ต่อเดือนรวม        | ( ) ต่ำกว่า 15,000 บาท   | ( ) 15,001 – 25,000 บาท  |
|                             | ( ) 25,001 – 35,000 บาท  | ( ) มากกว่า 35,000 บาท   |
| 7. รายจ่ายต่อเดือน          | ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท    | ( ) 5,001 – 10,000 บาท   |
|                             | ( ) 10,001 – 15,000 บาท  | ( ) มากกว่า 15,000 บาท   |
| 8. เงินออมของสมาชิกต่อเดือน | ( ) ต่ำกว่า 3,000 บาท    | ( ) 3,001 – 6,000 บาท    |
|                             | ( ) 6,001 – 9,000 บาท    | ( ) มากกว่า 9,000 บาท    |

ตอนที่ 2 การใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

โปรดทำเครื่องหมาย✓ ในวงเล็บหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

1. ประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการ ( ) เงินกู้สามัญ ( ) เงินกู้ฉุกเฉิน  
( ) เงินกู้พิเศษ
2. จำนวนเงินกู้ที่ใช้บริการ ( ) ต่ำกว่า 100,000 บาท ( ) 100,001 – 500,000 บาท  
( ) 500,001 – 1,000,000 บาท ( ) มากกว่า 1,000,000 บาท
3. ระยะเวลาในการผ่อนชำระ ( ) น้อยกว่า 1 ปี ( ) 1– 10 ปี  
( ) 11– 20 ปี ( ) มากกว่า 20 ปี
4. จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือน ( ) ต่ำกว่า 3,000 บาท ( ) 3,001 – 6,000 บาท  
( ) 6,001 – 9,000 บาท ( ) มากกว่า 9,000 บาท

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย✓ ในช่องซึ่งแสดงถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลำพูน จำกัด กำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับคือมากที่สุดมากปานกลางน้อยน้อยที่สุดโดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1

ปัจจัยด้านสินเชื่อของสหกรณ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1.1 เงินกู้สามัญปกติ					
1.2 เงินกู้สามัญเพื่อการศึกษาตนเอง					
1.3 เงินกู้พิเศษเพื่อการเกษตรและสหกรณ์					
1.4 เงินกู้พิเศษเพื่อซื้อยานพาหนะ					
1.5 เงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพ					



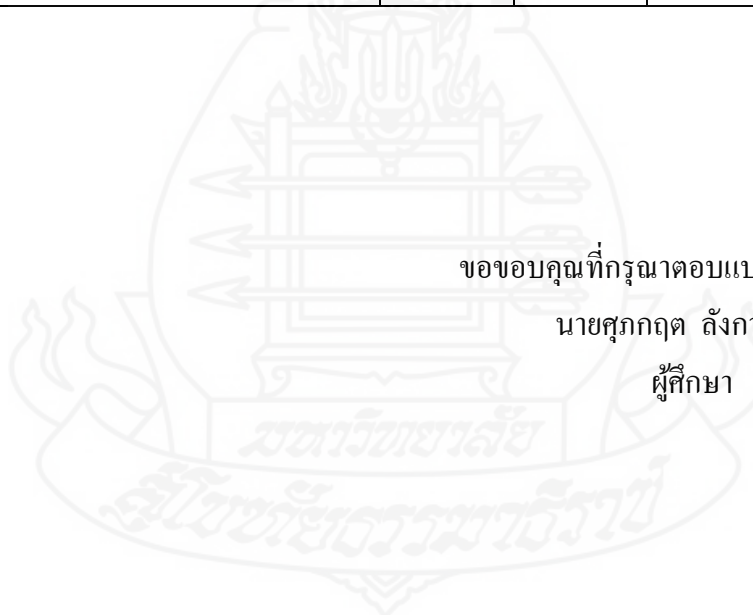
ปัจจัยด้านสินเชื่อกองสหกรณ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.6 เงินกู้พิเศษเพื่อชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นๆ					
1.7 เงินกู้ฉุกเฉิน					
1.8 เงินกู้ฉุกเฉินเพื่อการศึกษาบุตร					
1.9 เงินกู้ฉุกเฉิน ATM					
<b>2. ด้านราคา</b>					
2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้					
2.2 เงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้					
2.3 วงเงินกู้แต่ละประเภทสัญญา					
2.4 ระยะเวลาของการชำระคืน					
<b>3. ด้านสถานที่</b>					
3.1 ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ					
3.2 มีสถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก					
3.3 มีหน่วยให้บริการนอกสถานที่					
3.4 มีการให้บริการในวันหยุดราชการ					
<b>4. ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
4.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					
4.2 จำนวนงวดที่ผ่อนชำระ					
4.3 เงื่อนไขและหลักเกณฑ์เงินกู้					
4.4 สวัสดิการที่คุ้มครองวงเงินกู้					
<b>5. ด้านบุคลากร</b>					
5.1 มีความรู้ความสามารถในการพิจารณาสินเชื่อ					
5.2 มีอัธยาศัยดีและมีมนุษยสัมพันธ์ดี					
5.3 มีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการ					
5.4 มีการให้คำปรึกษาแนะนำ ตอบปัญหาได้ชัดเจน					
5.5 มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
5.6 มีความรวดเร็วในการให้บริการ					

ปัจจัยด้านสินเชื่อของสหกรณ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>					
6.1 สถานที่ให้บริการกว้างขวาง/สะอาด					
6.2 ความเพียงพอของที่นั่งสำหรับผู้มาติดต่อ					
6.3 การจัดบริเวณน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วารสารต่าง ๆ สำหรับผู้มาติดต่อ					
6.4 อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานทันสมัย					
6.5 ป้ายแสดงสถานที่ /ตำแหน่งให้บริการชัดเจน					
<b>7. ด้านกระบวนการให้บริการ</b>					
7.1 เอกสารการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
7.2 มีคำอธิบายขออนุมัติเงินกู้ชัดเจน					
7.3 ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ					
7.4 มีความถูกต้อง แม่นยำ ในการให้บริการ					

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

นายสุภกฤต ลังกาตุ้ง

ผู้ศึกษา



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายศุภกฤต ลังกาตุง
วัน เดือน ปี เกิด	2 เมษายน 2520
สถานที่เกิด	อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ เชียงใหม่
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

