

การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
THE DECISION TO USE CREDIT SERVICES OF MEMBERS
OF THE CO-OPERATIVE GOVERNMENT OFFICER CO-OP LTD.

นุรายันี หมุดงา

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปีการศึกษา 2565

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nuraainee Mudnga

E-mail: nuraainee01@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng

University

Academic year 2022

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุสถานะ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด 4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน 5) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน 6) เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำนวน 400 คน โดยใช้ Google Form ในการสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการกระจายแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีเพศ อายุ อายุราชการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉินโดยรวมไม่ต่างกัน แต่ต่างกันในสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน สมาชิกสหกรณ์ที่มีเพศ อายุสถานภาพ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้สามัญโดยรวมไม่ต่างกัน สมาชิกสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกันทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้พิเศษ โดยรวมไม่ต่างกัน แต่ต่างกันในสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีระดับอายุ สถานภาพ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

คำสำคัญ: การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study the personal factors of the members of the co-operative government officer co-op LTD. Classified by gender, age, status, service age, average monthly income. 2) To study the psychological factors affecting the decision to use credit services of the members of the co-operative government officer co-op LTD. 3) to study the Marketing Mix (7P's) that affect the decision to use credit services of members of the co-operative government officer co-op LTD. 4) to study psychological factors Marketing mix (7P's) that affect the decision to use credit services of members of the co-operative government officer co-op LTD. with different personal factors 5) to study level of the factor Psychological, the marketing mix (7P's) affecting the decision to use credit services of members of the co-operative government officer co-op LTD. with different personal factors. 6) to study the effect of personal factors psychological factor Marketing mix (7P's) to the decision to use credit services of members of the co-operative government officer co-op LTD.

The sample group used in this independent study was 400 members of the co-operative government officer co-op LTD., using Google Form to create a questionnaire as a data collection tool. and distribute questionnaires online Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by using t-test, one-way ANOVA statistics. If differences were found, they were compared individually. by using the LSD method and using multiple linear regression statistics.

The hypothesis testing results revealed that Members of the co-operative government officer co-op LTD. with different genders, ages, service ages and average monthly incomes caused the decision to use the cooperative's emergency loan service overall not different but different in cooperative members with different status, Members with different genders,

ages, statuses, years of service, and average monthly income made the decision to use the cooperative's general loan service overall not different, Members with different genders make decision to use the cooperative's special loan service overall not different but differs in members whose age, status, tenure, average monthly income are different. In addition, psychological factors and the marketing mix (7P's) affecting the decision to use loan services for emergency loans, general loans, and special loans of members of the co-operative government officer co-op LTD.

Keyword: Decision to use credit service

บทนำ

สหกรณ์ คือ องค์กรฯ หนึ่งที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันด้วยความสมัครใจ เพื่อดำเนินงานทั้งในด้านความคิด ระบบบริหารจัดการผลผลิต และบุคคลโดยใช้หลักประชาธิปไตยเพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นองค์กรทางเศรษฐกิจที่สมาชิกเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยประกอบธุรกรรมทางการเงินและมีบทบาทในการส่งเสริมการเข้าถึงทางการเงินของประชาชน ที่ผ่านมาพบว่าสหกรณ์ออมทรัพย์มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยสหกรณ์ออมทรัพย์แม้จะมีจำนวนเพียง 1,396 แห่ง แต่มีมูลค่าสินทรัพย์อยู่ที่ 1,407,480.81 ล้านบาท และสูงสุดเมื่อเทียบกับสหกรณ์ประเภทอื่น โดยการขยายตัวของสินทรัพย์สหกรณ์ส่วนใหญ่มาจากการขยายตัวของเงินให้สินเชื่อ

สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด เป็นสหกรณ์ประเภทออมทรัพย์ ปัจจุบันมีสมาชิก 7,931 คน ประกอบด้วย ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ ข้าราชการบำนาญ ลูกจ้างบำนาญจรายเดือน พนักงานราชการ ทิศทางการดำเนินงานจึงมุ่งเน้นการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิกและรักษาสมดุลการบริหารงานด้านการถือหุ้น การฝากเงิน และการให้เงินกู้ ทั้งนี้การให้เงินกู้ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจของสหกรณ์เพื่อช่วยเหลือสมาชิกที่มีปัญหาทางการเงิน หากไม่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก จะส่งผลให้สมาชิกหันไปพึ่งพาและใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นแทน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาแนวทางในการดำเนินการ เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกผู้ใช้บริการ

ดังนั้น ผู้ทำการค้นคว้าอิสระจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยมีแนวคิดในการค้นคว้าอิสระ คือ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลที่ได้มากำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาปรับปรุงการให้บริการสินเชื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษามาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไข ปรับปรุง พัฒนาการให้บริการ และพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อมั่นในคุณค่าของการให้บริการสินเชื่อ ซึ่งจะเป็นประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ สถานะ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
5. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
6. เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

ขอบเขตการค้นคว้าอิสระ

ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาการค้นคว้าอิสระการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด มีจำนวน 7,931 คน โดยผู้ค้นคว้าอิสระได้เลือกใช้สูตรการคำนวณของ Yamane สุ่มตัวอย่างยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% และกลุ่มตัวอย่างจะมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีทั้งสิ้น 381 ตัวอย่าง เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ค้นคว้าจึงขอกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากกว่าค่าที่คำนวณได้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อายุราชการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิก ทศนคติส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการในการทำงาน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ประกอบด้วย เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
2. ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

4. เป็นแนวทางในการสร้างฐานการตลาดให้กับธุรกิจสินเชื่อ และเป็นข้อมูลในการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งในการให้บริการสินเชื่อ รวมทั้ง เพื่อช่วยให้ทราบข้อเท็จจริงต่างๆ ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไข ปรับปรุง และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้ค้นคว้าอิสระได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจดังนี้
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 46) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริหารมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญที่อยู่ภายใต้จิตใจของผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา

สิริภพ ชมเย็น (2560) กล่าวไว้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยการศึกษาเกี่ยวกับจิตใจ กระบวนการของจิตใจ กระบวนการความคิด และพฤติกรรมของมนุษย์ที่ศึกษา เช่น การรับรู้ อารมณ์ บุคลิกภาพ พฤติกรรม รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงการประยุกต์ใช้ความรู้กับกิจกรรมใน ด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในครอบครัว รวมไปถึงการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ ฟิลลิป (2546) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (7P's) ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินเชื่อ

ดารณี พุทธิวิบูลย์ (2543, หน้า 2) สินเชื่อ หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย ในการที่จะให้สินค้าหรือบริการหรือเงินจำนวนหนึ่งไปใช้ก่อน โดยมีสัญญากำหนดเงื่อนไขและเงื่อนไขการชำระคืนในอนาคต บุคคล 2 ฝ่าย ที่กล่าวถึงนั้นอาจมีการติดต่อกันเป็นรายบุคคล กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคล หรือระหว่างกันก็ได้ และสิ่งที่ฝ่ายผู้ให้สินเชื่อจะต้องรับภาระต่อมา คือความเสี่ยงด้านสินเชื่อ นอกจากนี้จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเชื่อถือแล้วยังต้องอาศัยหลักประกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกวรินทร์ วุฒิมานพม และชัยพฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านพบว่า

ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

อติทยา อวยพร และภิเชก ชัยนิรันดร์ (2565) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ ของประชาชนในจังหวัดศรีสะเกษ จากผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อพีโกไฟแนนซ์ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านพนักงานให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

จุฑามาต อูปลั้มภ, ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ (2564) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีระดับการส่งผลมากที่สุด รองลงไปได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

นันทพร ห้วยแก้ว (2563) ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการให้สินเชื่อ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ละออง มังตระการ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินด้านสินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ไทยของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สุรัสดา มีด้วง (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ แรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ ตามลำดับ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร สมทอง (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านการเรียนรู้ และด้านแรงจูงใจ ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อที่อยู่อาศัยเรียงจากมากไปน้อยได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการด้านราคาและด้านการส่งเสริม การตลาด ตามลำดับ

วิรัชฐิตา แจ้งเปล่า (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด อันดับแรก ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความเชื่อมั่นและด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด อันดับแรก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

วิธีดำเนินการค้นคว้าอิสระ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) สอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรในการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด จำนวน 7,931 คน โดยผู้ค้นคว้าอิสระได้เลือกใช้สูตรการคำนวณของ Yamane สุ่มตัวอย่างยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% และกลุ่มตัวอย่างจะมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้มีทั้งสิ้น 381 ตัวอย่าง เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ค้นคว้าจึงขอกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ได้แก่ แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุสถานะ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ได้แก่ แรงจูงใจ การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิก ทัศนคติ จำนวน 16 ข้อ
- ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลกระบวนการในการทำงาน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 30 ข้อ
- ส่วนที่ 4 กระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ จำนวน 7 ข้อ
- ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิด เป็นคำถามที่แสดงความความคิดเห็น จำนวน 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อายุราชการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีลักษณะการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

ส่วนที่ 2 สถิติอนุมานหรือสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 สมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีเพศต่างกัน จะทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อฯ ต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test

2.2 สมาชิกผู้ใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่มีอายุ สถานภาพ อายุราชการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อฯ ต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 ปัจจัยด้านจิตวิทยา และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอย (Multiple Linear Regression)

ผลการค้นคว้าอิสระ

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

สมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52 มีอายุระหว่าง 20-35 ปี ร้อยละ 42.8 มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 56.3 มีอายุราชการระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 31.5 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 32.8

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สามารถสรุปการค้นคว้าอิสระ ได้ดังนี้

2.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก อันดับแรก ด้านการเรียนรู้ รองลงมา ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ ด้านการรับรู้ ด้านบุคลิก ตามลำดับ

2.2 แรงจูงใจ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีความจำเป็นเดือดร้อนเร่งด่วนรองลงมา ประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย ซื่อที่คืน/ที่อยู่อาศัย/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย โดยมีส่วนประกอบอาชีพ ตามลำดับ

2.3 การเรียนรู้ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คำนึงว่าสถาบันการเงินอื่น รองลงมา มีความน่าเชื่อถือกว่าสถาบันการเงินอื่น และมีความเสี่ยงน้อยกว่าสถาบันการเงินอื่น ตามลำดับ

2.4 การรับรู้ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ รองลงมา ท่านใช้ประสบการณ์จากการใช้บริการอื่นก่อนหน้านี้ในการช่วยตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ และท่านมีความเชื่อมั่นในบริการสินเชื่อเนื่องจากชื่อเสียงที่บอกต่อๆ กันมา ตามลำดับ

2.5 บุคลิก ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านชอบให้มีเงินก้อนติดตัวไว้เพื่อฉุกเฉิน/สบายใจ รองลงมา ท่านเป็นคนที่ชอบใช้แหล่งเงินทุนจากภายนอกมากกว่าแหล่งเงินทุนภายในและท่านมีรสนิยมใช้จ่ายเงินฟุ่มเฟือย ดิดหุร ตามลำดับ

2.6 ทศนคติ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ เพราะต้องการสนับสนุนธุรกิจของสหกรณ์ รองลงมา ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเพราะพึงพอใจ ในผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์ และท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเพราะชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สามารถสรุปการค้นคว้าอิสระ ได้ดังนี้

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก อันดับแรก ผลิตภัณฑ์ รองลงมา ราคา บุคคล กระบวนการในการทำงาน ช่องทางการจัดจำหน่าย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

3.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้รับเงินเฉลี่ยคืน รองลงมา สมาชิกสามารถกู้เงินได้มากกว่าหนึ่งสัญญา ภายใต้วงเงินกู้ทุกประเภทรวมกัน กู้ไม่เกินมูลค่าหุ้นที่ตนมีอยู่ในสหกรณ์ไม่ต้องมีคนค้ำประกัน วงเงินกู้สูงสุดที่สหกรณ์ให้ได้ มีบริการหักเงิน ณ ที่จ่าย มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่หลากหลายและครบวงจร และเอกสารแบบฟอร์มคำขอกู้ เข้าใจง่ายชัดเจน ไม่ซับซ้อน ตามลำดับ

3.3 ด้านราคา ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ดอกเบี้ยต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ รองลงมา ดอกเบี้ยคิดจากต้นเงินแห่งนี้คงเหลือแต่ละงวด และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการยื่นเอกสารขอรับบริการด้านสินเชื่อ (คำขอกู้ทุกประเภท) ตามลำดับ

3.4 ด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก สามารถเลือกยื่นเอกสารขอกู้ผ่านไปรษณีย์หรือยื่นด้วยตัวเองที่สหกรณ์ก็ได้ รองลงมา สามารถรับบริการด้านสินเชื่อได้ทุกที่โดยสหกรณ์จะโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากทันที ตำแหน่งที่ตั้งของสหกรณ์สะดวกต่อการใช้บริการ/มีรถขนส่งสาธารณะผ่าน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ

3.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร แผ่นพับ Website Line Facebook และ SMS ส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ รองลงมา ประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักงานสหกรณ์ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีพนักงานคอยตอบคำถามให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับบริการสินเชื่อ ตามลำดับ

3.6 ด้านบุคคล ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก พนักงานเจ้าหน้าที่ มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่ให้บริการเป็นอย่างดี รองลงมา พนักงาน เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มเอาใจใส่

สมาชิกผู้ให้บริการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ให้บริการสมาชิกอย่างเท่าเทียมและเที่ยงธรรม ตามลำดับ

3.7 กระบวนการในการทำงาน ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมา มีการดำเนินงานธุรกิจสินเชื่อเป็นไปตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายสหกรณ์ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน มีระบบการควบคุมภายในที่ดี เกี่ยวกับสินเชื่อ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการสินเชื่อ ตามลำดับ

3.8 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีการรักษาความสะอาด และความมีระเบียบในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน เอกสาร คำขอกู้ และป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ รองลงมา มีการจัดแบ่งแต่ละแผนกเป็นสัดส่วนสะดวกและเข้าถึงง่าย ระบบรักษาความปลอดภัย เช่น รั้ว, ประตู, กล้องวงจรปิด มีพนักงานต้อนรับอำนวยความสะดวกเบื้องต้น ตามลำดับ

4 ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สามารถสรุปการค้นคว้าอิสระ ได้ดังนี้

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก อันดับแรก เงินกู้สามัญ รองลงมา เงินกู้เพื่อ เหตุฉุกเฉินและเงินกู้พิเศษ ตามลำดับ

4.2 เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ภาพรวมความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก อันดับแรก อนุมัติไว รองลงมา ไม่ต้องมีคนค้ำประกัน สามารถรับเงินสดได้เลย (ไม่ต้องรอโอนเข้าบัญชี) ตามลำดับ

4.3 เงินกู้สามัญ ภาพรวมความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีบริการเงินกู้สามัญหลากหลายชนิดตามวัตถุประสงค์การกู้ยืม เช่น เงินกู้สามัญทั่วไป เงินกู้สามัญเพื่อ การศึกษา เงินกู้สามัญเพื่อชำระ ค่าเบี้ยประกัน เป็นต้น ซึ่งมีวงเงินกู้และดอกเบี้ยต่างกัน รองลงมา กู้ไม่เกิน มูลค่าหุ้น ไม่ต้องมีคนค้ำประกัน

4.4 เงินกู้พิเศษ ภาพรวมความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก วงเงินกู้ สูงกว่าเงินกู้ประเภทอื่น รองลงมา ใช้อสังหาริมทรัพย์ค้ำประกัน

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 สมาชิกสหกรณ์ที่มีเพศ ระดับอายุ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้ การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉินของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยรวมไม่ต่างกัน แต่ต่างกันในสมาชิกสหกรณ์ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน

5.2 สมาชิกสหกรณ์ที่มีเพศ ระดับอายุ สถานภาพ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้สามัญของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยรวม ไม่ต่างกัน

5.3 สมาชิกสหกรณ์ที่มีเพศแตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้พิเศษ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด โดยรวมไม่ต่างกัน แต่ต่างกันในสมาชิกสหกรณ์ที่มีระดับอายุ สถานภาพ อายุราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

5.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

5.5 ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

5.6 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ เงินกู้พิเศษ ของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

อภิปรายผล

ผลการค้นคว้าอิสระการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

1.1 แรงจูงใจ ภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีความจำเป็นเดือดร้อนเร่งด่วน รongลงมา เพื่อประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย ชื่อที่ดิน/ที่อยู่อาศัย/ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย และลงทุนประกอบอาชีพ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสดา มีดวง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของธนาคาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร์ สมทอง (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านแรงจูงใจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การบริการของธนาคาร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของท่าน

2.2 การเรียนรู้ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คุ่มค่ากว่าสถาบันการเงินอื่น รongลงมา มีความน่าเชื่อถือกว่าสถาบันการเงินอื่น และมีความเสี่ยงน้อยกว่าสถาบันการเงินอื่น มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร์ สมทอง (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร

2.3 การรับรู้ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อก่อนตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ รongลงมา ท่านใช้ประสบการณ์จากการใช้บริการอื่นก่อนหน้านั้นในการช่วยตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ และท่านมีความเชื่อมั่นในบริการสินเชื่อเนื่องจากชื่อเสียงที่บอกต่อๆ กันมา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสดา มีดวง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่

ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาด้านการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หาข้อมูลด้านการบริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากแหล่งข้อมูลต่างๆก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2.4 บุคลิกภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านชอบให้มีเงินก้อนติดตัวไว้เพื่อฉุกเฉิน/สบายใจ รองลงมา ท่านเป็นคนที่ชอบใช้แหล่งเงินทุนจากภายนอกมากกว่าแหล่งเงินทุนภายในและท่านมีรสนิยมใช้จ่ายเงินฟุ่มเฟือย ดิดหู ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอัลลิส แจมเจริญ (2530, หน้า 163) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพ หมายถึงลักษณะส่วนรวมของบุคคลทั้งหมด ที่แสดงออกมาปรากฏ ใ้คนอื่นรับรู้ได้เห็น ซึ่งแตกต่างกันเพราะภาวะสิ่งแวดล้อมที่สร้างตัวบุคคลนั้นแตกต่างกันประการหนึ่ง และพันธุกรรม ที่แต่ละบุคคล ได้มาก็แตกต่างกัน ไปอีกประการหนึ่ง ดังนั้นผู้ที่มีบุคลิกต่างกันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างกัน

2.5 ทศนคติ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เพราะต้องการสนับสนุนธุรกิจของสหกรณ์รองลงมา ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเพราะพึงพอใจ ในผลิตภัณฑ์ และบริการของสหกรณ์ และท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อเพราะชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของสหกรณ์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร์ สมทอง (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของปัจจัยการสร้างแรงจูงใจทางด้านจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอยู่มากที่สุด คือ ด้านการเรียนรู้ รองลงมาคือด้านทัศนคติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านเลือกใช้ บริการเพราะพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และบริการของธนาคาร

2. ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้รับเงินเฉลี่ยคืน รองลงมา สมาชิกสามารถกู้เงินได้มากกว่าหนึ่งสัญญา ภายใต้วงเงินกู้ทุกประเภทรวมกัน กู้ไม่เกินมูลค่าหุ้นที่ตนมีอยู่ในสหกรณ์ไม่ต้องมีค้ำประกัน วงเงินกู้สูงสุดที่สหกรณ์ให้ได้ มีบริการหักเงิน ณ ที่จ่าย มีผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่หลากหลายและครบวงจร และเอกสารแบบฟอร์มคำขอกู้ เข้าใจง่ายชัดเจน ไม่ซับซ้อน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกวรินทร์ วุฒิमानพม และ ชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาล (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของละออง มังตระการ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการทางการเงินด้านสินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ไทยของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์

2.2 ด้านราคา ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ดอกเบี้ยต่ำกว่า ธนาคารพาณิชย์ รองลงมา ดอกเบี้ยคิดจากต้นทุนแห่งนี้คงเหลือแต่ละงวด และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการยื่นเอกสารขอรับบริการด้านสินเชื่อ (คำขอกู้ทุกประเภท) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัสดา มีด้วง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สำนักราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ ประเภทอัตราดอกเบี้ย และระดับอัตราดอกเบี้ย

2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก สามารถเลือกยื่นเอกสารขอกู้ผ่านไปรษณีย์หรือยื่นด้วยตัวเองที่สหกรณ์ก็ได้ รองลงมา สามารถรับบริการด้านสินเชื่อได้ทุกที่โดยสหกรณ์จะโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากทันที ตำแหน่งที่ตั้งของสหกรณ์สะดวกต่อการใช้บริการ/มีรถขนส่งสาธารณะผ่าน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัชฐิตา แจ็งเปล่า (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ที่ตั้งของสหกรณ์มีที่จอดรถเพียงพอและมีความปลอดภัย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร แผ่นพับ Website Line Facebook และ SMS ส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ รองลงมา ประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักงานสหกรณ์ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีพนักงานคอยตอบคำถามให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับบริการสินเชื่อ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัชฐิตา แจ็งเปล่า (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วารสาร แผ่นพับ Website และ SMS ส่งข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์

2.5 ด้านบุคคล ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก พนักงาน เจ้าหน้าที่ มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่ให้บริการเป็นอย่างดี รองลงมา พนักงาน เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มเอาใจใส่สมาชิก ผู้ใช้บริการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ พนักงานเจ้าหน้าที่ให้บริการสมาชิกอย่างเท่าเทียมและเที่ยงธรรม ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร์ สมทอง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ พนักงานธนาคาร มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำในการให้บริการ

2.6 กระบวนการในการทำงาน ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีระบบการทำงานที่เป็นขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน รองลงมา มีการดำเนินงานธุรกิจสินเชื่อเป็นไปตามระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายสหกรณ์ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการทำงาน มีระบบการควบคุมภายในที่ดี เกี่ยวกับสินเชื่อ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการสินเชื่อ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทพร ห้วยแก้ว (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของบริษัท เมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ด้านที่มีค่ามากที่สุด คือ กระบวนการให้สินเชื่อและด้านบุคลากร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ อุปลัมภ์, ธีรวัตร์ ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ (2564) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการ

2.7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวมความคิดเห็นต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรก มีการรักษาความสะอาด และความมีระเบียบในสำนักงาน เช่น การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน เอกสาร คำขอกู้ และป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ รองลงมา มีการจัดแบ่งแต่ละแผนกเป็นสัดส่วนสะดวกและเข้าถึงง่าย ระบบรักษาความปลอดภัย เช่น รกป. กล้องวงจรปิด มีพนักงานต้อนรับอำนวยความสะดวกเบื้องต้น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอทิทยา อวยพร และภิเชก ชัยนิรันดร์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อฟิโกไฟแนนซ์ ของประชาชนในจังหวัดศรีสะเกษ โดยผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยบรรยากาศและสภาพแวดล้อมนำใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ดังนั้น ปัจจัยด้านจิตวิทยาของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ควรมีการปรับให้เข้ากับความต้องการภายในของสมาชิก โดยสมาชิกที่ต้องการลงทุนประกอบอาชีพ สหกรณ์ควรเพิ่มประเภทสินเชื่อเพื่อการลงทุนประกอบอาชีพโดยเฉพาะให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกและสหกรณ์ฯ ควรสร้างความเชื่อมั่นแก่สมาชิก โดยให้ความสำคัญกับนโยบายการควบคุมภายในให้มากยิ่งขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในเรื่องการทุจริตและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สหกรณ์

2. สหกรณ์ควรให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เอกสารแบบฟอร์มคำขอกู้ควรจัดทำรูปแบบที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ด้านราคาอาจมีการลดค่าใช้จ่ายในการยื่นเอกสารขอรับ

บริการสินเชื่อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรปรับปรุงสถานจอตลอดให้มีเพียงพอต่อการใช้งานของสมาชิก เพื่ออำนวยความสะดวกแก่สมาชิกที่ใช้บริการ

3. ควรมีการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาด้านบุคคล โดยจัดสัมมนา อบรมให้ความรู้ในเรื่องบริการ และสินเชื่อซึ่งเป็นธุรกิจของสหกรณ์ รวมทั้งอบรมในเรื่องจริยธรรมการให้บริการที่ดี ทั้งนี้ สหกรณ์ควรเพิ่มจำนวนบุคลากรเพื่อรองรับกับการใช้บริการที่มีมากขึ้นของสมาชิก

ข้อเสนอแนะในการค้นคว้าอิสระครั้งต่อไป

1. แนวทางในการพัฒนาการบุคลากรแผนกสินเชื่อของสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด
2. ควรขยายขอบเขตของงานค้นคว้าอิสระให้กว้างขึ้น โดยการเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกวรินทร์ วุฒิมานพ และชัยพลฤกษ์ แก้วพรหมมลาย. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- จุฑามาศ อุปลัมภ, อธิวัตร ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- ชยพล บุญกลิ่นขจร, และนรินทร์ สมทอง. (2562). ปัจจัยและการสร้างแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำหรับคนทำงานในแถบปริมณฑล, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นันทพร ห้วยแก้ว. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของบริษัทเมืองไทย แคปปิตอล จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- ละออง มังตระการ. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินด้านสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- วิรัชฐิตา แจ้งเปล่า. (2559). การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด, มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุรัสดา มีดวง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน สาขาราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อติทยา อวยพร และภิเชก ชัยนิรันดร์. (2565). พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อฟิโกไฟแนนซ์ ของประชาชนในจังหวัดศรีสะเกษ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น