

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อ
เพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้าน
และชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย**
**Factors Influence Decision of Service Users for Credit for
Countryside Development – Village and City Community Fund,
a Case Study of Government Savings Bank,
Nongkhai Branch**

กริช แรงสูงเนิน¹

อาภรพรพรรณ ลานอุ้น²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง 2) เพื่อศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการให้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองของธนาคารออมสินสาขาหนองคาย กลุ่มตัวอย่างเป็นกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตอำเภอเมืองหนองคาย จำนวน 311 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธี แอล เอส ดี (LSD : Least Significant Different)

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ตำบลหนองกอมเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 43000

² นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ตำบลหนองกอมเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 43000

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาหนองคาย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศ ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง, ธนาคารออมสิน

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the committee's personal characteristic of the Village and City Community Fund, 2) to study the marketing mix factors influence the decision to use the service credit for countryside development- Village and City Community Fund, 3) to compare factors influence the decision to use the service credit for countryside development- Village and City Community Fund based on personal characteristic, and 4) to recommend the service provision guideline of credit for countryside development- Village and City Community Fund for Government Saving Bank, Nongkhai Branch. The samples in this study were 311 persons who were the committees of Village and City Community Fund in Muang District, Nongkhai Province. The statistic methods used for data analysis in this study were percentage, mean, standard deviation (S.D.), t-test, one-way ANOVA, and least significant different (LSD).

From the study, it was found that the samples' opinions about factors influence decision to use the service credit for countryside development - Village and City Community Fund for case study of Government Saving Bank, Nongkhai Branch, were generally in the significant level. The factors were arranged from high to low significant level as following: personnel, product, service process, price, physical creation and presentation, place, and promotion. From comparison the factors influence the decision to use the service credit for countryside

development- Village and City Community Fund based on personal characteristic, it was found that gender of the samples had no difference for decision at statistically significant level 0.05. Age of the samples influenced the different decision at statistically significant level 0.05. Marital status, education level, career, and average monthly income, of the samples influenced the different decision at statistically significant level 0.01.

Keywords: Influence Decision, Village and City Community Fund, Government Savings Bank

บทนำ

จากนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านมีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านขึ้น เพื่อเป็นการสร้างเสริมแหล่งเงินทุนของชุมชนให้มีความเข้มแข็งในด้านเงินทุน โดยรัฐบาลได้ จัดสรรงบประมาณให้กับหมู่บ้านที่มีความพร้อมในการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน ซึ่งในระยะเริ่มแรก รัฐบาลได้สนับสนุนเงินทุนให้กับหมู่บ้าน หมู่บ้านละ 1,000,000.00 บาท (หนึ่งล้านบาทถ้วน) และให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการในการจัดการและการบริหารให้เป็นไปตามความต้องการของชุมชน ตลอดระยะเวลา 2-3 ปีของการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน มีหลาย ๆ หมู่บ้านที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน และสามารถพัฒนาเป็นแหล่งเงินทุนของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับหนึ่ง โดยในการเริ่มต้นการจัดตั้งและพัฒนาศักยภาพของกองทุนหมู่บ้านมีหน่วยงานหลาย ๆ แห่ง ได้ให้การสนับสนุนในการให้ความรู้ด้านต่างๆ และที่สำคัญมีหน่วยงานของรัฐหลายแห่งได้ให้การสนับสนุนด้านความรู้ต่างๆ ในการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารออมสินเป็น หน่วยงานหนึ่งซึ่งเป็นหลักในการให้การสนับสนุนในการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน จากการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านในช่วงที่ผ่านมาทำให้มองเห็นถึงปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านที่ยังมีอยู่ในหลายประการ ทั้งในการจัดการทางการเงิน การจัดทำบัญชีกองทุน การพัฒนา ความต่อเนื่องของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน รวมทั้งการวางแผนการจัดการทางการเงินที่มี ประสิทธิภาพ ตลอดจนความเข้าใจในเรื่องเงินทุนของหมู่บ้าน ที่สำคัญสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ในหลายประการ และที่เป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินกองทุนของหมู่บ้าน คือ ความต้องการ ด้านเงินทุนที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง (ชาญชัย ฝอยทอง, 2550)

ธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ กำเนิด ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2456 ตามพระราชบัญญัติของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งคลังออมสินในสังกัดกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ต่อมาปี พ.ศ. 2489 ได้ตราพระราชบัญญัติธนาคารออมสินขึ้นและเปลี่ยนแปลงเป็นธนาคารออมสิน ในวันที่ 1 เมษายน 2490 ในอดีตมีภารกิจหลักสำคัญในการเป็นธนาคารเพื่อการออม ในขณะที่ปัจจุบันธนาคารออมสินมีอายุครบ 97 ปี และมีบทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งคือการเข้า

มา มีบทบาทในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ เป็นสถาบันการเงินหลักในการช่วยเหลือประชาชนและประเทศชาติ สร้างความมั่นคงให้แก่ประชาชนทุกระดับนับว่าเป็นการเปลี่ยนบทบาทในการให้บริการสินเชื่อโดยตรงกับประชาชนและบุคคลรายย่อยทั่วไปซึ่งเป็นแนวทางที่ธนาคารมุ่งเน้นเพราะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ธนาคารออมสินได้เพิ่มการให้บริการสินเชื่อแก่ประชาชนทั่วไปในระดับต่างๆ ด้วยวิธีที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาให้บริการเพื่อเข้าสู่มาตรฐานสถาบันการเงินอื่น (ธนาคารออมสินรายงานประจำปี, 2553)

สำหรับเป้าหมายธุรกิจปี 2554 ธนาคารกำหนดให้เงินฝากและสินเชื่อเติบโตร้อยละ 8 ตามคาดการณ์ทิศทางการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทย ธนาคารได้มีเครื่องมือในการติดตาม มีกาวิเคราะห์และประเมินผลกระทบจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ พร้อมกำหนดแนวทาง ออกมาตรการรองรับหรือปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันกับเหตุการณ์ รวมทั้งเตรียมความพร้อมของบุคลากร เพื่อให้ผลการดำเนินงานของธนาคารบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ธนาคารออมสินรายงานประจำปี, 2553)

ธนาคารออมสินเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน ตามนโยบายของรัฐบาลมาตั้งแต่เริ่มโครงการเมื่อปี 2544 โดยรัฐบาลให้เงินสนับสนุนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับลงทุนสร้างอาชีพเสริมให้กับประชาชน หรือวิสาหกิจขนาดเล็กในครัวเรือน เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งเงินกองทุนที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารออมสินจึงมีการขยายการให้บริการสินเชื่อโดยใช้ชื่อสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมือง ในปี 2546 โดยวงเงินให้กู้จำนวน 1 ล้านบาท สำหรับกองทุนหมู่บ้านที่มีความเข้มแข็ง และมีการบริหารจัดการที่ดีและมีวินัยทางการเงิน ซึ่งก็ประสบความสำเร็จด้วยดี แต่ก็ยังมีบางหมู่บ้านซึ่งมีสมาชิกจำนวนมากที่ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารออมสินแล้วก็ยังไม่เพียงพอสำหรับสมาชิก ต่อมาในปี 2551 ธนาคารมีการเพิ่มวงเงินให้กู้เป็นหมู่บ้านละ 3 ล้านบาท ซึ่งธนาคารออมสินมีการเปิดให้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองทุกสาขาทั่วประเทศ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองกับธนาคารออมสินสาขาหนองคาย เพื่อใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองคายเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านให้ได้มากที่สุด ซึ่งธนาคารออมสินสาขาหนองคายมีจำนวนกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในความรับผิดชอบทั้งสิ้น 118 หมู่บ้าน แต่มีการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองกับธนาคารออมสินสาขาหนองคายเพียง 30 หมู่บ้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่ายังมีอีก 88 หมู่บ้าน ที่ยังไม่ได้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารออมสินสาขาหนองคาย โดยในการศึกษามีประเด็นปัญหาที่ศึกษาคือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองกับธนาคารออมสินสาขาหนองคาย

ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองคายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการให้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ของธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย

สมมุติฐานการวิจัย

1. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่มีเพศต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย แตกต่างกัน
2. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย แตกต่างกัน
3. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่มีสถานภาพครอบครัวต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย แตกต่างกัน
4. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่มีระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย แตกต่างกัน

5. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่อาชีพต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย แตกต่างกัน

6. คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่รายได้ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาหนองคาย แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีในการวิจัยดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้มาจาก กรรมการกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมือง จังหวัดหนองคาย จำนวน 1,398 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จังหวัดหนองคาย ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1970) ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 ดังนั้นจากการคำนวณโดยใช้สูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 311 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย จำแนกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาหนองคาย
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดย ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปดำเนินการ สอบถามกลุ่มตัวอย่าง และขอรับคืนด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุน หมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับ การศึกษา อาชีพและรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ค่า ร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุน หมู่บ้านและชุมชนเมืองโดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายด้านและ รวมทุกด้านแล้วแปลผลตามเกณฑ์การวิเคราะห์ของ Best (1970)

3. ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้ บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จังหวัดหนองคาย จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ โดยใช้การทดสอบค่าที่ (t-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

4. ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จังหวัดหนองคาย จำแนกตามคุณลักษณะ ส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน โดย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจึงดำเนินการ ทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี แอล เอส ดี (LSD: Least Significant Different)

ผลการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย ครั้งนี้พบว่า

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล กรรมากรกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เป็นเพศหญิงมากที่สุด รองลงมาเป็น เพศชาย อายุ มากที่สุด มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 41-50 ปี อายุ ระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพครอบครัว มากที่สุด มีสถานภาพสมรส รองลงมา สถานภาพโสด สถานภาพ หม้าย ระดับการศึกษามากที่สุด มีการศึกษาระดับประถมศึกษา รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช.หรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี อาชีพมากที่สุด มีอาชีพ เกษตรกร รองลงมาคืออาชีพธุรกิจ

ส่วนตัว อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้ มากที่สุด มีรายได้ 5,001-10,000 บาท รองลงมา มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย โดยภาพรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองอยู่ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

3. การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษาธนาคารออมสินสาขาหนองคาย จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสินสาขาหนองคาย คุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ โดยใช้ t-test ส่วนคุณลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามอายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การทดสอบ F-test เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Different) สรุปได้ดังต่อไปนี้

3.1 เพศ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

3.2 อายุ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร มีความแตกต่างกันที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

3.3 สถานภาพครอบครัว กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตาม สถานภาพครอบครัว โดยภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

3.4 ระดับการศึกษา กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

3.5 อาชีพ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตาม อาชีพ โดยภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

3.6 รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำแนกตาม รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน โดยภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย มีข้อที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1 . การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง มีประเด็นที่น่าสนใจที่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองให้ความสำคัญควรแก่การอภิปรายดังนี้

1.1 ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ความเป็นกันเอง ความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ ความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้า และให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งพนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการรวดเร็วสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้ เนื่องจากพนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพิชญ์ สมกองแก้ว (2552) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านบุคลากรมากที่สุด

1.2 ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่องานระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ และขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้จนถึงทำสัญญารวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีจำนวนพนักงานมากพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานุกาฬ คำวิเศษ (2552) ที่ว่า ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุดคือด้านกระบวนการให้บริการ เนื่องจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารของรัฐและเน้นให้เงินกู้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พนักงานมีความรู้ความชำนาญและสามารถให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี และธนาคารมีบริการให้คำปรึกษาและช่วยประชาสัมพันธ์

1. 3 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า วงเงินกู้ที่จะได้รับอนุมัติจากธนาคาร และระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด เอกสารที่ใช้ในการยื่นขอกู้ การมีชื่อเสียง และภาพพจน์ของธนาคาร ตรงกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โชคชัย รวบทวี (2552) ที่พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ใช้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในเขตจังหวัดสุรินทร์ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยธนาคารฯ มีนโยบายสนับสนุน ผู้ประกอบการ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และให้วงเงินสินเชื่อที่พอเพียง

จากส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ได้ให้ความสำคัญสูงสุด เนื่องจากต้องการความสะดวกรวดเร็วในการมาใช้บริการ ความรวดเร็วในขั้นตอนของสินเชื่อและวงเงินกู้ที่ได้รับเพียงพอกับความ ต้องการ ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางกำจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อด้วยเช่นกัน

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบทสำหรับ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาหนองคาย จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศ โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพศไม่เป็นข้อจำกัดในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร ส่วนด้านอายุ อาชีพ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งความแตกต่างของ อายุ อาชีพ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ทำให้เกิดความคิดเห็นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วน ประสมทางการแตกต่างกันไป ดังนั้น ธนาคารต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินเชื่อให้ตรงกับความต้องการ ของลูกค้าและเน้นการให้บริการของพนักงานให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและสภาพแวดล้อมของธนาคารทั้ง ภายนอกและภายในเพื่อความสะดวกสบายและรวดเร็วในการมาใช้บริการ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ชาญชัย ฝอยทอง (2550) ศึกษาเรื่องความต้องการของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านในการใช้บริการ สินเชื่อ ธนาคารออมสินสาขาเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย: กรณีศึกษาตำบลห้วยสัก พบว่า ด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ วัตถุประสงค์ในการขอกู้เงิน วงเงินที่ได้รับ อนุมัติสินเชื่อและการได้รับ อนุมัติวงเงินสินเชื่อ มีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตามส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ด้านที่มีความต้องการระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้าน บุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ใน ระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารออมสินควรมีการปรับปรุงเอกสารที่ใช้ในการยื่นกู้ให้สะดวก ในการกรอกข้อมูลและไม่ยุ่งยากซับซ้อน
- 1.2 ด้านราคา ควรยกเว้นค่าธรรมเนียมเพื่อเป็นการจูงใจให้มาใช้บริการมากขึ้น
- 1.3 ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ควรมีการจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอเพื่อความสะดวก ในการมาใช้บริการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลถึงความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารด้วย
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการให้บริการด้วยความรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้ บริการเกิดความประทับใจและเกิดการบอกต่อๆ กันไป ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์อีกวิธีการหนึ่งของ ธนาคาร
- 1.5 ด้านบุคลากร ธนาคารควรมีการจัดอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มเติมความรู้ ความชำนาญ และความสามารถอย่างสม่ำเสมอ มีความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของลูกค้าและเน้นการมีบุคลิกภาพและ การแต่งกายที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้มาใช้บริการ

1.6 ด้านปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ควรมีการรักษาความสะอาดของอาคารสถานที่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ และห้องน้ำ ที่เพียงพอสำหรับลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร

1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ ธนาคารออมสินควรเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และลดขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อจนถึงขั้นตอนการทำสัญญารวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน

2. ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาสภาพปัญหาในการบริหารจัดการงานกองทุนหมู่บ้านของคณะกรรมการ กองทุนฯ ในแต่ละหมู่บ้าน

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของสมาชิกกองทุนหมู่บ้านตำบลอื่นๆ เพื่อตรวจสอบดูว่ามีความต้องการแตกต่างกันเพียงใด

บรรณานุกรม

- กาญจนา เกียรติมนีรัตน์. (2548). *ปริทัศน์ศึกษาในคหกรรมศาสตร์*. รายงานการวิจัย, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กนกพิชญ์ สมกองแก้ว. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเคหะของลูกค้ายืมสินเชื่อธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนาคารออมสิน. (2553). *รายงานประจำปี 2553*. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
- ธีรฤติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2545). *การตลาดสำหรับบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2532). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- ประพาส ชนนชนะ. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยศูนย์ธุรกิจปราจีนบุรี*. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุภาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

อานูภาพ คำวิเศษ. (2552). การใช้บริการสินเชื่อบริษัทที่ท่องเที่ยวจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Best, J.W. (1970). *Research in Education*. New Jersey: Prentice-Hall.

Yamane, T. (1970). *Statistics An Introductory Analysis* (2nd ed.). Tokyo: John Weather Hill.