

ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ
สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

- 6 พ.ศ. 2548

บทคัดย่อ
ของ
นางสาวสมิตา วีระเวสน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
เมษายน 2548

สมิตา วีระเวสน์ (2548). ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด. สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ดร. พนิต กุลศิริ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก ประเภทสินเชื่อ และส่วนประกอบการตลาด กับ ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จำนวน 237 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีในสัดส่วนที่เท่าเทียมกัน มีการสะสมค่าหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท อายุการเป็นสมาชิก 1-2 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อประเภทสามัญ และให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประกอบการตลาดเป็นระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า

1. ปัจจัยทางด้านข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก ได้แก่ อายุ รายได้ จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก ประเภทสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. ส่วนประกอบการตลาดด้านราคา สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

SATISFACTORY TOWARD LOAN AND CREDIT SERVICES OF MEMBERS OF
CREDIT UNION COOPERATIVE OCEAN GROUP

AN ABSTRACT
BY
MISS. SAMITA VEERAVES

Presented in partial fulfillment of the requirements
For the Master of Business Administration degree in Marketing
At Srinakharinwirot University
April 2005

Samita Veeraves. (2005). *Satisfactory toward loan and credit services of members of credit union cooperative ocean group*: A case relationship of members in credit union cooperative ocean group Master's Project, M.B.A. (Marketing) Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Dr. Panid Kulsiri

This research has its purposes to study relationship between members' personal factors, namely, gender, age, income, educational level, amount of shares, duration of membership, type of lona; marketing mix factors; and members' satisfaction in using loan and credit services of the Credit Union Cooperative of Ocean Group.

The samples of the research are 237 members of the cooperative who have used loan and credit services of the Credit Union Cooperative of Ocean Group.

A questionnaire was used as an instrument for data collection. Statistical methods for data analysis and hypotheses testing include frequency, percentage, mean, standard deviation and Chi Square

Results of the study are as follows.

Respondents were comprised of male and female in equal proportion. Most respondents aged between 31 and 40 years old, had average income of 10,001 – 20,000 baht. There was an equal proportion of respondents who had a bachelor's degree and those with a lower than a bachelor's degree. Most respondents had accumulated shares less than 10,000 baht and had 1-2 years of membership. They were satisfied with the ordinary credit service and highly emphasized on marketing mix factors.

Results of the hypotheses testing at the 0.05 statistical significant level are as follows.

1. Members' personal factors, i.e. age, income, amount of shares, duration of membership, and type of credit had relationship with credit service of the Credit Union Cooperative of Ocean Group.
2. Marketing mix factors in terms of price and place had relationship with satisfaction toward credit service of the Credit Union Cooperative of Ocean Group

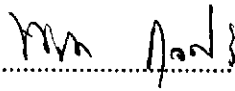
ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ
สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวสมิตา วีระเวสโน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
เมษายน 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน
กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ของ สมิตา วีระเวสน์ ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



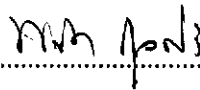
(ดร.พนิต กุลศิริ)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



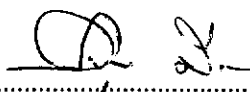
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ



ประธาน

(ดร.พนิต กุลศิริ)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

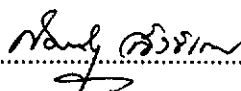
(อาจารย์ ปัญญา มีถาวรกุล)



กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ สุวรรณี ตรีวัฒนวงศ์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 11 เดือน พ.ศ.2548

ประกาศขอบคุณการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รวมทั้งอาจารย์ ปัญญา มีถาวรกุล และอาจารย์ณัฐยา ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษาด้านวิชาการ ตรวจสอบภาพเครื่องวิจัย ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะแก้ไขข้อบกพร่อง ซึ่งทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สหกรณ์ทุกท่านที่ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งเพื่อนๆ MBA รุ่นที่ 5 กลุ่ม 3 ทุกคน ที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือเพื่อให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดาและบูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอนข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

สมिता วีระเวสน์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
	ความสำคัญของการวิจัย	2
	ขอบเขตของการวิจัย	2
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	2
	ตัวแปรที่ศึกษา	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	3
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
	สมมติฐานในการวิจัย	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
	แนวคิดและทฤษฎีด้านบริการและคุณภาพบริการ	8
	แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด	16
	ความเป็นมาของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	22
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
3	วิธีดำเนินการวิจัย	28
	การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	28
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	28
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	30
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	32
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	83
ผลการศึกษาค้นคว้า	86
อภิปรายผล	92
ข้อเสนอแนะ	95
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	95
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก	
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	102
ภาคผนวก ข	
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	106
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	108

บัญชีตาราง

บทที่	หน้า
1 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha – Coefficient)	30
2 ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนกลุ่มไทยสมุทร จำกัด	36
3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	38
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่	39
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตลาดด้านการประชาสัมพันธ์	39
6 จำนวนและค่าร้อยละของสถาบันการเงินที่สมาชิกเคยใช้บริการสินเชื่อ	40
7 จำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	40
8 จำนวนและค่าร้อยละของวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ	41
9 จำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้	41
10 จำนวนและค่าร้อยละของการแนะนำเพื่อนสมาชิกมาให้มาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ฯ	42
11 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	42
12 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	43
13 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	43
14 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	44
15 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	45
16 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	45
17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	46
18 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	47

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	47
20	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อ กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	48
21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	49
22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	50
23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต ยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	50
24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	51
25	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสิน เชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	52
26	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	53
27	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	54
28	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	45
29	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	55
30	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	56
31	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้นกับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	57
32	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อ กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	58
33	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	59
34	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	60
35	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้ บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	61
36	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ	62

บัญชีตาราง(ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ.....	78
57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงิน สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	79
58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด.....	79
59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	80
60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้ ใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	81

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2	ภาพประกอบ 2 แบบจำลองการประเมินผลหลังการซื้อ	9
3	ภาพประกอบ 3 วงจรแห่งชัยชนะเพราะมีบริการดี	12
4	ภาพประกอบ 4 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Service)	15
5	ภาพประกอบ 5 รายละเอียดส่วนประสมการตลาด	18
6	ภาพประกอบ 6 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด	23

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

เป็นที่ทราบกันดีว่า บรรดาลูกจ้างประจำและผู้ใช้แรงงานนั้น มีรายได้เป็นเงินเดือน ซึ่งมีจำนวนจำกัด ในบางคราวมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินเกินกว่ารายได้ประจำของตน เพื่อสนองความต้องการอันจำเป็นหรือมีประโยชน์ เป็นต้นว่า การรักษาพยาบาล การจัดหาที่อยู่อาศัย การสมรส การศึกษา และอื่น ๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหันเข้าหาการกู้ยืมเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พนักงานชั้นผู้น้อยซึ่งไม่มีหลักประกันใด ๆ อย่างอื่น นอกเหนือไปจากตำแหน่งหน้าที่การงานและเงินเดือน เนื่องจากขาดหลักประกันอันมั่นคงนี้เอง จึงหาเงินกู้ได้ยาก ถึงแม้ว่าจะกู้ได้แต่ก็ต้องยอมรับเงื่อนไขในเรื่องอัตราดอกเบี้ยที่สูง เช่น ร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 20 ต่อเดือน ซึ่งเป็นภาระที่หนักจนเกินควร ส่วนใหญ่เมื่อเริ่มกู้ยืมเงินแล้วก็ยากที่จะหลุดพ้นหนี้ได้ และยิ่งไปกว่านั้นหนี้สินยังทับถมพอกพูนขึ้นเรื่อย ๆ ฐานะทางการเงินนั้นวันจะยิ่งทรุดโทรมลงไปทุกที มีเพียงช่องทางเดียวที่บุคคลเหล่านี้จะสามารถสร้างความมั่นคงในชีวิตให้แก่ตนเองและครอบครัวได้คือ “การออมทรัพย์” เพื่อจะได้มีเงินสำรองไว้สำหรับรายจ่ายอันจำเป็น ซึ่งสามารถทำได้ยากมาก แต่ถ้าปล่อยตามลำพังก็มักไม่สำเร็จ คือได้น้อยใช้หมด ได้มากก็ใช้มาก เป็นเงาตามตัว ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีสถาบันอันถาวร เพื่ออำนวยความสะดวกและควบคุมการออมอย่างใกล้ชิด สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ช่วยให้ผู้ออมเงินได้รับประโยชน์ตอบแทนในรูปของเงินออมตามสมควร ช่วยให้ผู้ตกอยู่ในภาวะคับขันและเดือนร้อนทางการเงินผ่านพ้นวิกฤตไปได้ตามโอกาส โดยปราศจากการถูกบีบคั้นของเอกชนและผู้ให้กู้ยืมเงิน ตลอดจนช่วยให้หลุดพ้นหนี้สินและมีฐานะทางการเงินที่ดีขึ้น สถาบันดังกล่าวนี้ก็คือ “สหกรณ์เครดิตยูเนียน”

สหกรณ์เป็นองค์กรธุรกิจที่มีความสำคัญ และมีบทบาทเป็นอย่างมากในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของบุคคลและประเทศได้ การนำเอาวิธีการของสหกรณ์มาใช้นั้นจะช่วยทำให้ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ประเทศชาติมีความก้าวหน้าเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจ และเป็นการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นด้วย

สหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นสหกรณ์ประเภทหนึ่ง จัดตั้งโดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน คือ อาศัยอยู่ในชุมชน หมู่บ้าน ตำบล โรงงาน บริษัท โรงเรียน หรือวิทยาลัยเดียวกัน และบุคคลเหล่านั้นมีความปรารถนาจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยใช้วิธีการนำเงินของตนเองมาสะสมไว้เป็นกองทุน ผู้ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ทุก ๆ คนจะต้องสะสมเงินตามความสามารถของตนเองเป็นประจำสม่ำเสมอ ซึ่งแต่ละสหกรณ์อาจกำหนดไว้ว่า สัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ทุกครึ่งเดือน หรือเดือนละครั้ง เมื่อเวลาผ่านไป 3 เดือนหรือ 6 เดือน กองทุนที่สมาชิกช่วยกันสะสมนี้จะมีเงินมากขึ้น สามารถช่วยให้สมาชิกที่มีความจำเป็นและเดือนร้อนทางการเงินกู้ยืมไปแก้ไขปัญหาค่าความเดือดร้อนเหล่านั้นได้

สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด เป็นสหกรณ์ที่ดำเนินงานโดยให้สมาชิกถือหุ้นและฝากเงินไว้กับสหกรณ์เครดิตยูเนียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการช่วยสมาชิกเก็บออมส่วนหนึ่งของรายได้ไว้ มีผลตอบแทนที่ยุติธรรม บริการเงินกู้แก่สมาชิก และเป็นประโยชน์แก่การเสริมสร้างชีวิต เศรษฐกิจให้ดีขึ้น ในการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้จดทะเบียนประเภทสามัญ โดยมีคณะกรรมการดำเนินงาน ผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ ดำเนินกิจการเพื่อบริการสมาชิกในรูปแบบต่าง ๆ ตามความประสงค์ของสมาชิก ซึ่งสามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของสมาชิกได้

ดังนั้น ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นสมาชิกและเป็นกรรมการสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จึงสนใจที่จะศึกษาถึง ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ซึ่งมีสมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งหมด ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2547 จำนวน 427 คน โดยจะศึกษาในด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นผลให้เกิดความถี่ของการใช้บริการด้านสินเชื่อ และการแนะนำบอกต่อเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางให้คณะกรรมการดำเนินงาน ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้พิจารณาแก้ไขปรับปรุงให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของสมาชิก เพื่อให้การดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระดับสูงสุดของสมาชิกต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของสมาชิกที่มีต่อการบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้เสนอต่อคณะกรรมการดำเนินงาน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา และปรับปรุงการบริหารงานในอนาคตให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ เป็นการสร้างประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งสร้างจุดแข็งให้กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจที่จะศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในธุรกิจสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาสมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งกลุ่มของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2547 มีจำนวน 427 คน โดยทำการเริ่มแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างวันที่ 1 ธันวาคม ถึง 31 ธันวาคม 2547 วันจันทร์ ถึงวันศุกร์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของสมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน มีจำนวนทั้งสิ้น 427 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (Yamane. 1973 : 125) อ้างในยุทธิ ไกยวรรณ. 2545 : 107 ใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{427}{1 + 427 (.05)^2} = 206$$

ได้กลุ่มตัวอย่าง 206 คนโดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลได้ เพื่อป้องกันความผิดพลาด 10 % ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 227 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 รายได้
- 1.1.4 ระดับการศึกษา
- 1.1.5 จำนวนหุ้น
- 1.1.6 อายุการเป็นสมาชิก

1.2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด

- 1.2.1 ด้านราคา
- 1.2.2 ด้านสถานที่
- 1.2.3 ด้านการประชาสัมพันธ์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. จำนวนเงินหุ้น หมายถึง เงินลงทุนในกิจการสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด โดยมีมูลค่าหุ้นละ 100 บาท

2. อายุการเป็นสมาชิก หมายถึง บุคคลที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ ได้ครบกำหนดในข้อบังคับสหกรณ์ฯ เป็นจำนวน 90 วัน

3. ประเภทสินเชื่อ หมายถึง ประเภทของสินเชื่อ แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ในกรณีที่สมาชิกมีเหตุฉุกเฉินหรือเหตุอันจำเป็นรีบด่วน มีความประสงค์ขอกู้เงินในวงเงินจำนวน 90% ของมูลค่าหุ้น หรือเงินฝากในขณะนั้นแต่ต้องไม่เกิน 20,000 บาท

3.2 เงินกู้สามัญ ในกรณีที่สมาชิกมีความประสงค์ขอกู้เงินสำหรับใช้จ่ายเพื่อการอันจำเป็นจำนวนเงินกู้ตั้งแต่ 20,000 บาท แต่ต้องไม่เกิน 500,000 บาท

3.3 เงินกู้พิเศษ ในกรณีที่สมาชิกมีความประสงค์ขอกู้เงินเกินกว่า 500,000 บาท แต่ไม่เกิน 10% ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์ ฯ ในขณะนั้น ต้องมีหลักทรัพย์ (อสังหาริมทรัพย์) ค้ำประกันโดยให้กู้ได้ 70% ของราคาตลาด หรือหุ้นของสหกรณ์ฯหรือเงินฝากของสหกรณ์ ฯ

4. ราคา หมายถึง เครื่องมือในส่วนประสมทางการตลาดที่สหกรณ์ฯ ใช้เพื่อดึงดูดสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งในงานวิจัยนี้ศึกษาในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

- 4.1 อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น
- 4.2 อัตราดอกเบี้ยคงที่ตลอดสัญญาเงินกู้
- 4.3 ไม่คิดดอกเบี้ยปรับเมื่อสมาชิกชำระล่าช้า
- 4.4 การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการจดจำนอง
- 4.5 การให้ส่วนลดเงินกู้ต่อหลักประกันเท่ากับ 70%

5. สถานที่ หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินกิจการสหกรณ์ฯ ซึ่งในงานวิจัยนี้ศึกษาในเรื่อง

- 5.1 ความสะดวกสบายในการติดต่อ
- 5.2 การเข้าติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก
- 5.3 ความโอโง่งภายในสหกรณ์ฯ
- 5.4 บรรยากาศภายในโดยรวม
- 5.5 ที่พักขณะรอรับบริการ
- 5.6 สถานที่จอดรถสำหรับสมาชิกมาติดต่อ
- 5.7 การตกแต่งบริเวณภายนอกอาคาร

6. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลทำให้สหกรณ์ฯ มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งทางสหกรณ์ฯ เลือกใช้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการให้บริการด้านสินเชื่อ โดยวิธีการ

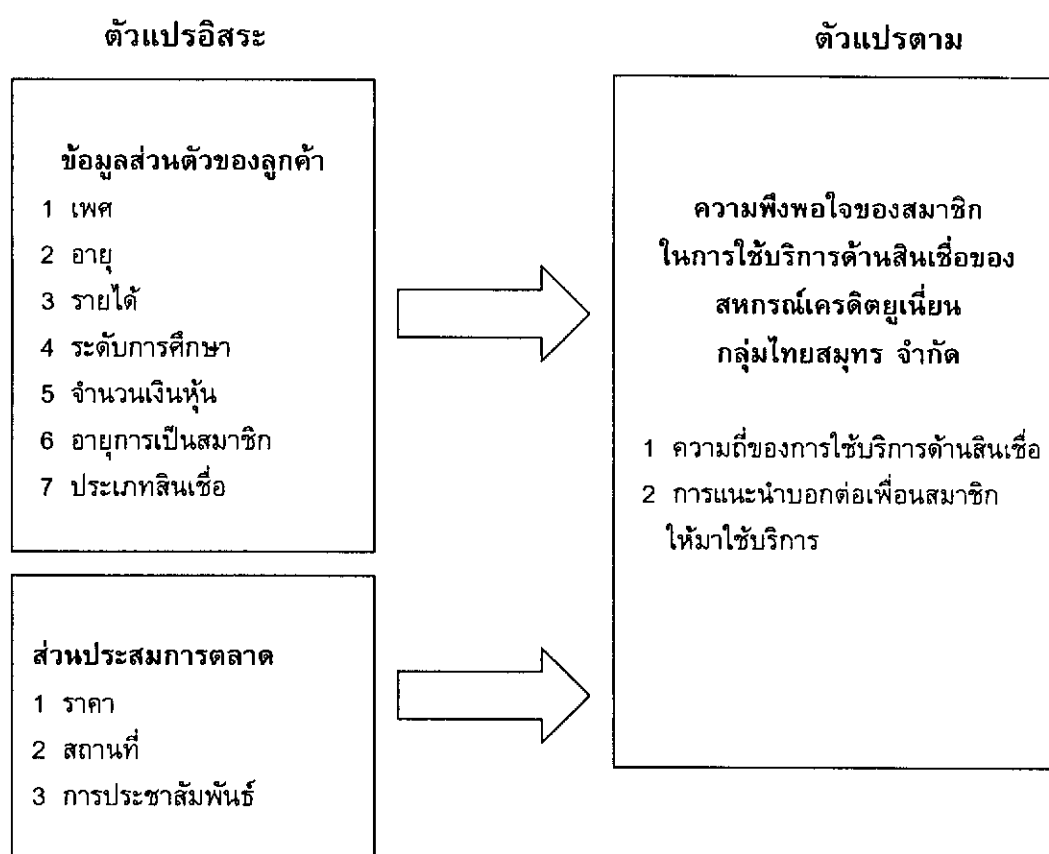
- 6.1 แจกแผ่นพับ ไปยังสมาชิกตามสาขาของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัดทั่วประเทศ
- 6.2 ลงข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์รายเดือนของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด
- 6.3 ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย
- 6.4 ประชาสัมพันธ์ผ่านการประชุมตัวแทนประกันชีวิต

7. ความพึงพอใจของสมาชิก หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อ ซึ่งแสดงออกทางพฤติกรรมในเรื่อง

- ความถี่ของการใช้บริการด้านสินเชื่อ
- การแนะนำบอกต่อเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ

8. สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด หมายถึง สหกรณ์เครดิตยูเนียนที่ให้บริการสมบูรณ์แบบทุกประเภท จัดตั้งในรูปสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือ หนึ่งคนต่อหนึ่งเสียง สมาชิกจะสะสมทรัพย์ร่วมกัน เพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเดือดร้อนกู้ยืมเงินไปใช้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการจัดสรรสู่สมาชิกในรูปดอกเบี้ยและเงินปันผล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
3. รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
5. จำนวนเงินหุ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
6. อายุการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
7. ประเภทสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
8. ราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
9. สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
10. การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านบริการ และคุณภาพบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. ความเป็นมาของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1973 : 478) ได้ให้ความหมายว่า เป็นสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความอิ่มเอมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจของตนได้รับการตอบสนอง

แชปลิน (Chaplin. 1986 : 437) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความรู้สึกของผู้รักการบริการต่อสถานบริการตามสถานการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นๆ

เกรียงศักดิ์ เที่ยวยาสัตว์ (2539 : 11) ได้ให้ความหมายว่า เป็นความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นความรู้สึกของผู้มารับบริการที่เกิดจากประสบการณ์ที่เข้ามาใช้บริการ ในสถานทีนั้นๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้มารับบริการ เมื่อเข้าได้รับการสนองตอบตามความต้องการ

เพียร์สัน (Pearson. 1993 : 14) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค คือการที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และเมื่อเกิดการซื้อหรือการใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น และบ่อยครั้งขึ้น โดยจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป

วาวรา (Vavra. 1992 : 141 - 142) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนมาก สิ่งสำคัญก็คือผู้ทำการตลาดต้องรู้จักเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท รวมทั้งกระบวนการที่ผู้บริโภคจะหาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้ หากต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพต้องการให้ผู้บริโภคนั้น เป็นผู้บริโภคประจำและต่อเนื่อง และผู้บริโภคมีความพึงพอใจจะมีการบอกต่อถึงความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้น ให้แก่เพื่อน ๆ แต่ถ้าผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจก็จะบอกต่อถึงความไม่พอใจนั้นออกไปเช่นกัน

จากข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจ เกิดความรู้สึกที่ดี ประทับใจ เป็นการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและแรงจูงใจ ซึ่งปรากฏออกมาจากพฤติกรรม เป็นผลทำให้บุคคลนั้น ๆ เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ ทั้งทางกาย ทางใจและสติปัญญา ส่วนความพึงพอใจถ้าผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำ และบอกต่อถึงความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้น

คุณค่า ความพึงพอใจและคุณภาพ

ปกติผู้บริโภคจะมีการจัดลำดับความต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตนเองพึงพอใจ โดยพิจารณาจากความจำเป็นและข้อจำกัดทางด้านการเงินของตน ดังนั้นจากคำถามที่ว่า หากในท้องตลาดมีผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ เสนอขายเยอะแยะแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกอย่างไร? คำตอบที่ได้คือ ผู้บริโภคจะทำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการบนพื้นฐานของการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ส่งมอบให้ (Phillip Kotler, 2545 : 7)

คุณค่าในสายตาผู้บริโภค (customer value) คือ ความแตกต่างระหว่างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจากการเป็นเจ้าของและการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไป เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น ลูกค้าของสหกรณ์จะต้องเข้าเป็นสมาชิกของสหกรณ์ โดยการลงทุนในหุ้นเป็นรายเดือน ถือสถานะเป็นเจ้าของกิจการ และสามารถกู้เงินได้ในอัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นที่มีการให้สินเชื่อจะกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามสภาวะตลาด และอยู่ในสถานะที่เป็นลูกหนี้ของสถาบันการเงินนั้น ๆ

ความพอใจลูกค้า (Customer satisfaction) ขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้ ผู้ซื้อจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงข้ามหากประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้อง หรือเกินกว่าที่ผู้ซื้อคาดหวัง ผู้ซื้อจะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ ดังนั้น กิจการที่ให้ความสำคัญกับการตลาดจึงเน้นแนวทางการดำเนินงานเพื่อที่จะให้ลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำและมีการบอกเล่าถึงประสบการณ์ที่ดีที่ตนเองได้รับจากผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นไปสู่ลูกค้าคาดหวังรายอื่น ๆ การที่กิจการจะกระทำในลักษณะนี้ได้ก็ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องกลมกลืนกันระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังกับการดำเนินงานของกิจการ อย่างไรก็ตามกิจการหลาย ๆ กิจการมีจุดหมายที่ต้องการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า(customer delight) โดยส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าในสิ่งที่เกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพบริการ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (ศิริวรรณ เสรวิรัตน์, 2539 : 45 ; อ้างอิงจาก สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา, ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) ว่าการบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ตามความหมายดังกล่าวทำให้แยกการบริการได้เป็น 4 ประเภท คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อผู้ซื้อพยายามหากฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ และประโยชน์จากการบริการที่เขาได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

- 1.1 สถานที่ ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการ เช่น สหกรณ์ต้องมีสถานที่ที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบา ๆ

1.2 บุคคล เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต้องแต่งกายให้เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นในตัวสหกรณ์ฯ

1.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องมีความทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

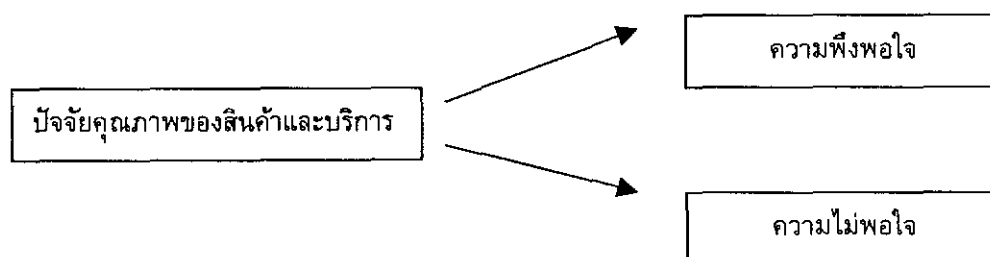
1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณา และเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 ราคา การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีลักษณะเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน ซึ่งต้องมีการกำหนดมาตรฐานด้านเวลา การให้บริการให้รวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการให้มากขึ้น หรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วย

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ และในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ดังนี้ ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ รวมทั้งการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูล เพื่อการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองการประเมินผลหลังการซื้อ

องค์ประกอบของงานบริการ ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและมีคุณภาพดี
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในงานบริการนั้นเป็นอย่างดีมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ
3. การสื่อสาร เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ การใช้ภาษาสัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี
4. ขั้นตอนในการดำเนินงานที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของผู้รับบริการ
5. สถานที่ให้บริการ ควรมีลักษณะที่เหมาะสมกับการให้บริการ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

มิลเลต (Millet, 1954 : 397) ได้เสนอแนวความคิดในการบริหารคุณภาพการให้บริการว่าควรมีส่วนประกอบดังนี้

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) การบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาคและเสมอหน้า ไม่ว่าผู้บริโภคนั้นจะเป็นใคร
2. การให้บริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) คือการให้บริการลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
4. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือความเพียงพอในด้านสถานที่ บุคคล วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ
5. การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การพัฒนางานบริการทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

พาราสุรามาน เบอรี่ และ เซียทามล์ (Parasuraman, Berry and Zeithaml, 1998 : 185) ได้ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคประเมินคุณภาพของบริการจากการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับความคาดหวังและได้แบ่งความคาดหวังจากการบริการเป็น 5 ลักษณะ คือ

1. ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและวางใจได้ (Reliability)
2. ลักษณะทางกายภาพในสถานที่ให้บริการ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ บุคลากร และการติดต่อสื่อสาร (Tangibles)
3. การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของผู้บริโภค ((Responsiveness)
4. ความชำนาญงานของผู้ให้บริการและการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค (Assurance)
5. การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้บริโภค (Empathy)

โดยที่ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและวางใจได้ เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับผลงานการบริหาร ส่วน 4 ลักษณะที่เหลือเกี่ยวข้องกับขั้นตอนการให้บริการ และพบว่าถึงแม้ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้องและวางใจได้ จะเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ผู้บริโภคได้รับบริการตามที่คาดหวัง แต่ลักษณะทางกายภาพในสถานที่ให้บริการ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ บุคลากร และการติดต่อสื่อสาร การตอบ

สนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของผู้บริโภคความชำนาญงานของผู้ให้บริการและการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคการให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ผู้บริโภคพอใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการได้รับบริการเหนือความคาดหวัง

ลองเอเนคเคอร์ (Longenecker. 1997 : 424) ได้เสนอวิธีการบริหารคุณภาพให้ธุรกิจบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคดังนี้

1. สร้างมาตรฐานในการให้บริการ และบริหารเพื่อให้บรรลุถึงมาตรฐานนั้น ๆ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (Being on Target)
2. มีความเข้าใจถึงความต้องการ ทศนคติ และความคิดของผู้บริโภคพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภค (Care and Concern)
3. ให้อำนาจบุคลากรที่ให้บริการ ให้สามารถคิดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นในระบบบริหาร (Spontaneity)
4. ฝึกให้พนักงานเป็นนักแก้ปัญหา ให้พนักงานแสดงความเอาใจใส่ในการรับฟังปัญหาของผู้บริโภค (Problem Solving)
5. ติดตามแก้ไขปัญหให้กับผู้บริโภคจนกระทั่งได้แก้ไขปัญหานั้นแล้ว (Follow Up)
6. การแก้ไขข้อขัดข้องอย่างรวดเร็ว สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค (Recovery)

พาราสุรามาน เบอริ และ เชียทามล์ (Parasuraman, Berry and Zeithaml. 1985 : 41 - 50) ได้กำหนดคุณลักษณะ 10 ประการ ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ อันได้แก่

1. การสัมผัสได้ (Tangibility) คือ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือในมาตรฐานการบริการและมีความถูกต้อง
3. การตอบสนอง (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว
4. ความสามารถ (Competence) บุคลากรมีทักษะ ความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงาน
5. ความสุภาพ (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพอ่อนน้อม มีอัธยาศัยดีและมีความเอาใจใส่แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
6. ความเชื่อถือในผู้ให้บริการ (Credibility) บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ และความจริงใจ
7. ความปลอดภัย (Security) ลูกค้ามีความปลอดภัย ปราศจากความเสี่ยงใดๆ ในการเข้ามาใช้บริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Accessibility) มีความง่ายในการเข้าถึง และติดต่อในการใช้บริการ
9. การสื่อสาร (Communication) สามารถติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย และรับฟังปัญหาจากลูกค้าเสมอ
10. ความเข้าใจในลูกค้า (Understanding the Customer) เป็นการพยายามทำความรู้จักกับลูกค้า และเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า

จากคุณลักษณะ 10 ประการ ของคุณภาพบริการ ได้มีการปรับปรุง ทดสอบภาคสนามเพิ่มเติม ทำให้ลดคุณลักษณะคุณภาพการบริการลงเหลือเพียง 5 ประการ เพื่อนำมาใช้ร่วมกับเครื่องมือในการวัดคุณภาพ หรือ SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1988 : 12 - 40) ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีความจำเป็นต่ออาชีพการบริการเพื่อเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กร ดังนั้นการบริการที่ดีคุณภาพจะเกิดขึ้นตัวบุคคลโดยอาศัยทักษะ เทคนิค กลยุทธ์ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกต่อไปซึ่งสามารถแบ่งระดับคุณภาพบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions) 5 ประการ ประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจควรให้บริการอย่างถูกต้อง เอาใจใส่ เป็นความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับการบริการที่ไม่มีความผิดพลาด โดยมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 ควรให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้
- 1.2 แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ
- 1.3 ควรให้บริการตรงต่อความต้องการ
- 1.4 ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้
- 1.5 พยายามให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

2. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความตั้งใจที่ช่วยลูกค้าและให้บริการได้ทันที เนื่องจากการปล่อยให้อุปการโดยไม่มีเหตุอันควร ทำให้เกิดความรู้สึกทางลบต่อคุณภาพบริการ ดังนั้น เมื่อเกิดข้อบกพร่องนี้ขึ้น ความสามารถที่จะแก้ไขได้โดยเร็วแบบมืออาชีพจะทำให้เกิดความรู้สึกรับรู้ในทางบวกให้แก่ลูกค้า สามารถปฏิบัติได้ดังนี้

- 2.1 ให้บริการได้อย่างรวดเร็ว
- 2.2 มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
- 2.3 มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ
- 2.4 ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนถึงเวลาที่ให้บริการ หรือการเข้าพบลูกค้า

3. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้และสุขภาพของพนักงานรวมทั้งความสามารถที่ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและมั่นใจ คุณภาพด้านนี้จะรวมถึงความเคารพลูกค้า และการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปฏิบัติได้ดังนี้

- 3.1 สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
- 3.2 ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้ เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
- 3.3 มีความสุภาพอ่อนน้อม
- 3.4 มีความรู้ในงานที่ให้บริการอยู่

4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เป็นความพยายามที่จะเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีการดูแลลูกค้าทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย ดังต่อไปนี้

- 4.1 ให้ความสนใจเป็นการส่วนตัว
- 4.2 ให้บริการอย่างเอาใจใส่
- 4.3 ถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
- 4.5 เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

5. การสัมผัสได้ (Tangibles) คือ ความสะดวกสบายทางด้านวัตถุ อุปกรณ์ บุคลากร และสิ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ เนื่องด้วยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความดูแลเอาใจใส่ในรายละเอียดที่ผู้ให้บริการเปิดเผยให้เห็น อาทิ

- 5.1 อุปกรณ์ที่ทันสมัย
- 5.2 ความล้ำหน้าทางเทคโนโลยี
- 5.3 ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ
- 5.4 บุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
- 5.5 ความสะดวกในการให้บริการ ทั้งองค์การ และผู้ให้บริการ

คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong. 1996 : 661-662) ได้ให้องค์ประกอบของการบริการ 4 ประการได้แก่

1. Intangibility เป็นการบริการที่ไม่สามารถเห็น ล้มรส รู้สึกรู้อย่างได้ ยิน และได้กลิ่นก่อนการซื้อ
2. Inseparability เป็นการบริการที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (Provider) ได้
3. Variability คุณภาพการบริการขึ้นกับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ เมื่อไหร่ ที่ไหน และ บริการอย่างไร เมื่อบริการถูกนำเสนอ
4. Perishability คุณลักษณะสำคัญของการบริการ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บไว้สำรองได้เมื่อขายหรือใช้บริการแล้ว

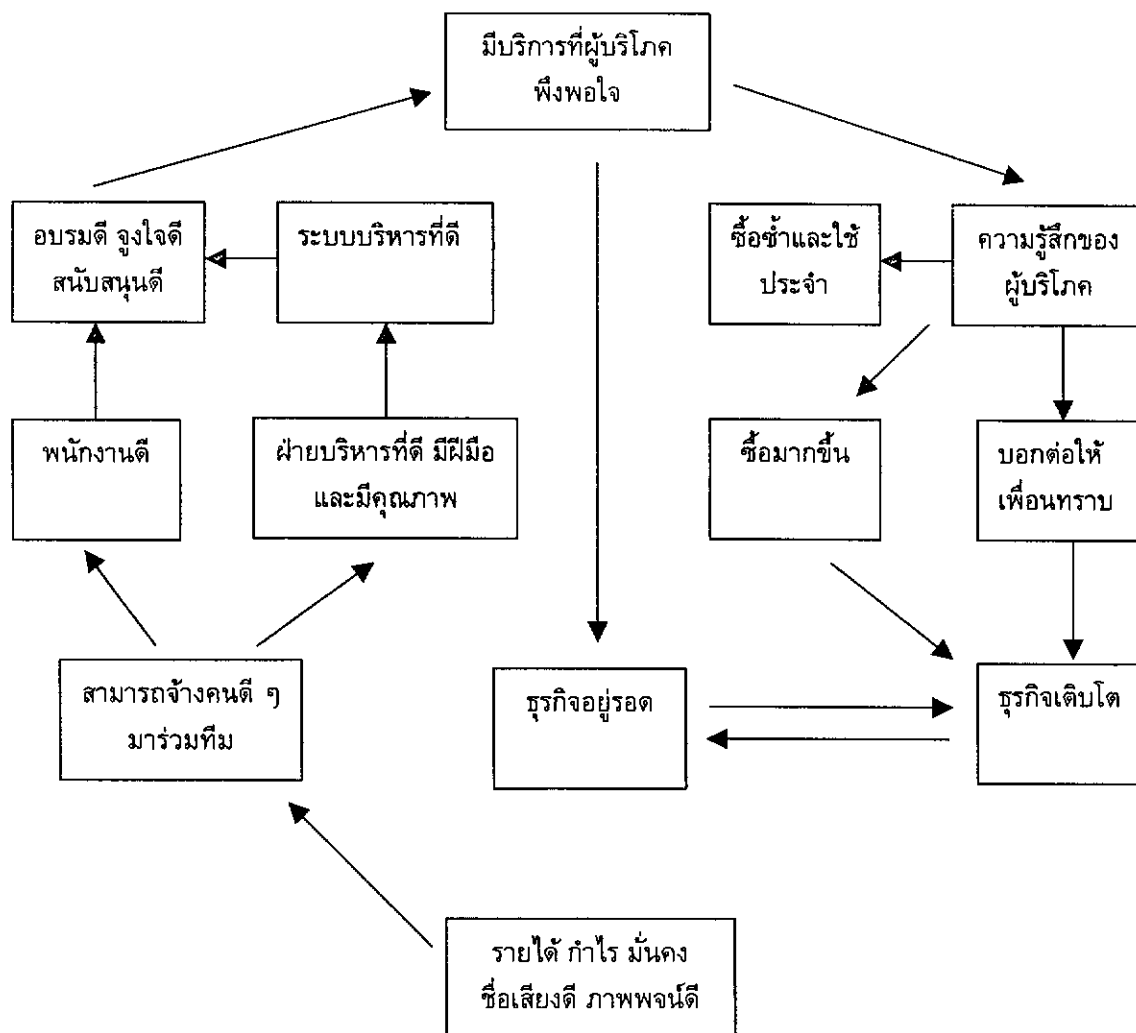
คอเวล (Cowell. 1994 : 666-667) ตามความหมายทางการตลาดได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปดังนี้

1. Intangibility บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้
2. Inseparability บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้
3. Heterogeneity บริการจะเหมาะสมขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย

กลยุทธ์ด้านการตลาดของการบริการ

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong. 1993 : 3) ได้ให้แนวความคิดด้านการตลาดไว้ว่า “การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมซึ่งกระทำขึ้นโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ” หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการทางด้านการบริหารและสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็น และความต้องการสร้างและแลกเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์และมูลค่า

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา โดยธงชัย สันติวงษ์ (2534 : 5) ได้ให้ความหมายของการตลาดไว้ดังนี้ “ การตลาดหมายถึงการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่มีผลทำให้มีการกำกับสินค้าและบริการไหลผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้สินค้าและบริการ ”



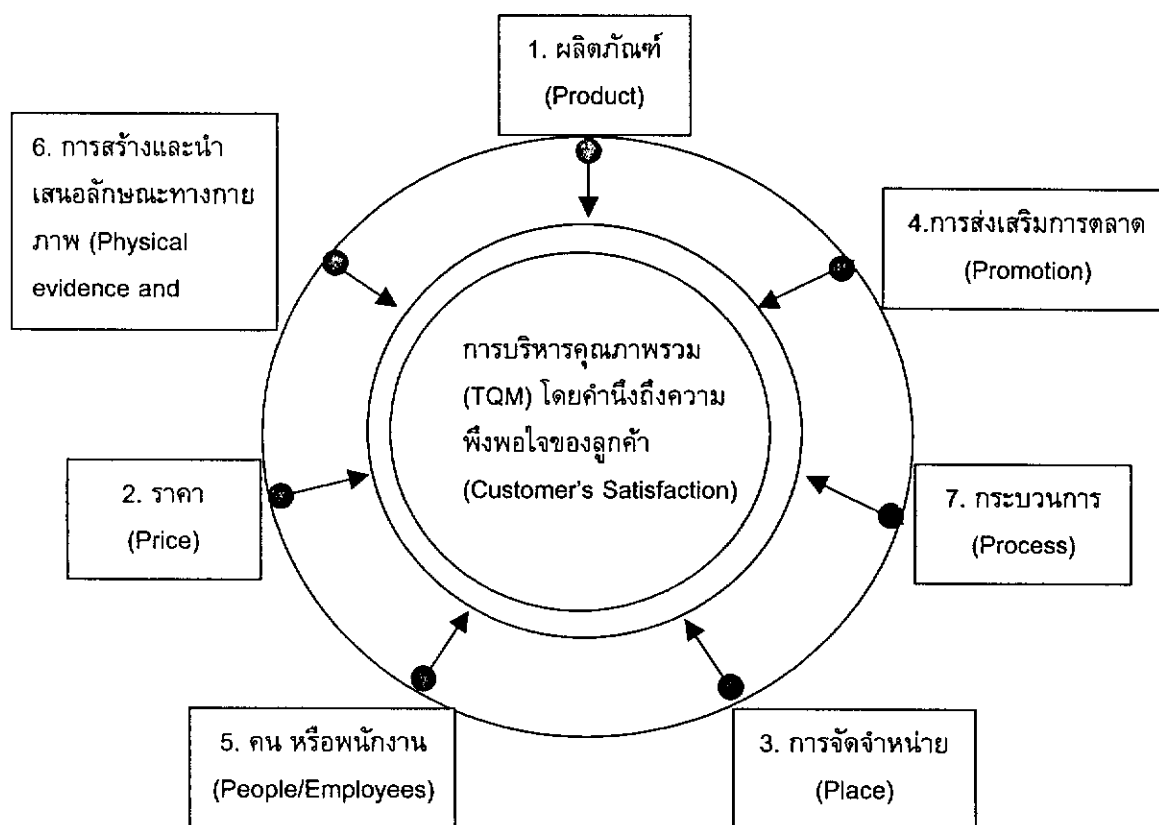
ภาพประกอบ 3 วงจรแห่งชัยชนะเพราะมีบริการดี

จากความหมายของการตลาดชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมการตลาด ซึ่งมีขั้นตอนของการบริหารการตลาด ประกอบด้วย การวางแผนและการบริหารแผนการตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน รวมทั้งสนองความต้องการของบุคคล และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539 : 1) กลยุทธ์ในการบริการจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาใช้ด้วย ซึ่งหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย หรืออาจหมายถึง ความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วนคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) โครงสร้างราคา (Price) ระบบการจัดจำหน่าย (Channel) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

(Promotion Activities) ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดขององค์กร จากความหมายนี้ได้แสดงลักษณะของส่วนประสมการตลาดคือ

1. เป็นปัจจัยทางการตลาด หรือเครื่องมือทางการตลาด ที่ธุรกิจควบคุมได้
2. ต้องใช้ร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกันทั้ง 4 เครื่องมือ
3. มีวัตถุประสงค์ของการใช้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายคือผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ
4. ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด



ภาพประกอบ 4 การใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Tools for Service)

3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ : 2539 : 69-70)

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)

1.2 พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. **ราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองเกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาว่า การยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกเครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication (IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมที่เสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวกับ (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative Strategy) และยุทธวิธีในการโฆษณา (Advertising tactics) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่าการส่งเสริมการขายที่มุ่งผู้บริโภค (Consumer promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

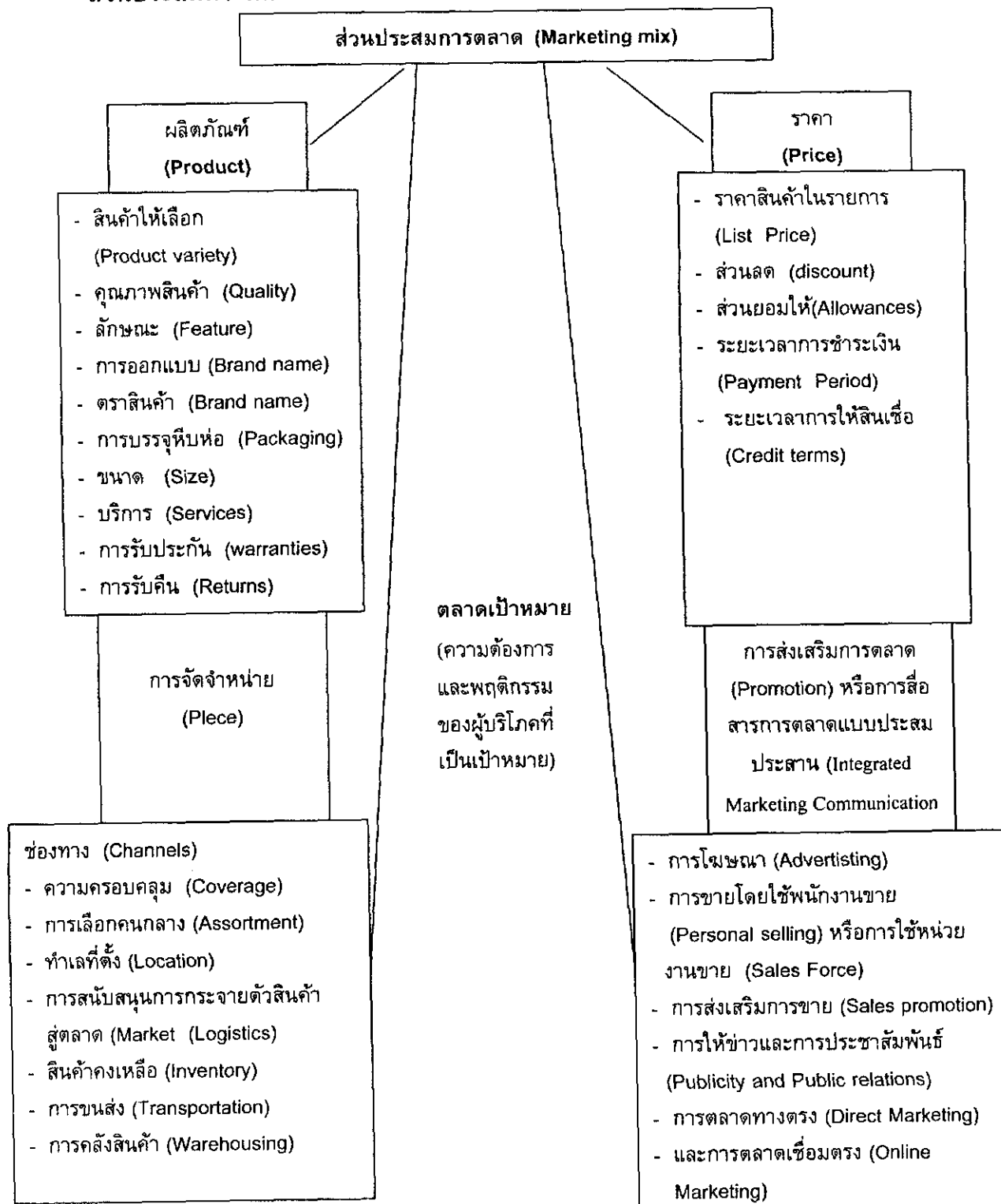
3.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ direct response marketing) และการตลาดเชื่อมโยงตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดให้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คุปองแลกซื้อ

4. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ(หรือ)กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิตคนกลาง และผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Market logistics) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญดังต่อไปนี้ 1) การขนส่ง (Transportation) 2) การเก็บรักษาสินค้า(Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) 4) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

ส่วนประสมการตลาด



ภาพประกอบ 5 รายละเอียดส่วนประสมการตลาด

4. ความเป็นมาของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

ความหมาย

ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย (2521 : 22) ให้ความหมายของสหกรณ์เครดิตยูเนียน หมายถึง สหกรณ์รูปแบบสมบูรณ์ประเภทหนึ่ง จัดตั้งในรูปสมาชิกที่มีอยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือ หนึ่งคนต่อหนึ่งเสียง สมาชิกจะสะสมทรัพย์ร่วมกันเพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเดือดร้อนกู้ยืมไปใช้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการจัดสรรสู่สมาชิกในรูปแบบของดอกเบี้ยและเงินปันผล

คู่มือสหกรณ์เครดิตยูเนียน (2544 : 17) ให้ความหมาย เครดิตยูเนียน (Credit Union) ดังนี้

“เครดิต” แปลว่า ความเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ

“ยูเนียน” แปลว่า ความปรองดอง การร่วมกัน

ฉะนั้น “เครดิตยูเนียน” แปลตามศัพท์ก็ให้ความหมายว่า ความปรองดองที่อาศัยความเชื่อใจกันได้ หมายความว่า การที่มีความปรองดอง ร่วมมือร่วมใจกัน ก็เพราะมีความเชื่อใจกันไว้วางใจกันและยังมีความเชื่อใจกันก็ยังสามัคคีปรองดองกันยิ่งขึ้น

พ.ศ. 2521 ทางราชการที่พิจารณาว่า เครดิตยูเนียนนั้นเป็นวิธีการเช่นเดียวกับสหกรณ์ ในสมัยนั้น นายทะเบียนสหกรณ์จึงกำหนดระเบียบว่าด้วยการสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชน พ.ศ.2521 โดยให้ประชาชนที่มีอาชีพต่างๆ ซึ่งมีภูมิลำเนาหรือประกอบอาชีพหลักหรือมีวงสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง อยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์ที่จะจัดตั้งขึ้นให้ จัดทะเบียนเป็นสหกรณ์ประเภทออมทรัพย์ จึงให้ชื่อว่า “สหกรณ์เครดิตยูเนียน” ดังนั้นชื่อ “เครดิตยูเนียน” จึงมีคำว่า “สหกรณ์” นำหน้าเป็นครั้งแรก สหกรณ์เครดิตยูเนียนเป็นองค์การรวมคนเข้าด้วยกัน หมายความว่า มีวงสัมพันธ์เดียวกันเพื่อหาทางช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่อง สุขภาพ ความเจริญ ความครบครันของชีวิต

จากความหมายดังกล่าวนี้ ในทางปฏิบัติแล้วถือว่าสหกรณ์เครดิตยูเนียน หมายถึงองค์การสหกรณ์สมบูรณ์รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในหมู่สมาชิกที่มีวงสัมพันธ์เดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือ หนึ่งคนหนึ่งเสียงสมาชิกจะสะสมทรัพย์ร่วมกันเพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเดือดร้อนกู้ยืมไปใช้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการจัดสรรสู่สมาชิกในรูปของดอกเบี้ยและเงินปันผล (ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย. 2529 :1)

เครดิตยูเนียนเริ่มเข้ามาในเมืองไทยเมื่อหลายปีมาแล้ว แต่เรายังไม่รู้และยังไม่คุ้นเคยกับคำ ๆ นี้ ในปี พ.ศ. 2505 องค์การเพื่อชีวิตสังคมและเศรษฐกิจแห่งเอเชีย ได้จัดให้มีการประชุมในหัวข้อเรื่อง “งานออมทรัพย์และพัฒนา” ขึ้นที่กรุงเทพมหานคร ในครั้งนั้นคำว่าเครดิตยูเนียนยังไม่เกิด เพราะใช้คำว่าออมทรัพย์พัฒนา ซึ่งก็เป็นสิ่งเดียวกัน ต่อมาปี 2506 ผู้เผยแพร่ศาสนานิกาย โรมันคาทอลิก คณะเยซุอิต ได้จัดสัมมนาระดับชาติขึ้นที่บ้านเซเวียร์ ในหัวข้อเรื่อง “การพัฒนาเครดิตยูเนียน” ประเทศที่เข้าร่วมสัมมนาในครั้งนี้ มีผู้แทนจากประเทศเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และประเทศไทยเข้าร่วมสัมมนา ในการสัมมนาดังนี้เอง ที่คนไทยเริ่มรู้จักเครดิตยูเนียน คืออะไรกันแน่ แต่หลังจากการสัมมนาผ่านไปก็ยังไม่มีความคืบหน้าเกิดขึ้น ในปี พ.ศ. 2507 นายแพทย์ชวลิต จิตฺรานุเคราะห์ และบาทหลวงบอนแบงค์ ซึ่งเป็นนักพัฒนาในแหล่งสลัมที่ห้วยขวาง ได้ร่วมกันจัดตั้ง “ศูนย์กลางเทว” ขึ้นเพื่อใช้เป็นที่ยอมรับผู้ใหญ่ขึ้นที่สลัมห้วยขวาง และพยายามริเริ่มจะใช้งานเครดิตยูเนียนเข้าไปพัฒนาคนในแหล่งสลัมย่านนั้น ความคิดริเริ่มดังกล่าวสำเร็จในปีถัดมา คือเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2508 ได้มีการก่อตั้งกลุ่มออมทรัพย์พัฒนาหรือเครดิตยูเนียนขึ้นเป็นผลสำเร็จเป็นแห่ง

แรกที่ศูนย์กลางเทวา โดยใช้ชื่อว่า “เครดิตยูเนียนศูนย์กลางเทวา” นับเป็นกลุ่มแรกในประเทศไทย มีนาย อัมพร วัฒนวงศ์ เป็นผู้ก่อตั้งร่วมกับสมาชิก จำนวน 13 คน โดยมีทุนดำเนินงานครั้งแรก 360 บาท (คู่มืออุดมการณ์หลักการ และวิธีการสหกรณ์. 2544 : 21)

เป้าหมาย

สหกรณ์เครดิตยูเนียน มีเป้าหมายสูงสุดที่การพัฒนาคนให้มีคุณภาพ และศักยภาพที่จะทำงานให้หมู่คณะ ช่วยพัฒนาความเจริญก้าวหน้า ความมั่นคงแก่สหกรณ์เครดิตยูเนียน ด้วยหลักการพัฒนาจิตใจ พัฒนาเศรษฐกิจ และพัฒนาสังคมให้มีดุลยภาพ

วัตถุประสงค์ของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของสหกรณ์เครดิตยูเนียน ก็คือ ส่งเสริมให้สมาชิกช่วยตนเอง เพื่อร่วมกันดำเนินธุรกิจและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามจิตตารมณ์ซึ่งแสดงออกมาได้เป็นความรักแท้ด้วยคุณธรรม 5 ประการ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความเสียสละ ความรับผิดชอบ ความเห็นใจกัน และความไว้วางใจกัน รวมทั้งจริยธรรมอันดีงาม อันมีการประหยัดและการออม เป็นต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิก และส่วนรวมทางเศรษฐกิจและสังคม จนสามารถช่วยให้ทุกคนอยู่ดี กินดี มีสุข

อุดมการณ์สหกรณ์

คู่มืออุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ (2544 : 1) อธิบายความหมายคำว่าอุดมการณ์ แยกออกเป็น 3 ความหมาย ดังนี้

1. อุดมการณ์ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายความว่า อุดมคติอันสูงส่งที่มุ่งใจมนุษย์ให้พยายามบรรลุถึง

2. อุดมการณ์เป็นความเชื่อประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะพิเศษ ดังนี้

2.1 ความเชื่อนั้น ได้รับการยอมรับร่วมกันจากกลุ่มชนในสังคม

2.2 ความเชื่อนั้น จะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มคน

2.3 ความเชื่อนั้น จะต้องเป็นหลักการที่คนหันเข้ามาและอาศัยเป็นแนวทางในการประพฤติ

ปฏิบัติและดำเนินชีวิตอย่างสม่ำเสมอ

2.4 ความเชื่อนั้น ต้องมีส่วนช่วยในการยึดเหนี่ยวคนในกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน หรือช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้คนนำมาใช้เป็นข้ออ้างในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้

นอกจากนี้ คณะวิชาการกลุ่มหนึ่ง ได้อภิปรายเกี่ยวกับความหมายของอุดมการณ์ไว้ หมายถึงระบบความคิดที่มีแบบแผนก่อให้เกิดแรงดลใจให้กระทำ หรือจดเว้นกระทำในอันที่จะให้ได้บรรลุถึงสภาพอันดีเลิศในขณะนั้น

3. อุดมการณ์จากความหมายที่ได้กล่าวข้างต้น คำว่าอุดมการณ์ จึงมีความหมายที่แตกต่างกัน สำหรับอุดมการณ์นั้นจะใช้ในความหมายตามแนวทางของคำว่าอุดมการณ์ข้างต้น ซึ่งหมายถึงแนวความคิดของระบบสหกรณ์ที่จะช่วยให้สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนอยู่ในภาวะที่ดี จนสามารถทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดี มีสันติสุขได้ด้วยการประหยัด การช่วยตนเองและช่วยซึ่งกันและกัน หรืออาจกล่าว ่ได้ว่า มนุษย์จะอยู่ดีมีสันติสุขก็ด้วยการร่วมมือกัน ช่วยเหลือตัวเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและด้วยการประหยัด

อุดมการณ์สหกรณ์อีกประการหนึ่ง คือ การประหยัด เพราะการประหยัดมีชัยต่อดอม ทุนนิยม ทรัพย์ ย่อมนำไปสู่ความมั่งคั่ง สหกรณ์มุ่งส่งเสริมการประหยัดเป็นสำคัญ อนึ่ง สหกรณ์เป็นการรวมกันของ บุคคลของผู้มีปัญหาทางเศรษฐกิจ เขาเหล่านั้นจะไม่มีทางแก้ไขปัญหาของเขาได้เลย หากเข้ายังฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือยสุรุ่ยสุร่าย นั่นคือ เส้นทางของอบายมุขซึ่งนับเป็นอุปสรรคสำคัญของสหกรณ์

ส่วนคนที่มีอุดมการณ์ก็คือ คนที่ปิดทองหรือศรัทธาเชื่อมั่นว่า วิธีการสหกรณ์เป็นวิธีเดียวที่จะทำให้เขาอยู่ดีกินดี หรืออีกนัยหนึ่งเขาได้เลือกเอาวิธีการสหกรณ์เป็นแนวทางแห่งการดำเนินชีวิต

ประวัติความเป็นมาของบริษัท ไทยสมิทธประกันชีวิต จำกัด

ไทยสมุทร เป็นบริษัทของคนไทย ก่อตั้งโดย นายชิน อัสสกุล เริ่มดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2492 สำนักงานแห่งแรกตั้งอยู่ที่ 453-5 ถนนเจริญกรุง (ใกล้วัดเล่งเน่ยยี่) ระยะเริ่มแรกให้บริการด้านประกันภัยเพียง 3 ประเภท คือ อัคคีภัย ภัยทางทะเล และรถยนต์

21 มีนาคม 2494 ได้ขออนุญาตดำเนินการด้านประกันชีวิตเพิ่มขึ้นอีกประเภทหนึ่ง แบบประกันในระยะแรกเป็นแบบ “ประกันชีวิตสะสมทรัพย์” ซึ่งมีจำนวนทุนประกันสูง ต่อมาในปี 2497 ได้เพิ่มกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบ “อุตสาหกรรม” หรือแบบ “ออมทรัพย์สงเคราะห์” ซึ่งมีจำนวนทุนประกันไม่สูงมากนักและเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของประชาชน จึงได้รับความนิยมสูงสุด โดยมีผู้ทำประกันประเภทนี้กว่า 1,800,000 คนในปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2505 บริษัทฯได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากข้างวัดเล่งเน่ยยี่ มาอยู่ที่อาคารเลขที่ 1666 ถนน
กรุงเกษม ติดกับโรงพยาบาลนครเกษม โดยในระหว่างปี 2504 - 2505 ได้เปิดสาขาในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้นอีก
23 สาขา จนปัจจุบันมีสาขาทั่วประเทศกว่า 270 สาขา

3 มกราคม 2527 ได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากถนนกรุงเกษม มาที่ 163 อาคารไทยสมุทร ถนนสุรวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นอาคารทันสมัยสูง 20 ชั้น โดยให้บริการด้านประกันชีวิต และประกันภัยครบทุกประเภทรวมทั้งให้การสนับสนุนทางการเงินการลงทุนเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในชนบทด้านพาณิชย์กรรมอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ฯลฯ และสำหรับแผนกประกันชีวิต ได้ย้ายมาให้บริการแก่ลูกค้าที่ 170/74-83 อาคารโอเชียน ทาวเวอร์ 1 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ เมื่อเดือน ต.ค. 2535

และในปี 2543 ตามพระราชบัญญัติประกันชีวิต พ.ศ. 2535 ได้มีการแยกธุรกิจประกันชีวิต และธุรกิจประกันวินาศภัยออกจากกัน ดังนั้น บริษัทฯ จึงต้องแยกธุรกิจออกเป็นดังนี้คือ

1 มีนาคม 2543 ได้แยกธุรกิจประกันวินาศภัยออกมา โดยใช้ชื่อว่า บริษัท ไทยสมุทรประกันภัย จำกัด (OCEAN GENERAL INSURANCE CO., LTD.) โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 163 อาคารไทยสมุทร ถนนสุรวงศ์ เขตบางรัก กทม. 10500 และธุรกิจประกันชีวิต ในชื่อ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด (OCEAN GENERAL INSURANCE CO., LTD.) โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 170/74-83 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ถนนรัชดาภิเษก เขตคลองเตย กทม. 10110 เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2543

บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ได้มีการพัฒนากรมธรรม์ประกันชีวิต เพื่อเป็นทางเลือกที่หลากหลาย และรองรับความต้องการของประชาชน ในการที่จะสร้างหลักประกันความมั่นคงให้กับชีวิตและครอบครัวในปัจจุบัน บริษัทฯ มีกรมธรรม์กว่า 20 แบบที่พร้อมให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นแบบประกันชีวิตเพื่อการศึกษาบุตร เพื่อการสะสมทรัพย์ เพื่อรองรับยามเกษียณอายุ และตลอดชีพ หรือกรมธรรม์ประกันชีวิตข้าราชการ ประกันชีวิตหมู่ การประกันชีวิตอุบัติเหตุส่วนบุคคล (PA) รวมทั้งการประกันภัยเอื้ออาทร

ที่มา : บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด. 2547. หนังสือเผยแพร่.

ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร ถือเป็นสถาบันการเงินที่ให้บริการด้านสินเชื่อให้กับพนักงานในกลุ่มบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นตามดำริของท่านผู้อำนวยการบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด (คุณกฤษณ์ อัสสกุล) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นธนาคารของชุมชน และเป็นที่พึ่งพิงของหมู่มวลชนสมาชิกที่เป็นพนักงานในกลุ่มไทยสมุทฯ ทั้งหมด และดำเนินการจัดตั้งอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2543 โดยในระยะแรกตั้งมีผู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกจำนวน 51 คน ถือหุ้น เมื่อแรกเข้าเป็นสมาชิก 651 หุ้น เป็นเงินค่าหุ้น 45,300.00 บาท และได้มีการคัดเลือกคณะกรรมการผู้จัดตั้งสหกรณ์จำนวน 15 คน เพื่อดำเนินการจัดตั้งสหกรณ์ตามความในมาตรา 34 และ 35 แห่งพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

โดยสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด มีนโยบายการดำเนินงานโดยให้สมาชิกถือหุ้นและฝากเงินไว้กับสหกรณ์เครดิตยูเนียนอย่างสม่ำเสมอทุกเดือนโดยวิธีการหักเงินเดือน เพื่อเป็นการช่วยสมาชิกเก็บออมส่วนหนึ่งของรายได้ไว้ มีผลตอบแทนที่ยุติธรรม บริการเงินกู้แก่สมาชิก และเป็นประโยชน์แก่การเสริมสร้างชีวิต เศรษฐกิจให้ดีขึ้น ในการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้จดทะเบียนประเภทสามัญ โดยมีคณะกรรมการดำเนินงาน ผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ ดำเนินกิจการเพื่อบริการสมาชิกในรูปแบบต่าง ๆ ตามความประสงค์ของสมาชิก ซึ่งสามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของสมาชิกได้

โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สหกรณ์เป็นองค์กรประชาธิปไตย (Democratic Organization) ดังนั้นการบริหารงานก็ต้องเป็นไปตามขบวนการประชาธิปไตย (Democratic Process) และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย

1. สมาชิกมีอำนาจเต็มในการที่จะเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการขึ้นมาชุดหนึ่ง เพื่อเป็นตัวแทนของสมาชิกในการบริหาร และการจัดการสหกรณ์ให้เกิดผลดีตามวัตถุประสงค์ และระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ที่ได้กำหนดไว้ และขณะเดียวกันสมาชิกก็มีอำนาจที่จะให้ความเห็นชอบต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการ ในคราวประชุมใหญ่สามัญประจำปี หรือไม่ก็ได้ รวมทั้งมีอำนาจในการที่จะถอดถอน คณะกรรมการชุดเก่าหรือเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการชุดใหม่ได้ด้วย

2. เมื่อได้รับเลือกตั้งแล้ว คณะกรรมการดำเนินการก็จะกำหนดนโยบาย และทิศทางการดำเนินงานให้ผู้จัดการนำไปปฏิบัติ ตามข้อบังคับของสหกรณ์ที่ได้กำหนดไว้ภายใต้การกำกับดูแล ควบคุมและตรวจสอบของคณะกรรมการอีกครั้งหนึ่งด้วย เมื่อปฏิบัติงานได้ครบหนึ่งปีแล้วคณะกรรมการก็จะเสนอผลงานให้ที่ประชุมใหญ่ทราบ เพื่อขอความเห็นชอบต่อไป

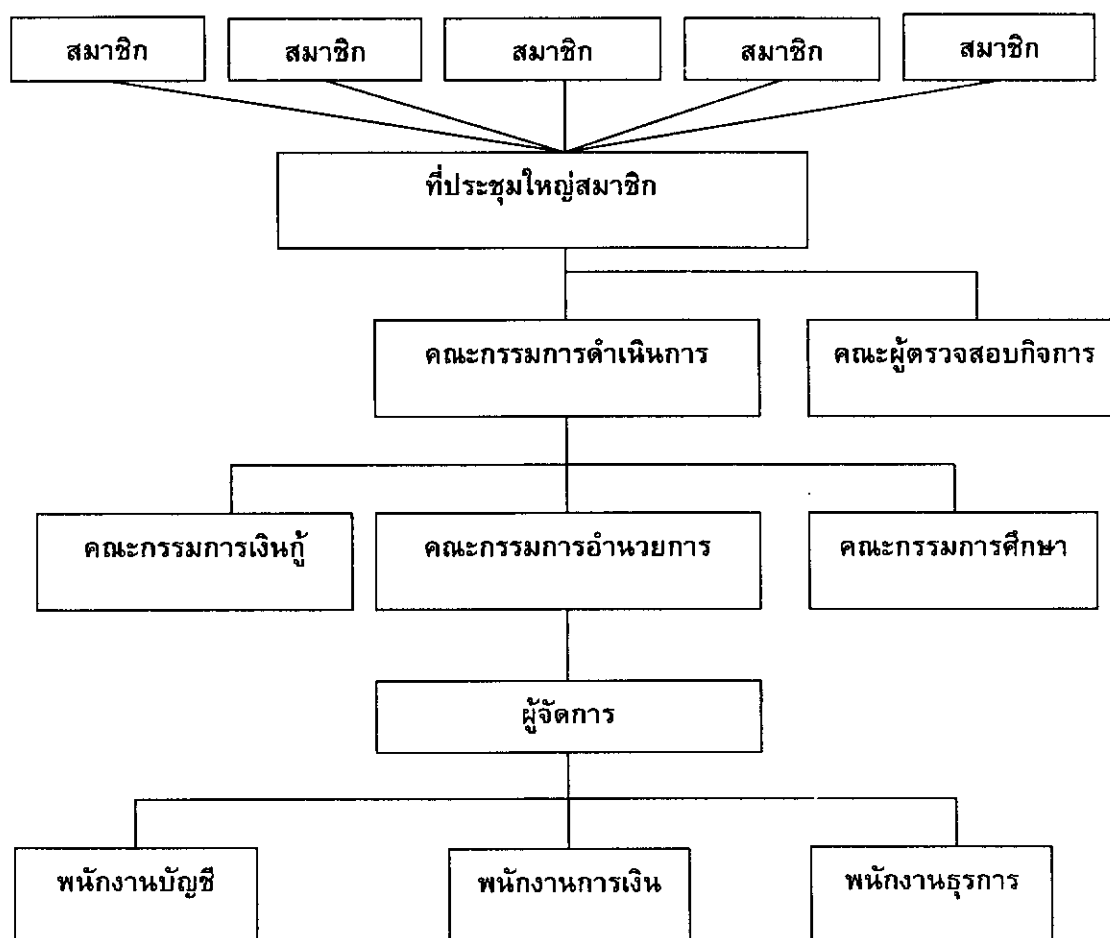
3. ผู้จัดการในฐานะหัวหน้าผู้บริหารกิจการภายในก็จะมอบหมายหรือสั่งการให้หัวหน้างาน หรือพนักงานแผนกต่าง ๆ นำไปปฏิบัติ ตามโครงการหรือแผนงานของสหกรณ์ที่กำหนดไว้ให้เกิดผลดีเสร็จแล้วแผนกต่าง ๆ ก็จะรายงานผลการดำเนินการ ทราบต่อไปเป็นระยะ ๆ รวมทั้งเสนอโครงการหรือแผนงานที่จะปฏิบัติใหม่หรือที่จะเพิ่มเติมให้คณะกรรมการให้ความเห็นชอบด้วย

ทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นนี้ คือการบริหารงานตามขบวนการประชาธิปไตย ซึ่งสามารถจะเขียนโครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ออกมาได้ ดังนี้

โครงสร้างการบริหารงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ประกอบด้วย

1. สมาชิกของสหกรณ์
2. ที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์
3. คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์
4. คณะผู้ตรวจสอบกิจการของสหกรณ์
5. ผู้จัดการและพนักงานของสหกรณ์

การบริหารงานสหกรณ์เครดิตยูเนียนฯ ตามข้อบังคับได้วางอำนาจการบริหารสูงสุดที่สมาชิกทั้งหมด แต่การที่จะให้สมาชิกทุกคนเข้าไปบริหารงานต่าง ๆ คงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากสมาชิกมีจำนวนมาก และเกิดความสับสนวุ่นวายแก่ตัวสมาชิกเอง ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานสหกรณ์เป็นไปด้วยดีจึงจำเป็นต้องใช้ระบบผู้แทน โดยวิธีการคัดเลือกผู้แทน สมาชิกที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาประชุมกันเพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการ ซึ่งได้ดำเนินการคัดเลือกจากสมาชิกนั่นเอง



ภาพประกอบ 6 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

คุณสมบัติของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

1. เป็นพนักงานในกลุ่มไทยสมุทรฯ
2. เป็นผู้สนใจและเห็นชอบกับวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
3. เป็นบุคคลที่บรรลุนิติภาวะ
4. เป็นผู้มีความประพฤติสุจริตใจและอุปนิสัยดี
5. เป็นผู้พร้อมจะปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์
6. ไม่เป็นสมาชิกในสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งอื่น

การเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์

สมาชิกทุกคนจะสะสมเงินในสหกรณ์ตามกำลังความสามารถ และสะสมอย่างสม่ำเสมอตามสัญญาที่ให้ไว้ เมื่อสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์เงินที่สะสมนี้ถือเป็นเงินสะสมค่าหุ้นที่สมาชิกจะมากอนคืนได้ต่อเมื่อลาออกจากการเป็นสมาชิกและทุกสิ้นปี สมาชิกจะได้รับเงินตอบแทนเป็นเงินปันผลค่าหุ้นตามอัตรา ไม่เกินที่กฎหมายสหกรณ์กำหนดไว้

นอกจากนี้ ถ้าสมาชิกคนใดมีเงินเหลือใช้ ก็สามารถฝากเงินไว้ในสหกรณ์ได้ ซึ่งถือเป็นการสะสมเงินประเภทเงินฝาก สามารถถอนได้และจะได้รับดอกเบี้ยเช่นเดียวกับการฝากเงินในสถาบันการเงินอื่น

นโยบายการให้สินเชื่อ

เพื่อสนองความต้องการอันจำเป็นหรือเดือดร้อน เพื่อเป็นประโยชน์ของพนักงานในกลุ่มไทยสมุทรในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาที่อยู่อาศัย การรักษาพยาบาลกรณีเจ็บป่วย การศึกษาต่อเป็นการลดปัญหาการกู้ยืมเงินนอกระบบของพนักงานในเงื่อนไขอัตราดอกเบี้ยที่สูงถึงร้อยละ 10 - 20 ดังนั้น จึงมีนโยบายในการช่วยเหลือพนักงานกลุ่มไทยสมุทรในด้านการเงินโดยตรง จำนวนเงินที่จะขอกู้ยืมได้นั้นขึ้นอยู่กับความจำเป็น ความรับผิดชอบของการสะสมเงินและความสามารถในการชำระคืนของสมาชิกผู้กู้ โดยสหกรณ์จะคิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่เป็นธรรม

ประเภทของสินเชื่อและหลักประกัน

1. เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน (ระยะสั้น) คือ เงินกู้เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น อุบัติเหตุ ค่าพาหนะ ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น กู้ได้ในวงเงินไม่เกิน 20,000 บาท ไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน แต่ต้องส่งคืนในระยะเวลาที่กำหนดไว้ ภายใน 6 เดือน อัตราดอกเบี้ย 8% ต่อปี

2. เงินกู้สามัญ (ระยะปานกลาง) เป็นการให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปใช้จ่ายลงทุนในการประกอบอาชีพ ปลูกเปลี่ยนหนี้สิน เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย หรืออื่น ๆ การกู้ยืมประเภทนี้ ให้อัตราดอกเบี้ยตั้งแต่ 20,000 บาท แต่ไม่เกิน 500,000 บาท ระยะเวลาชำระคืนภายใน 72 เดือน และมีผู้ค้ำประกันจำนวน 2 ท่าน อัตราดอกเบี้ย 12% ต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของคณะกรรมการ

3. เงินกู้พิเศษ (ระยะยาว) เป็นการให้เงินกู้แก่สมาชิกในวงเงินที่สูง เงินกู้ประเภทนี้จะกู้ได้มากกว่าเงินกู้สามัญโดยใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันเท่านั้น การกู้ยืมประเภทนี้จะกำหนดวงเงินกู้ไว้เป็นจำนวนเกินกว่า 500,000 บาท แต่ไม่เกิน 10% ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์ ฯ ในขณะนั้น ต้องมีหลักทรัพย์ (อสังหาริมทรัพย์) ค้ำประกันโดยให้กู้ได้ 70% ของราคาตลาด หรือหุ้นของสหกรณ์ ฯ ระยะเวลาชำระคืนภายใน 180 เดือน อัตราดอกเบี้ย 12% ต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลพินิจของคณะกรรมการ

คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ

1. ต้องเป็นสมาชิกอย่างน้อย 3 เดือนหรือ 90 วัน โดยผ่านมติการรับเข้าเป็นสมาชิกจากคณะกรรมการอำนวยการ
2. ต้องเป็นพนักงานที่มีเงินเดือนประจำ
3. มีผู้ค้ำประกันหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน
4. มีความประพฤติและนิสัยดีงาม หรือไม่มีประวัติเสียหายทางการเงิน

ขั้นตอนการพิจารณาสินเชื่อ

1. รับเอกสารการขอสินเชื่อจากสมาชิก เช่น
 - 1.1 ใบคำขอสินเชื่อ
 - 1.2 สำเนาทะเบียนบ้าน
 - 1.3 สำเนาบัตรประชาชน
 - 1.4 ใบรับรองเงินเดือน
2. ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารชุดใบคำขอสินเชื่อ
 - 2.1 ตรวจสอบวัตถุประสงค์ตรงตามความเป็นจริง
 - 2.2 ตรวจสอบรายได้ และความสามารถในการชำระเงินกู้
3. พิมพ์สรุปข้อมูลผู้ขอสินเชื่อ
4. เสนอเข้าที่ประชุมคณะกรรมการเงินกู้ กรณีวงเงินสินเชื่อไม่เกิน 100,000 บาท และเสนอต่อคณะกรรมการดำเนินการ กรณีวงเงินสินเชื่อเกิน 100,000 บาท เพื่อพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ
5. จัดพิมพ์เอกสารสัญญาต่าง ๆ
 - 5.1 สัญญาเงินกู้
 - 5.2 สัญญาค้ำประกัน
 - 5.3 หนังสือยินยอมให้หักเงินเดือน
6. นัดสมาชิกเพื่อรับเงินกู้ที่อนุมัติเรียบร้อยแล้ว พร้อมเซ็นสัญญาต่อหน้าเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฯ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส (Amex) ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ด้านความสะดวกในการชำระเงิน ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการบริการทั่วไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย ทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประเภทบัตรเครดิตที่เป็นสมาชิกอยู่ ผู้แนะนำในการสมัครเป็นสมาชิก และวิธีการชำระเงิน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส (Amex) อยู่ในระดับมากต่อด้านคุณลักษณะของบัตรและสิทธิประโยชน์ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการบริการทั่วไป ส่วนด้านความสะดวกในการชำระเงินอยู่ในระดับปานกลาง และด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับน้อย ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส

(Amex) โดยรวมแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีประเภทบัตรต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้บริโภคที่มีผู้ใกล้ชิดแนะนำในการสมัครสมาชิกบัตรเครดิตต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้บริโภคที่มียอดค่าใช้จ่ายบัตรต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกบัตรกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตต่างกัน ผู้บริโภคที่มีวิธีการชำระเงินกันมีความพึงพอใจในการใช้บัตรเครดิตต่างกัน

โชติช่วง ภิรมย์ (2538 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและองค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจบริการเรียงลำดับจากด้านที่พอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พบน้อยที่สุด ได้ดังนี้คือ การพัฒนาบริการสินเชื่อ ให้ลูกค้าได้รับความสะดวกความเป็นธรรมในการบริการสินเชื่อ พฤติกรรมพนักงาน นโยบายสินเชื่อ สถานที่ต้อนรับอุปกรณ์ และบรรยากาศในการบริการสินเชื่อ ขั้นตอนในการบริการสินเชื่อ ความรวดเร็วฉับไวในการบริการสินเชื่อ และความเพียงพอของสินเชื่อและจำนวนพนักงานผู้ให้บริการสินเชื่อ

กรณีย์ สุทธารมณ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ โรงแรมรอยัล ไดมอนด์ จังหวัดเพชรบุรี ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรม

ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับมาก เพราะระบบสาธารณูปโภคครบครัน เหมาะสม รูปแบบของห้องพักมีให้ลูกค้าเลือกหลากหลาย รวมถึงความสะดวกสบาย ร้อยของห้องพัก และมีที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้า ด้านราคา ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง เพราะการซ่อมแซมอุปกรณ์บางอย่างภายในห้องพักยังไม่เรียบร้อย หรืออุปกรณ์บางอย่างเสียจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าราคาห้องพักกับคุณภาพของห้องพักไม่สอดคล้องกันเท่าที่ควร ด้านการจัดจำหน่ายลูกค้า พึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับมาก เพราะโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้เมือง และอยู่ในย่านธุรกิจการค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง เพราะโรงแรมมีงบประมาณค่อนข้างจำกัด รูปแบบการโฆษณาไม่ชัดเจนเฉพาะแต่ในพื้นที่ และมีการประชาสัมพันธ์เฉพาะในโรงแรม

อนุช ชาญศิริวงศ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่าระหว่างธนาคารซีทีแบงก์ และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในด้านการบริการ การจัดการรายการส่งเสริมการใช้บัตร ค่าธรรมเนียม สิทธิประโยชน์ และภาพลักษณ์ กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่าของทั้งสองธนาคารที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าดิเอ็มโพเรียม สุขุมวิท และเดอะมอลล์ ทุกสาขา จำนวน 401 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 32 - 41 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัท ระยะเวลาถือบัตร 3.68 ปี ค่าใช้จ่ายผ่านบัตรต่อเดือนเฉลี่ย 8,919.20 บาทความถี่ในการใช้บัตร 2.19 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินขั้นต่ำในการใช้บัตรต่อครั้ง 412.69 บาท ผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่าของทั้งสองธนาคารมีความพึงพอใจรวมในทุกด้านระดับเฉย ๆ และผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่าของซีทีแบงก์ มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ถือบัตรวีซ่าของธนาคารกรุงเทพ ในด้านการบริการ การจัดการรายการส่งเสริมการใช้บัตรและในด้านภาพลักษณ์ ผู้ถือบัตรที่มีอาชีพต่างกันมีความแตกต่าง

กันในด้านค่าธรรมเนียม และสิทธิประโยชน์ จุมพล สัตยาภรณ์. (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ลูกค้าต้องการให้ธนาคารมีการจัดลำดับการเข้ารับบริการในช่วงที่ลูกค้ามาติดต่อใช้บริการเป็นจำนวนมาก และควรมีการติดตั้งเครื่องเอทีเอ็ม เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว ธนาคารควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารู้กฎระเบียบ ขั้นตอนและวิธีการทำนิติกรรมต่าง ๆ และผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับเพื่อความสะดวก รวดเร็วและถูกต้อง

กนกวรรณ ชันติภพ. (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต พบว่า ผู้บริโภคของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-22 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 3,001 – 7,000 บาท

พฤติกรรมในการใช้บริการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านความถี่ในการใช้บริการ / เดือน ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน และจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน ประเภทบัญชีที่ใช้บริการ เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 86.4 โดยมีลักษณะการใช้บริการมากที่สุด คือ บริการฝาก – ถอน และมีเหตุผลในการใช้บริการต่อเนื่อง จากการเดินทางมาใช้บริการสะดวก ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ใน 5 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดี ยกเว้นด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติรายข้อ คือ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ บริการได้รวดเร็ว การวางอุปกรณ์สะดวกต่อการใช้งาน มีป้ายบอกจุดบริการชัดเจน มีที่นั่งสะดวก มีวารสารแจ้งกิจกรรมของธนาคารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นข้อที่ธนาคารควรนำไปปรับปรุงเพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้บริโภค

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนตามลำดับต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาสมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งกลุ่มของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2547 มีจำนวน 427 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของสมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน มีจำนวนทั้งสิ้น 427 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (Yamane, 1973 : 125) อ้างในยุทธิ ไกยวรรณ, 2545 : 107) ใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{427}{1 + 427(.05)^2} = 206$$

ได้กลุ่มตัวอย่าง 206 คนโดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลได้เพื่อป้องกันความผิดพลาด 10 % ดังนั้น จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 227 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย มีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการวัดระดับความพึงพอใจของการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ฯ ในด้านราคา สถานที่ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานในการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทของสินเชื่อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการการตลาดของการให้บริการสินเชื่อสหกรณ์ ในด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยลักษณะของคำถามใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 16 ข้อ โดยข้อ 1 – 5 เป็นการวัดความพึงพอใจด้านราคา ข้อ 6 - 12 เป็นการวัดความพึงพอใจด้านสถานที่ ข้อ 13 - 16 เป็นการวัดความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ ใช้การวัดระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	=	5
พึงพอใจมาก	=	4
พึงพอใจปานกลาง	=	3
พึงพอใจน้อย	=	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	=	1

สำหรับเกณฑ์ในการประเมินผล โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากสูตรดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538 : 8 – 11)

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วง}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลเป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลใช้วัดความพึงพอใจจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

1. เคยใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินใดบ้าง
2. เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มาแล้วกี่ครั้ง
3. ใช้วงเงินสินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์ฯ จำนวนเท่าใด
4. ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ยาวนานเท่าใด
5. จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ฯ หรือไม่

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อคณะกรรมการทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม
5. แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จะนำไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับ สมาชิกของสหกรณ์ฯ ประมาณ 10% ของตัวอย่างทั้งหมด ได้เท่ากับ 30 ตัวอย่าง
6. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบัค(Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 449) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีความน่าเชื่อถือได้มาก

ตาราง 1 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของแบบสอบถาม

ส่วนประสมทางการตลาด	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ด้านราคา	5 ข้อ	0.7216
ด้านสถานที่	7 ข้อ	0.9122
ด้านการประชาสัมพันธ์	4 ข้อ	0.9278

7. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยทำการเริ่มแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างวันที่ 1 ธันวาคม ถึง 31 ธันวาคม 2547 ในการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 270 ชุด ได้คืนกลับมาเป็นแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบครบถ้วนจำนวน 237 ชุด คิดเป็นร้อยละ 87.78 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้ว นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. นำแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ข้อที่ 1 - 7 และในส่วนที่ 3 ข้อที่ 1 - 5 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้การหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ฯ

2. นำแบบสอบถามในส่วนที่ 2 มาตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อตามหลักเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยที่ได้กำหนดไว้

3. นำแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ข้อ 1 - 16 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูล ในเรื่องของความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านส่วนประสมการตลาด ในด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

4. การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square (χ^2 - test) ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตามของข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ (Tests for Frequency Data) ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบหรือไม่ และใช้การทดสอบค่าสถิติ Cramer's V เพื่อวัดระดับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อ 1 เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 2 อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 3 รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 5 จำนวนเงินหุ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 6 อายุการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 7 ประเภทสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 8 ราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 9 สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานข้อ 10 การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม

1.1 สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 449) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	covariance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
	variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้

2.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตรดังนี้ (อภิรักษ์ จันทานี. 2538 : 75)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละหรือ % (Percentage)
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

2.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

โดยที่	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย
บัญชา. 2546 : 48)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

3.1 Pearson Chi-Square (χ^2 - test) ทดสอบความเป็นอิสระกันของ 2 ตัวแปร โดยใช้สูตร
ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2546 : 297)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$df = (r - 1)(c - 1)$$

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
	O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากข้อมูลแถวที่ i คอลัมน์ที่ j
	E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวังจากแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

$$\text{ซึ่ง } E_{ij} = \frac{(\text{ผลรวมของความถี่แถวที่ } i) \times (\text{ผลรวมของความถี่คอลัมน์ที่ } j)}{\text{ผลรวมของความถี่ทั้งหมด}}$$

df	แทน	ชั้นความอิสระ
r	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว
c	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

3.2 สถิติ Cramer's V ใช้ทำการวัดขนาดความสัมพันธ์ เมื่อมีตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือทั้ง
สองตัวเป็น Nominal โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{Cramer's V} = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(t-1)}}$$

โดยที่ Cramer's V = สัมประสิทธิ์ Cramer' V
 χ^2 = ค่า Chi – square
n = ขนาดตัวอย่าง
t = จำนวนแถวหรือจำนวนสดมภ์ที่มีค่าน้อย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และส่วนประสมการตลาดด้านราคา ด้านสถานที่ และการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
χ^2	แทน	ค่าสถิติการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square test)
p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
Cramer's V	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรนามบัญญัติ
Somers'd	แทน	ระดับความสัมพันธ์ในการวัดตัวแปรมาตรเรียงลำดับ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหนี้ อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้ บริการกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้แก่สถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งในการมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด วงเงินที่ไว้วางเงินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ และการแนะนำเพื่อสมาชิก โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 - test) Cramer's V และ Somer's D

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้ บริการกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับ การศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการกับสหกรณ์ เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	126	53.20
หญิง	111	46.80
รวม	237	100.00
2. อายุ		
20 – 30 ปี	41	17.30
31 – 40 ปี	112	47.30
มากกว่า 40 ปี	84	35.40
รวม	237	100.00
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	55	23.20
10,001 – 20,000 บาท	128	54.00
20,001 – 30,000 บาท	33	13.90
มากกว่า 30,001 บาท	21	8.90
รวม	237	100.00
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	113	47.70
ปริญญาตรี	113	47.70
สูงกว่าปริญญาตรี	11	4.60
รวม	237	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. จำนวนเงินหุ้น		
น้อยกว่า 10,000 บาท	110	46.40
10,001 – 20,000 บาท	47	19.80
20,001 – 30,000 บาท	38	16.10
มากกว่า 30,001 บาท	42	17.70
รวม	237	100.00
6. อายุการเป็นสมาชิก		
น้อยกว่า 1 ปี	44	18.50
1 - 2 ปี	81	34.20
3 - 4 ปี	63	26.60
มากกว่า 4 ปี	49	20.70
รวม	237	100.00
7. ประเภทสินเชื่อ		
ประเภทฉุกเฉิน	56	23.60
ประเภทสามัญ	151	63.70
ประเภทพิเศษ	30	12.70
รวม	237	100.00

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และเป็นเพศหญิง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมาคือมากกว่า 40 ปี และอายุ 20 – 30 ปี โดยมีจำนวน 84 คน และ 41 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 35.40 และ 17.30 ตามลำดับ

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 10,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,001 บาท โดยมีจำนวน 55 คน 33 คน และ 21 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.20 13.09 และ 8.90 ตามลำดับ

4. **ระดับการศึกษาสูงสุด** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่า ปริญญาตรี และปริญญาตรีมีจำนวนเท่ากันคือ 113 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

5. **จำนวนเงินหุ้น** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาได้แก่ 10,001 – 20,000 บาท มากกว่า 30,001 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 47 คน 42 คน และ 38 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.80 17.70 และ 16.00 ตามลำดับ

6. **อายุการเป็นสมาชิก** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการเป็นสมาชิก 1 – 2 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมาอายุการเป็นสมาชิก 3 – 4 ปี มากกว่า 4 ปี และน้อยกว่า 1 ปี โดยมีจำนวน 63 คน 49 คน และ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.60 20.70 และ 18.50 ตามลำดับ

7. **ประเภทสินเชื่อ** ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สินเชื่อประเภทสามัญจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 รองลงมาคือสินเชื่อประเภทฉุกเฉิน และประเภทพิเศษมีจำนวน 56 คน และ 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 และ 12.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น	3.95	1.062	มาก
2. อัตราดอกเบี้ยคงที่ตลอดสัญญาเงินกู้	3.81	0.992	มาก
3. ไม่คิดอัตราดอกเบี้ยปรับเมื่อสมาชิกชำระล่าช้า	3.97	1.043	มาก
4. การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการจดจำนอง	3.94	1.048	มาก
5. การให้ส่วนลดเงินกู้ต่อหลักประกันเท่ากับ 70%	3.51	1.064	มาก
รวม	3.84	0.833	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า การมาใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ให้มีความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการไม่คิดอัตราดอกเบี้ยปรับเมื่อสมาชิกชำระล่าช้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการจดจำนอง อัตราดอกเบี้ยคงที่ตลอดสัญญาเงินกู้ และการให้ส่วนลดเงินกู้ต่อหลักประกันเท่ากับ 70% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 3.94 3.81 และ 3.51 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกสบายในการติดต่อ	3.73	1.022	มาก
2. การเข้าติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก	3.78	0.970	มาก
3. ความโอ้โง่งภายในสหกรณ์ฯ	2.96	0.865	ปานกลาง
4.บรรยากาศความร่มรื่นโดยรวม	3.05	0.884	ปานกลาง
5. ที่พักรับรองและบริการ	2.90	0.915	ปานกลาง
6. สถานที่จอดรถสำหรับสมาชิกมาติดต่อ	2.89	1.012	ปานกลาง
7. การตกแต่งบริเวณภายนอกอาคาร	2.76	0.973	ปานกลาง
รวม	3.15	0.949	ปานกลาง

จากตาราง 4 แสดงว่า การมาใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเข้าติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวกมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการติดต่อ บรรยากาศความร่มรื่นโดยรวม ความโอ้โง่งภายในสหกรณ์ฯ ที่พักรับรองและบริการ สถานที่จอดรถสำหรับสมาชิกมาติดต่อ การตกแต่งบริเวณภายนอกอาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 3.05 2.96 2.90 2.89 และ 2.76 ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. แจกแผ่นพับ ไปยังสมาชิกตามสาขาของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ทั่วประเทศ การรับรู้ข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขการขอสินเชื่อของสหกรณ์	2.88	1.187	ปานกลาง
2. ลงข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์รายเดือนของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	2.81	1.176	ปานกลาง
3. ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	2.44	1.121	น้อย
4. ประชาสัมพันธ์ผ่านการประชุมตัวแทนประกันชีวิต	2.56	1.128	น้อย
รวม	2.67	1.153	ปานกลาง

จากตาราง 5 แสดงว่า การมาใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแจกแผ่นพับไปยังสมาชิกตามสาขาของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ทั่วประเทศ การรับรู้ข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขการขอสินเชื่อของสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 รองลงมาคือ ลงข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์รายเดือนของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ประชาสัมพันธ์ผ่านการประชุมตัวแทนประกันชีวิต และประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 2.56 และ 2.44 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้แก่สถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งในการมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด วงเงินที่ใช้สินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ และการแนะนำเพื่อสมาชิก

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถาบันการเงินที่สมาชิกเคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่สมาชิกเคยใช้บริการสินเชื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธนาคารพาณิชย์	84	35.40
บริษัทเงินทุน	36	15.20
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	42	17.70
สหกรณ์ฯ	64	27.0
อื่น ๆ	11	4.70
รวม	237	100.00

จากตาราง 6 แสดงว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ธนาคารพาณิชย์จำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาได้แก่สหกรณ์ฯ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ บริษัทเงินทุน และอื่น ๆ จำนวน 64 42 36 11 หรือคิดเป็นร้อยละ 27.0 17.70 15.20 และ 4.70 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ

จำนวนครั้งที่เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2 ครั้ง	156	65.80
3 ครั้ง	54	22.80
4 ครั้ง	14	5.90
5 ครั้ง	13	5.50
รวม	237	100.00

จากตาราง 7 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด มากที่สุดคือ 2 ครั้ง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 รองลงมาคือ 3 ครั้ง 4 ครั้ง และ 5 ครั้ง จำนวน 54 14 และ 13 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.80 5.90 และ 5.50 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ ฯ

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ ฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30,000 บาท	102	43.00
30,001 - 50,000 บาท	108	45.60
50,001 - 70,000 บาท	16	6.80
70,001 บาท ขึ้นไป	11	4.60
รวม	237	100.00

จากตาราง 8 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้วงเงินสินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด 30,001 - 50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 45.60 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 30,000 บาท 50,001 - 70,000 บาท และ 70,001 บาทขึ้นไป จำนวน 102 16 และ 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.00 6.80 และ 4.60 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6 - 12 เดือน	75	31.70
15 - 21 เดือน	66	27.80
21 - 30 เดือน	67	28.30
36 - 48 เดือน	29	12.20
รวม	237	100.00

จากตาราง 9 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือน มากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาคือ 21 - 30 เดือน 15 - 21 เดือน และ 36 - 48 เดือน จำนวน 67 66 และ 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.30 27.80 และ 12.20 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการแนะนำเพื่อนสมาชิกมาให้มาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ฯ

การแนะนำเพื่อนสมาชิกมาให้มาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ	214	90.30
ไม่แนะนำ	23	9.70
รวม	237	100.00

จากตาราง 10 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แนะนำเพื่อนสมาชิกมาให้มาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 90.30 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่แนะนำเพื่อนสมาชิกมาให้มาใช้บริการสินเชื่อจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ธนาคารพาณิชย์	43	41	84
บริษัทเงินทุน	21	15	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	23	19	42
สหกรณ์ฯ	34	30	64
อื่น ๆ	5	6	11
รวม	126	111	237

$$\chi^2 = 0.823 \quad p = 0.935$$

จากตาราง 11 พบว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือธนาคารพาณิชย์มีจำนวนเพศชาย 43 และเพศหญิง 41 รองลงมาคือ สหกรณ์ฯ มีจำนวนเพศชาย 34 คน และเพศหญิง 30 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.935 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
2 ครั้ง	80	76	156
3 ครั้ง	28	26	54
4 - 5 ครั้ง	18	9	27
รวม	126	111	237

$$\chi^2 = 2.236 \quad p = 0.327$$

จากตาราง 12 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวนเพศชาย 80 และเพศหญิง 76 รองลงมาคือจำนวน 3 ครั้ง มีจำนวนเพศชาย 28 คน และเพศหญิง 26 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.327 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่เกิน 30,000 บาท	54	48	102
30,001 - 50,000 บาท	61	47	108
50,001 - 70,000 บาท	7	9	16
70,001 บาท ขึ้นไป	4	7	11
รวม	126	111	237

$$\chi^2 = 2.296 \quad p = 0.513$$

จากตาราง 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้จำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์ฯ จำนวน 30,001 - 50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 61 คน รองลงมาคือจำนวนไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 54 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้จำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์ฯจำนวนไม่เกิน 30,000 บาท มากที่สุดจำนวน 48 คน รองลงมาคือ ต่ำกว่า 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 47 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.513 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
6 - 12 เดือน	41	34	75
15 - 21 เดือน	37	29	66
24 - 30 เดือน	35	32	67
36 - 48 เดือน	13	16	29
รวม	126	111	237

$$\chi^2 = 1.123 \quad p = 0.772$$

จากตาราง 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือน มากที่สุดเพศชายมีจำนวน 41 คน และเพศหญิงมีจำนวน 34 คน รองลงมาเพศชายใช้ระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือน มีจำนวน 37 คน ส่วนเพศหญิงใช้ระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือนมีจำนวน 32 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.772 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
แนะนำ	114	100	214
ไม่แนะนำ	12	11	23
รวม	126	111	237

$$\chi^2 = 0.010 \quad p = 0.920$$

จากตาราง 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ โดยเพศชายมีจำนวน 114 คน และเพศหญิงมีจำนวน 100 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.920 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	อายุ			รวม
	20-30ปี	31-40ปี	มากกว่า 40 ปี	
ธนาคารพาณิชย์	11	42	31	84
บริษัทเงินทุน	11	13	12	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	4	18	20	42
สหกรณ์ฯ / อื่น	15	39	21	75
รวม	41	112	84	237

$$\chi^2 = 10.933 \quad p = 0.090$$

จากตาราง 16 พบว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 30 ปี เคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ สหกรณ์ และอื่นๆ มีจำนวน 15 คน รองลงมาคือธนาคารพาณิชย์ และ บริษัทเงินทุน มีจำนวนเท่ากันคือ 11 คน สถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี เคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ธนาคารพาณิชย์จำนวน 42 คน รองลงมาคือ สหกรณ์และอื่น ๆ จำนวน 39 คน ส่วนสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี เคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ธนาคารพาณิชย์จำนวน 31 คน รองลงมาคือสหกรณ์และอื่น ๆ จำนวน 21 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.090 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์ฯ	อายุ			รวม
	20-30ปี	31-40ปี	มากกว่า 40 ปี	
2 ครั้ง	30	66	60	156
3 ครั้ง	6	35	13	54
4 - 5 ครั้ง	5	11	11	27
รวม	41	112	84	237

$$\chi^2 = 8.713 \quad p = 0.069$$

จากตาราง 17 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 -30 ปี 31 - 40 ปี และ มากกว่า 40 ปี เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวน 30 66 และ 60 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 6 35 และ 13 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต
ยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนเงินที่เคยมาใช่วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์ฯ	อายุ			รวม
	20-30ปี	31-40ปี	มากกว่า 40 ปี	
ไม่เกิน 30,000 บาท	32	44	26	102
30,001 - 50,000 บาท	9	54	45	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	-	14	13	27
รวม	41	112	84	237

$$\chi^2 = 27.287 \quad p = 0.000$$

$$\text{Somers's } d = 0.264 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000.$$

จากตาราง 18 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 -30 ปี เคยมาใช่วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 32 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 9 คน ส่วนจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีและมากกว่า 40 ปี เคยมาใช่วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 54 และ 45 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 44 และ 26 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนเงินที่มาใช่วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยสัมประสิทธิ์ Somers's d อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มีระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.264 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	อายุ			รวม
	20-30ปี	31-40ปี	มากกว่า 40 ปี	
6 - 12 เดือน	13	33	29	75
15 - 21 เดือน	16	27	23	66
24 - 30 เดือน	8	41	18	67
36 - 48 เดือน	4	11	14	29
รวม	41	112	84	237

$$\chi^2 = 10.141 \quad p = 0.119$$

จากตาราง 19 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 30 ปี ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือน จำนวน 16 คน รองลงมาคือ 6 -12 เดือน จำนวน 13 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 - 40 ปี ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือน มากที่สุดจำนวน 41 คน รองลงมาคือ 6 -12 เดือน จำนวน 33 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุดจำนวน 29 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 23 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.119 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	อายุ			รวม
	20-30ปี	31-40ปี	มากกว่า 40 ปี	
แนะนำ	36	105	73	214
ไม่แนะนำ	5	7	11	23
รวม	41	112	84	237

$$\chi^2 = 2.918 \quad P = 0.233$$

จากตาราง 20 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 - 30 31 - 40 และ มากกว่า 40 ปี แนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ จำนวน 38 105 และ 73 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.233 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	รายได้			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
ธนาคารพาณิชย์	18	41	25	84
บริษัทเงินทุน	11	23	2	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	5	26	11	42
สหกรณ์ / อื่น ๆ	21	38	16	75
รวม	55	128	54	237

$$\chi^2 = 12.486 \quad p = 0.052$$

จากตาราง 21 พบว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์และอื่น ๆ มากที่สุดจำนวน 21 คน รองลงมาคือธนาคารพาณิชย์จำนวน 18 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุดจำนวน 41 คน รองลงมาคือสหกรณ์และอื่น ๆ จำนวน 38 คน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท ขึ้นไป เคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 25 คน รองลงมาคือสหกรณ์และอื่น ๆ จำนวน 16 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์
เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์	รายได้			รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป	
2 ครั้ง	38	80	38	156
3 ครั้ง	9	35	10	54
4 - 5 ครั้ง	8	13	6	14
รวม	55	128	54	237

$$\chi^2 = 3.723 \quad p = 0.445$$

จากตาราง 22 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 และมากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวน 38 80 และ 38 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 9 35 และ 10 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.445 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต
ยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์	รายได้			รวม
	น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ไม่เกิน 30,000 บาท	84	11	7	102
30,001 - 50,000 บาท	86	15	7	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	13	7	7	27
รวม	183	33	21	237

$$\chi^2 = 16.923 \quad p = 0.002$$

Somers'd = 0.163 Approx. Sig = 0.012

จากตาราง 23 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 86 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 84 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 15 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 11 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือไม่เกิน 30,000 , 30,001 - 50,000 บาท และมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนเท่ากันคือ 7 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนเงินที่มาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิธีสัมประสิทธิ์ Somers's d รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มีระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.163 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	รายได้				รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
6 - 12 เดือน	23	34	11	7	75
15 - 21 เดือน	13	40	10	3	66
24 - 30 เดือน	17	35	11	4	67
36 - 48 เดือน	2	19	1	7	29
รวม	55	128	33	21	237

$$\chi^2 = 20.298$$

$$p = 0.016$$

$$\text{Cramer's } V = 0.169$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.016$$

จากตาราง 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 23 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 17 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือน มากที่สุดจำนวน 40 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 35 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 และ 24 - 30 เดือนมากที่สุดจำนวนเท่ากันคือ 11 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 10 คน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 และ 36 - 48 เดือนมากที่สุดจำนวนเท่ากันคือ 7 คน รองลงมา 24 - 30 เดือน จำนวน 4 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.169 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อ กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	รายได้				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	มากกว่า 30,000	
	บาท	บาท	บาท	บาท	
แนะนำ	53	114	29	18	214
ไม่แนะนำ	2	14	4	3	23
รวม	55	128	33	21	237

$$\chi^2 = 3.256 \quad p = 0.354$$

จากตาราง 25 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท แนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ จำนวน 53 114 29 และ 18 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.354 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : การศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี	
ธนาคารพาณิชย์	37	47	84
บริษัทเงินทุน	21	15	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	19	23	42
สหกรณ์ / อื่น ๆ	36	3	75
รวม	113	124	237

$$\chi^2 = 2.186 \quad p = 0.535$$

จากตาราง 26 พบว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เคยใช้สินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุดจำนวน 37 คน รองลงมาคือ สหกรณ์ และอื่น ๆ จำนวน 36 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เคยใช้สินเชื่อกับธนาคารอาคารพาณิชย์มากที่สุดจำนวน 47 คน รองลงมาคือธนาคารอาคารสงเคราะห์จำนวน 23 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.535 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ
สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อ กับสหกรณ์	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูง กว่าปริญญาตรี	
2 ครั้ง	75	81	156
3 ครั้ง	28	26	54
4 - 5 ครั้ง	10	17	27
รวม	113	124	237

$$\chi^2 = 1.613 \quad p = 0.447$$

จากตาราง 27 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เคยใช้สินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวน 75 และ 81 รองลงมา คือ 3 ครั้ง 28 และ 26 ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.447 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมา ใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต
ยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูง กว่าปริญญาตรี	
ไม่เกิน 30,000 บาท	53	49	102
30,001 - 50,000 บาท	52	56	108
50,001 - 70,000 บาท	4	12	16
70,001 บาท ขึ้นไป	4	7	11
รวม	113	124	237

$$\chi^2 = 4.623 \quad p = 0.202$$

จากตาราง 28 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรีเคยมาใช้วง เงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 53 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท

จำนวน 52 คน ส่วนจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เคยมา
ใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯมากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 56 คน รองลงมาคือ ไม่เกิน
30,000 บาท จำนวน 49 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.202 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
ของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนเงินที่มา
ใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูง กว่าปริญญาตรี	
6 - 12 เดือน	39	36	75
15 - 21 เดือน	34	32	66
24 - 30 เดือน	33	34	67
36 - 48 เดือน	7	22	29
รวม	113	124	237
$\chi^2 = 7.460$			
$p = 0.059$			

จากตาราง 29 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ใช้ระยะเวลาการผ่อน
ชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือน จำนวน 39 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 34 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
การศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน
36 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน มีจำนวนคือ 34 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.059 ซึ่ง
มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ
ของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการ
ผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการ
 สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีและสูง กว่าปริญญาตรี	
แนะนำ	103	111	214
ไม่แนะนำ	10	13	23
รวม	113	124	237

$$\chi^2 = 0.180$$

$$p = 0.671$$

จากตาราง 30 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ จำนวน 103 และ 111 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.671 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 5 จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : จำนวนเงินหุ้นไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ	จำนวนเงินหุ้น				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001- 20,000	20,001 - 30,000	มากกว่า 30,000	
	บาท	บาท	บาท	บาท	
ธนาคารพาณิชย์	43	14	11	16	84
บริษัทเงินทุน	19	6	4	7	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	17	10	8	7	42
สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ	31	17	15	12	75
รวม	110	47	38	42	237

$$\chi^2 = 12.653 \quad p = 0.395$$

จากตาราง 31 พบว่าสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท เคยใช้สินเชื่อมากที่สุดคือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 43 และ 16 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ จำนวน 31 และ 12 คน ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้น 10,001 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือสหกรณ์ฯ / อื่น ๆ จำนวน 17 คน และ 15 รองลงมาคือธนาคารพาณิชย์จำนวน 14 และ 11 คนตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.395 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า จำนวนเงินหุ้นไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ
สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงิน สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	จำนวนเงินหุ้น				รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท	
2 ครั้ง	82	31	11	32	156
3 ครั้ง	19	12	18	5	54
4 - 5 ครั้ง	9	4	9	5	14
รวม	110	47	38	42	237

$$\chi^2 = 30.079 \quad p = 0.000$$

$$\text{Somers'd} = 0.127 \quad \text{Approx. Sig} = 0.027$$

จากตาราง 32 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 10,001 - 20,000 และมากกว่า 30,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 2 ครั้ง มีจำนวน 82 31 และ 32 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 19 12 และ 5 คน ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้น 20,001 - 30,000 เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือจำนวน 3 ครั้ง จำนวน 18 คน รองลงมาคือ 2 ครั้ง จำนวน 11 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Somers'd จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มีระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.127 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับวงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์
เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์	จำนวนเงินหุ้น			รวม
	น้อยกว่า 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท	
ไม่เกิน 30,000 บาท	96	4	2	102
30,001 - 50,000 บาท	57	29	22	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	4	5	18	27
รวม	157	38	42	237

$$\chi^2 = 94.243 \quad p = 0.000$$

$$\text{Somers'd} = 0.541 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000.$$

จากตาราง 33 พบว่าจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 20,000 บาท ใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 96 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 57 คน ส่วนจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้น 20,001 - 30,000 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 29 คน รองลงมาคือ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 5 คน ส่วนจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นมากกว่า 30,001 บาท เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 22 คน รองลงมาคือมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไปจำนวน 18 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนเงินที่ใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยความวิธีสัมประสิทธิ์ Somers'd จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มีระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.541 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้น กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	จำนวนเงินหุ้น				รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
6 - 12 เดือน	50	15	4	6	75
15 - 21 เดือน	26	16	11	13	66
24 - 30 เดือน	28	12	14	13	67
36 - 48 เดือน	6	4	9	10	29
รวม	110	47	38	42	237

$$\chi^2 = 32.358$$

$$p = 0.000$$

$$\text{Cramer's } V = 0.213$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 34 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือน จำนวน 50 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 28 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้น 10,001 - 20,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือน มากที่สุดจำนวน 16 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 15 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้น 20,001 - 30,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือนมากที่สุดจำนวน 14 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 11 คน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นมากกว่า 30,000 บาท ใช้ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 และ 24 - 30 มีจำนวนเท่ากันคือ 13 คน รองลงมาคือ 36 - 48 เดือน จำนวน 10 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยสัมพันธ์ Cramer's V จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.213 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินหุ้นกับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการ
สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	จำนวนเงินหุ้น				รวม
	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
แนะนำ	106	38	35	35	214
ไม่แนะนำ	4	9	3	7	23
รวม	110	47	38	42	237

$$\chi^2 = 11.872$$

$$p = 0.008$$

$$\text{Cramer's } V = 0.224$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.008$$

จากตาราง 35 พบว่าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 และมากกว่า 30,000 แนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ จำนวน 106 38 35 และ 35 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V จำนวนเงินหุ้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.224 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 6 อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : อายุการเป็นสมาชิกไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ	อายุการเป็นสมาชิก				รวม
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 4 ปี	มากกว่า 4 ปี	
ธนาคารพาณิชย์	24	31	11	18	84
บริษัทเงินทุน	9	10	8	9	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	5	12	13	12	42
สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ	6	28	31	10	75
รวม	44	81	63	49	237

$$\chi^2 = 28.082$$

$$p = 0.001$$

$$\text{Cramer's } V = 0.199$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.001$$

จากตาราง 36 พบว่า สถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 24 คน รองลงมาคือ บริษัทเงินทุน จำนวน 9 คน สถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุการเป็นสมาชิก 1 - 2 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 31 คน รองลงมาคือ สหกรณ์ฯ และอื่น ๆ จำนวน 28 คน สถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุการเป็นสมาชิก 3 - 4 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด คือ สหกรณ์ฯ และอื่น ๆ จำนวน 31 คน รองลงมาคือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 13 คน ส่วนสถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุการเป็นสมาชิกมากกว่า 4 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด คือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 18 คน รองลงมาคือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 12 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความมีนัยสัมประสิทธิ์ Cramer's V อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มีระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.199 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับจำนวนที่เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อ
กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อ กับสหกรณ์	อายุการเป็นสมาชิก			รวม
	น้อยกว่า 2 ปี	3 - 4 ปี	มากกว่า 4 ปี	
2 ครั้ง	99	32	25	156
3 ครั้ง	19	18	17	54
4 - 5 ครั้ง	7	13	7	27
รวม	125	63	49	237

$$\chi^2 = 23.089 \quad p = 0.000$$

$$\text{Somers's } d = 0.256 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

จากตาราง 37 พบว่า จำนวนครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิกละ 2 ปี 3 - 4 ปี และมากกว่า 4 ปี เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อกับสหกรณ์จำนวน 2 ครั้งมากที่สุดจำนวน 99 32 และ 25 คน รองลงมาคือ 3 ครั้งจำนวน 19 18 และ 17 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยสัมพันธ์ Somers's d อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มีระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.256 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับวงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับ
สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์	อายุการเป็นสมาชิก			รวม
	น้อยกว่า 2 ปี	3 - 4 ปี	มากกว่า 4 ปี	
ไม่เกิน 30,000 บาท	86	14	2	102
30,001 - 50,000 บาท	37	41	30	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	2	8	17	27
รวม	125	63	49	237

$\chi^2 = 91.759$ $p = 0.000$
 Somers'd = 0.559 Approx. Sig = 0.000.

จากตาราง 38 พบว่า วงเงินสินเชื่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 2 ปี ใช้มากที่สุด คือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 86 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 37 คน วงเงินสินเชื่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิก 3 - 4 ปี ใช้มากที่สุด คือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 41 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 14 คน ส่วนวงเงินสินเชื่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิกมากกว่า 4 ปี ใช้มากที่สุด คือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 30 คน รองลงมาคือ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 17 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านวงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Somers'd อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์มีระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.559 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	อายุการเป็นสมาชิก				รวม
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 4 ปี	มากกว่า 4 ปี	
6 - 12 เดือน	22	41	7	5	75
15 - 21 เดือน	12	24	15	15	66
24 - 30 เดือน	6	12	32	17	67
36 - 48 เดือน	4	4	9	12	29
รวม	44	81	63	49	237

$$\chi^2 = 60.662$$

$$p = 0.000$$

$$\text{Cramer's } V = 0.292$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี ใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 22 และ 41 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 12 และ 24 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิก 3 - 4 ปี และมากกว่า 4 ปี ใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือนมากที่สุด จำนวน 32 และ 17 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 15 และ 15 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยสัมพันธ์ Cramer's V อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.292 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุการเป็นสมาชิก กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มา ใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์	อายุการเป็นสมาชิก				รวม
	น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	3 - 4 ปี	มากกว่า 4 ปี	
แนะนำ	42	77	59	36	214
ไม่แนะนำ	2	4	4	13	23
รวม	44	81	63	49	237

$$\chi^2 = 20.077$$

$$p = 0.000$$

$$\text{Cramer's } V = 0.291$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี 1 - 2 ปี 3 - 4 ปี และมากกว่า 4 ปี จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มากที่สุด จำนวน 42 77 59 และ 36 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V อายุการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.291 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : ประเภทสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 41 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินเชื่อ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	ประเภทสินเชื่อ			
	ฉุกเฉิน	สามัญ	พิเศษ	รวม
ธนาคารพาณิชย์	20	56	8	84
บริษัทเงินทุน	12	22	2	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	5	34	3	42
สหกรณ์ฯ	17	35	12	64
อื่น ๆ	2	4	5	11
รวม	56	151	30	237

$$\chi^2 = 22.792$$

$$p = 0.004$$

$$\text{Cramer's } V = 0.219$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.004$$

จากตาราง 41 พบว่า สถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทฉุกเฉินและประเภทสามัญเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 20 และ 56 คน รองลงมาคือสหกรณ์ฯ จำนวน 17 และ 35 คน ส่วนสถาบันการเงินของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทพิเศษเคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มากที่สุด จำนวน 12 คน รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 8 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยประสิทธิ Cramer's V ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.219 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินเชื่อ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ
สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์	ประเภทสินเชื่อ			
	ฉุกเฉิน	สามัญ	พิเศษ	รวม
2 ครั้ง	40	96	20	156
3 ครั้ง	11	36	7	54
4 - 5 ครั้ง	5	19	3	27
รวม	56	151	30	237

$$\chi^2 = 1.244 \quad p = 0.871$$

จากตาราง 42 พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทฉุกเฉิน ประเภทสามัญ และประเภทพิเศษ เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ มากที่สุด 2 ครั้ง จำนวน 40 96 และ 20 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 11 36 และ 7 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.871 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ประเภทสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินเชื่อ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์
เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์	ประเภทสินเชื่อ			
	ฉุกเฉิน	สามัญ	พิเศษ	รวม
ไม่เกิน 30,000 บาท	29	63	10	102
30,001 - 50,000 บาท	25	67	16	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	2	21	4	27
รวม	56	151	30	237

$$\chi^2 = 6.112 \quad P = 0.191$$

จากตาราง 43 พบว่า วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทฉุกเฉินเคยใช้กับสหกรณ์ มากที่สุดคือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 29 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 25 คน ส่วนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทสามัญและประเภทพิเศษเคยใช้กับสหกรณ์ มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 67 และ 16 คน รองลงมาคือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 63 และ 10 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.191 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ประเภทสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินเชื่อ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	ประเภทสินเชื่อ			รวม
	ฉุกเฉิน	สามัญ	พิเศษ	
6 - 12 เดือน	21	43	11	75
15 - 21 เดือน	11	51	4	66
24 - 30 เดือน	22	33	12	67
36 - 48 เดือน	2	24	3	29
รวม	56	151	30	237

$$\chi^2 = 18.125$$

$$p = 0.006$$

$$\text{Cramer's } V = 0.277$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.006$$

จากตาราง 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทฉุกเฉินและประเภทพิเศษใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือนมากที่สุด จำนวน 22 และ 12 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 21 และ 11 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทสามัญใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือนมากที่สุด จำนวน 51 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 43 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V ประเภทสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.277 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทสินเชื่อ กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์	ประเภทสินเชื่อ			รวม
	ฉุกเฉิน	สามัญ	พิเศษ	
แนะนำ	51	134	29	214
ไม่แนะนำ	5	17	1	23
รวม	56	151	30	237

$$\chi^2 = 1.844$$

$$p = 0.398$$

จากตาราง 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้สินเชื่อประเภทฉุกเฉิน ประเภทสามัญ และประเภทพิเศษจะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มากที่สุด จำนวน 51 134 และ 29 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.398 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ประเภทสินเชื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 8 ราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H_1 : ราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ	ราคา		รวม
	ปานกลาง	มาก	
ธนาคารพาณิชย์	39	45	84
บริษัทเงินทุน	15	21	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	11	31	42
สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ	32	43	75
รวม	97	140	237

$$\chi^2 = 4.926$$

$$p = 0.177$$

จากตาราง 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับปานกลางและระดับมาก เคยใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ มากที่สุดจำนวน 39 และ 45 คน รองลงมาคือ สหกรณ์ฯ/อื่น ๆ จำนวน 32 และ 43 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.177 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้จ่ายเงิน สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	ราคา		
	ปานกลาง	มาก	รวม
2 ครั้ง	68	88	156
3 ครั้ง	19	35	54
4 - 5 ครั้ง	10	17	27
รวม	97	140	237

$$\chi^2 = 1.363 \quad p = 0.506$$

จากตาราง 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับระดับปานกลาง และในระดับมากมีจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯมากที่สุด คือ 2 ครั้ง จำนวน 68 และ 88 คน รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 19 และ 35 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.506 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้จ่ายเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 48 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต
ยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์ฯ	ราคา		รวม
	ปานกลาง	มาก	
ไม่เกิน 30,000 บาท	39	63	102
30,001 - 50,000 บาท	46	62	108
มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	12	15	27
รวม	97	140	237

$$\chi^2 = .568 \quad p = 0.753$$

จากตาราง 48 พบว่า วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาในระดับปานกลาง ใช้มากที่สุด คือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 46 คน รองลงมาคือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 39 คน ส่วนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาในระดับมากใช้มากที่สุดคือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 63 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 62 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	ราคา		รวม
	ปานกลาง	มาก	
6 - 12 เดือน	36	39	75
15 - 21 เดือน	30	36	66
มากกว่า 21 เดือน	31	65	67
รวม	97	140	237

$$\chi^2 = 5.072 \quad p = 0.079$$

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับปานกลางใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 36 คน รองลงมาคือมากกว่า 21 เดือน จำนวน 31 คน

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้มากกว่า 21 เดือนจำนวน 65 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 39 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.079 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 50 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างราคา กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อ กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	ราคา		
	ปานกลาง	มาก	รวม
แนะนำ	80	134	214
ไม่แนะนำ	17	6	23
รวม	97	140	237

$$\chi^2 = 11.463$$

$$p = 0.001$$

$$\text{Cramer's } V = 0.220$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.001$$

จากตาราง 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับ ปานกลาง และมากจะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุด จำนวน 80 และ 134 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า ราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V ราคามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.220 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 9 สถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : สถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : สถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 51 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ	สถานที่			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ธนาคารพาณิชย์	13	57	14	84
บริษัทเงินทุน	6	18	12	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	4	36	2	42
สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ	6	44	25	75
รวม	29	155	53	237

$$\chi^2 = 20.214$$

$$p = 0.003$$

$$\text{Cramer's } V = 0.292$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.003$$

จากตาราง 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับน้อยเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมาคือ บริษัทเงินทุน สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ เท่ากันจำนวน 6 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับปานกลางเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 57 คน รองลงมาคือ สหกรณ์ฯ / อื่น ๆ จำนวน 44 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับมากเคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯมากที่สุด จำนวน 25 คน รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 14 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า สถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V สถานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.292 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 52 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์
เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ สหกรณ์	สถานที่			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
2 ครั้ง	14	108	34	156
3 ครั้ง	8	31	35	54
4 - 5 ครั้ง	7	16	4	27
รวม	29	155	53	237

$$\chi^2 = 8.237 \quad p = 0.083$$

จากตาราง 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับน้อย ปานกลาง มีจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มากที่สุด คือ 2 ครั้ง จำนวน 14 และ 108 คน รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 8 และ 31 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับมากมีจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ มากที่สุด คือ 3 ครั้ง จำนวน 35 คน รองลงมาคือ 2 ครั้ง จำนวน 34 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.083 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า สถานที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิต
ยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์	สถานที่			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ไม่เกิน 30,000 บาท	12	63	27	102
30,001 - 50,000 บาท	15	70	23	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	2	22	3	27
รวม	29	155	53	237

$$\chi^2 = 4.404 \quad p = 0.354$$

จากตาราง 53 พบว่า วงเงินสินเชื่อต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับสถานที่ในระดับน้อยและในระดับปานกลางมากที่สุดคือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 15 และ 70 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 12 และ 63 คน ส่วนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญ

กับสถานที่ในระดับมากที่สุด คือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 27 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 23 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.354 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า สถานที่ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 54 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	สถานที่			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
6 - 12 เดือน	13	55	7	75
15 - 21 เดือน	11	31	24	66
24 - 30 เดือน	3	47	17	67
36 - 48 เดือน	2	22	5	29
รวม	29	155	53	237

$$\chi^2 = 23.580$$

$$p = 0.001$$

$$\text{Cramer's } V = 0.315$$

$$\text{Approx. Sig.} = 0.001$$

จากตาราง 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับน้อยใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 13 คน รองลงมาคือ 15 - 21 เดือน จำนวน 11 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับปานกลางใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 55 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 47 คน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับมากที่สุดใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือนมากที่สุด จำนวน 24 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 17 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.315 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการสินเชื่อ
กับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการสินเชื่อ กับสหกรณ์	สถานที่			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
แนะนำ	18	147	49	214
ไม่แนะนำ	11	8	4	23
รวม	29	155	53	237

$$\chi^2 = 30.300 \quad p = 0.000$$

$$\text{Cramer's } V = 0.358 \quad \text{Approx. Sig.} = 0.000$$

จากตาราง 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านสถานที่ในระดับน้อย ปานกลาง และมาก จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์มากที่สุด จำนวน 18 147 และ 49 คนตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบต่อด้วยความวิสัยสัมพันธ์ Cramer's V สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.358 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 10 การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

HO : ประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

H1 : ประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ตาราง 56 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ

สถาบันการเงินที่เคยใช้บริการ สินเชื่อ	ประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ธนาคารพาณิชย์	42	34	8	84
บริษัทเงินทุน	12	17	7	36
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	15	16	11	42
สหกรณ์ / อื่น ๆ	30	26	19	75
รวม	99	93	45	237

$$\chi^2 = 10.136 \quad p = 0.119$$

จากตาราง 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยและปานกลางเคยใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์มากที่สุด จำนวน 42 และ 34 คน รองลงมาคือ สหกรณ์/อื่น ๆ จำนวน 30 และ 26 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับมากเคยใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์อื่น ๆ มากที่สุดจำนวน 19 คน รองลงมาคือ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำนวน 11 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.119 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อ กับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

จำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงิน สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	การประชาสัมพันธ์			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
2 ครั้ง	68	56	32	156
3 ครั้ง	20	23	11	54
4 - 5 ครั้ง	11	14	2	27
รวม	99	93	45	237

$$\chi^2 = 4.266 \quad p = 0.371$$

จากตาราง 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย ปานกลาง และมาก มีจำนวนครั้งที่เคยมาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ มากที่สุด คือ 2 ครั้ง จำนวน 68 56 และ 32 คน ตามลำดับ รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 20 23 และ 11 คน ตามลำดับ

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านจำนวนครั้งที่เคยมาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ใช้กับ สหกรณ์ฯ	การประชาสัมพันธ์			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ไม่เกิน 30,000 บาท	48	34	20	102
30,001 - 50,000 บาท	40	45	23	108
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	11	14	2	27
รวม	99	93	45	237

$$\chi^2 = 5.663 \quad p = 0.226$$

จากตาราง 58 พบว่า วงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยใช้มากที่สุด คือ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 48 คน รองลงมาคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 40 คน ส่วนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งที่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางและมากใช้มากที่สุดคือ 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 45 และ 23 คน รองลงมาคือไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 34 และ 20 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านวงเงินสินเชื่อครั้งที่ใช้กับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ กับระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้

ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้	การประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
6 - 12 เดือน	39	24	12	75
15 - 21 เดือน	23	32	11	66
24 - 30 เดือน	27	23	17	67
36 - 48 เดือน	10	14	5	29
รวม	99	93	45	237

$$\chi^2 = 8.519 \quad p = 0.202$$

จากตาราง 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือนมากที่สุด จำนวน 39 คน รองลงมาคือ 24 - 30 เดือน จำนวน 27 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลางใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 15 - 21 เดือนมากที่สุด จำนวน 32 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 24 คน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับมากใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ 24 - 30 เดือนมากที่สุด จำนวน 17 คน รองลงมาคือ 6 - 12 เดือน จำนวน 12 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.202 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

การแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาให้บริการ สินเชื่อกับสหกรณ์ฯ	การประชาสัมพันธ์			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
แนะนำ	87	85	42	214
ไม่แนะนำ	12	8	3	23
รวม	99	93	45	237

$$\chi^2 = 1.263 \quad p = 0.532$$

จากตาราง 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย ปานกลาง และมาก ส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ จำนวน 87 85 และ 42 คน

เมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square Test พบว่ามีความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.532 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์ฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม				
	ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน				
	กลุ่มไทยสมุทร จำกัด				
	สถาบันการเงิน ที่เคยใช้	จำนวนครั้งที่ เคยใช้สินเชื่อ	จำนวนวงเงิน สินเชื่อต่อครั้ง	ระยะเวลาใน การผ่อนชำระ เงินกู้	การแนะนำ เพื่อนสมาชิก
สมมติฐานข้อ 1 เพศ	X	X	X	X	X
สมมติฐานข้อ 2 อายุ	X	X	/	X	X
สมมติฐานข้อ 3 รายได้	X	X	/	/	X
สมมติฐานข้อ 4 ระดับการศึกษา	X	X	X	X	X
สมมติฐานข้อ 5 จำนวนเงินหุ้น	X	/	/	/	/
สมมติฐานข้อ 6 อายุการเป็นสมาชิก	/	/	/	/	/
สมมติฐานข้อ 7 ประเภทสินเชื่อ	/	X	X	/	X
สมมติฐานข้อ 8 ราคา	X	X	X	/	/
สมมติฐานข้อ 9 สถานที่	/	X	X	/	/
สมมติฐานข้อ 10 การประชาสัมพันธ์	X	X	X	X	X

เครื่องหมาย / เท่ากับสอดคล้องกับสมมติฐาน

เครื่องหมาย X เท่ากับไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยนี้มุ่งการศึกษา ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของสมาชิกที่มีต่อการบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลการวิจัยครั้งนี้เสนอต่อคณะกรรมการดำเนินงาน ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา และปรับปรุงการบริหารงานในอนาคตให้เป็นไปตามมาตรฐานการบริการ เป็นการสร้างประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งสร้างจุดแข็งให้กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจที่จะศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในธุรกิจสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

สมมติฐานการศึกษาค้นคว้า

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
3. รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
4. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
5. จำนวนเงินหุ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
6. อายุการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
7. ประเภทสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

8. ราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
9. สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด
10. การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาสมาชิกที่ใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งกลุ่มของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2547 มีจำนวน 427 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของสมาชิกที่ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน มีจำนวนทั้งสิ้น 427 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (Yamane, 1973 : 125) อ้างในยุทธิ ไกยวรรณ. 2545 : 107 ได้กลุ่มตัวอย่าง 206 คน โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และสำรองข้อมูลได้เพื่อป้องกันความผิดพลาด 10% ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 237 ตัวอย่าง และในการเก็บข้อมูลจริงได้จำนวน กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 237 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย มีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการวัดระดับความพึงพอใจของการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ฯ ในด้านราคา สถานที่ และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานในการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทของสินเชื่อ
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์ฯ ในด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยลักษณะของคำถามใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale จำนวน 16 ข้อ
 - ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลใช้วัดความพึงพอใจจำนวน 5 ข้อ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อคณะกรรมการทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม
5. แบบสอบที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว จะนำไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับ สมาชิกของสหกรณ์ฯ ประมาณ 10% ของตัวอย่างทั้งหมด ได้เท่ากับ 30 ตัวอย่าง
6. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือก โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546 : 449)
7. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมด้วยตนเอง โดยทำการเริ่มแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างวันที่ 1 ธันวาคม ถึง 31 ธันวาคม 2547 วันจันทร์ ถึงวันศุกร์

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ทำการลงรหัสแล้ว นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ใน 3 ด้านได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้แก่สถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งในการมาใช้วงเงินสินเชื่อกับ

สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด วงเงินที่ใช้สินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ และการแนะนำเพื่อสมาชิก โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square (χ^2 -test) Cramer's V และ Somer's D

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าและผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาสูงสุด จำนวนเงินหุ้น อายุการเป็นสมาชิก และประเภทสินเชื่อ

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 53.20
2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.30
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54
4. ระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรีซึ่งมีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 47.70
5. จำนวนเงินหุ้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนเงินหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.40
6. อายุการเป็นสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุการเป็นสมาชิก 1 - 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.20
7. ประเภทสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้สินเชื่อประเภทสามัญ คิดเป็นร้อยละ 63.70

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านประชาสัมพันธ์

1. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการไม่คิดอัตราดอกเบี้ยปรับเมื่อสมาชิกชำระล่าช้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.97
2. ด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเข้าถึงติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.78
3. ด้านประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการแจกแผ่นพับไปยังสมาชิกตามสาขาของ บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.88

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ได้แก่ สถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งในการมาใช้วงเงินสินเชื่อ กับสหกรณ์ วงเงินที่ใช้สินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์ ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อนสมาชิก

1. สถาบันการเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 35.40
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์จำนวน 2 ครั้งมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 65.80
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้วงเงินสินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์จำนวน 30,001 - 50,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.60
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้ระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้ 6 - 12 เดือน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.60
5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะ แนะนำเพื่อนสมาชิกให้มาใช้บริการสินเชื่อกับสหกรณ์คิดเป็นร้อยละ 90.30

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ผลการทดสอบความสัมพันธ์

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อกับสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนวงเงินที่ใช้สินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 10 การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

ผลการทดสอบความสัมพันธ์

1.การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อกับสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนวงเงินที่ใช้สินเชื่อต่อครั้งกับสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านการแนะนำเพื่อนสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การวิจัยนี้มุ่งการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด โดยผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในทุกด้านได้แก่ ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนเงินสินเชื่อต่อครั้งระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อนสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสมาชิกของสหกรณ์ที่มาใช้บริการสินเชื่อนั้นมีทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ทุกคนที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์จะสามารถมาใช้บริการตามเงื่อนไข และบริการตามที่สหกรณ์กำหนดไว้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง กุญแจนาท (2545:65) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารต่างกัน โดยลูกค้าเพศชายมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารสูงกว่าลูกค้าเพศหญิง

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้ง ทั้งนี้เนื่องมาจากสมาชิกมีความจำเป็นต้องรับผิดชอบดูแลครอบครัวทำให้มีค่าใช้จ่ายมากขึ้นจึงจำเป็นต้องใช้วงเงินสินเชื่อต่อครั้งมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนราเขต ยิ้มสุข (2547:113) ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบ้านจัดสรรโครงการบริษัท เอ็น.ซี. เฮาส์ ซึ่ง จำกัด พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าบ้านจัดสรรในโครงการของ บริษัท เอ็น.ซี. เฮาส์ซึ่ง จำกัด โดยทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

3. รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัดในด้านจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสมาชิกที่มีรายได้มากมีความสามารถในการสะสมค่าหุ้นได้มากทำให้มีส่วนในการใช้สินเชื่อกับสหกรณ์ ในด้านจำนวนวงเงินที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์เจนนาค (2545:62) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารต่างกันโดยที่ลูกค้าที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจในการให้บริการด้านพนักงาน ด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์สูงกว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และสูงกว่าลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท

4. ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในทุกด้านได้แก่ สถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานที่สมัครเข้ามาเป็นสมาชิกและมาใช้สินเชื่อกับสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ใกล้เคียงกันคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ซึ่งมีความพึงพอใจในการใช้สินเชื่อในแต่ละด้านใกล้เคียงกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์เจนนาค (2545:62) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารในด้านพนักงานด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันโดยลูกค้าที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารสูงกว่าลูกค้าที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

5. จำนวนเงินหุ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้การแนะนำเพื่อสมาชิก ทั้งนี้เนื่องมาจากสหกรณ์ได้กำหนดขอบเขตการเป็นสมาชิก โดยการสะสมค่าหุ้นสมาชิกที่สะสมเงินหุ้นจำนวนมากจะได้รับสัดส่วนการพิจารณาวงเงินสินเชื่อมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเทม มิตร์จิต (2545:75) ในเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน โพธิ์ลอยพัฒนา จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าสมาชิกที่มีจำนวนเงินหุ้นต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียนโพธิ์ลอยพัฒนา จำกัด โดยรวมแตกต่างกันในด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านอาคารสถานที่

6. อายุการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุการเป็นสมาชิกมากทำให้จำนวนเงินหุ้นของสมาชิกมากขึ้นตามระยะเวลาการสะสม ดังนั้นทำให้สัดส่วนการพิจารณาเงินสินเชื่อมากตามจำนวนเงินหุ้นที่สะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์จนาค (2545:65) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารต่างกันโดยลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารสูงกว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี และลูกค้าที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้าตั้งแต่ 3-5 ปี

7. ประเภทสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด สถาบันการเงินที่เคยใช้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ ทั้งนี้เนื่องมาจากสมาชิกที่มีการสะสมค่าหุ้นจำนวนมากจะใช้สินเชื่อประเภทที่วงเงินสูง และทำให้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้นานขึ้นตามไปด้วย ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์จนาค (2545:62) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการประเภทสินเชื่อต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน ลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากมีความพึงพอใจในการให้บริการสูงกว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ

8. ราคา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อสมาชิกทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสหกรณ์กำหนดอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่นทั่วไป เนื่องจากสหกรณ์มีนโยบายในการช่วยเหลือเพื่อนสมาชิก และมีระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ที่ยาวนานตามความสามารถของสมาชิกที่มาใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจเสฏฐ์ เรื่องอินทร์ (2547:118) ในเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันในด้านราคา ในเรื่องสามารถใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้พิเศษ เรื่องค่าธรรมเนียมอนุมัติวงเงิน 1,500 - 2,500 บาท และเรื่องยกเว้นค่าธรรมเนียมอนุมัติวงเงินในโครงการที่สนับสนุน

9. สถานที่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้ ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อสมาชิก ทั้งนี้เนื่องมาจากสมาชิกส่วนใหญ่พึงพอใจต่อสภาพตัวอาคาร มีความสะดวกสบายในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์จนาค (2545:65) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสภาพตัวอาคารของธนาคารที่ใหญ่โต โอ่อ่า น่าเชื่อถือ ทำให้ที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ

10. การประชาสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในทุกด้านได้แก่ ด้านสถาบันการเงินที่เคยใช้ จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสมาชิกที่มาใช้สินเชื่อกับสหกรณ์นั้นส่วนใหญ่จะใช้สินเชื่อกับสหกรณ์ตามความจำเป็นของตัวสมาชิกเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบง ฤกษ์จนาค (2545:64) ในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ที่ได้รับจากธนาคารว่ามีความถูกต้อง เชื่อถือได้ เป็นปัจจุบัน ทันสมัย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะด้านต่างดังนี้

1. อายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้ง ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ที่กลุ่มเป้าหมายหลักของสหกรณ์ที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ซึ่งในวัยรับผิดชอบและดูแลครอบครัว ซึ่งมีความต้องการใช้เงินค่อนข้างมากในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการดำเนินการของทางสหกรณ์อย่างยิ่ง ในการวางแผนทางการตลาดสำหรับสมาชิกกลุ่มนี้ให้มากขึ้น โดยการขยายฐานเพดานจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งให้มากขึ้นตามความจำเป็นในการใช้วงเงินสินเชื่อในแต่ละครั้ง

2. รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในด้านจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้ง เนื่องจากฐานรายได้ของพนักงาน บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด อยู่ในระดับต่ำมากโดยเฉพาะพนักงานในระดับล่าง จากการสัมภาษณ์ข้อมูลส่วนตัวจากสมาชิกผู้ทำให้ทราบว่าพนักงาน บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าครองชีพ ณ ปัจจุบัน จึงเป็นผลทำให้พนักงานจำเป็นต้องใช้สินเชื่อกับสหกรณ์ ดังนั้นสหกรณ์ควรมุ่งเน้นในสมาชิกกลุ่มนี้เป็นหลัก ซึ่งมีประโยชน์กับฝ่ายการตลาดของสหกรณ์ฯ ในการทำส่งเสริมการขายในการประกาศลดอัตราดอกเบี้ยเป็นช่วง ๆ เนื่องจากความสามารถในการชำระของพนักงานระดับนี้มีอยู่อย่างจำกัด และขยายฐานเพดานจำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้งให้มากขึ้น

3. อายุการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในใช้สินเชื่อกับ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด จำนวนครั้งที่เคยใช้สินเชื่อ จำนวนวงเงินสินเชื่อต่อครั้ง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ การแนะนำเพื่อนสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากอายุการเป็นสมาชิกมากทำให้จำนวนเงินหุ้นของสมาชิกมากขึ้นขึ้นตามระยะเวลาการสะสม ทำให้สัดส่วนการพิจารณาวงเงินสินเชื่อมากตามจำนวนเงินหุ้นที่สะสม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการศึกษาของสหกรณ์ฯ ในด้านการรับสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าสินเชื่อ เนื่องจากทางสหกรณ์มีข้อกำหนดสำหรับสิทธิของสมาชิกในการใช้วงเงินสินเชื่อได้ต่อเมื่อสมาชิกสะสมค่าหุ้นได้เป็นเวลา 90 วัน และจะถือว่ามีความสมบูรณ์ด้านสมาชิกภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ สหกรณ์เครดิตยูเนียนกลุ่มไทยสมุทร จำกัด ปัจจุบันทางสหกรณ์ฯยังไม่เปิดบริการสินเชื่อประเภทนี้ ซึ่งสินเชื่อประเภทนี้จะใช้หลักประกันเป็นอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกันวงเงินสินเชื่อ เนื่องจากเป็นสินเชื่อประเภทที่มีความเสี่ยงน้อยกว่าประเภทบุคคลค้ำประกัน

2. ควรทำวิจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อระยะเวลาการพิจารณาสินเชื่อของสหกรณ์ เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด เนื่องจากปัจจุบันทางสหกรณ์ฯยังพบว่าสมาชิกที่ใช้สินเชื่อกับสหกรณ์ฯจะต้องรองในเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระให้ยาวนานมากขึ้นกว่าที่ทางสหกรณ์ฯกำหนดไว้ ซึ่งสมาชิกแต่ละท่านก็มีความต้องการและพึงพอใจของระยะเวลาที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ชันติภาพ. (2546). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- กิตติศักดิ์ มีฤทธิ์. (2545). *ความพึงพอใจในการใช้บริการเครดิตอเมริกันเอ็กซ์เพรส (AMEX)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2521). *การสหกรณ์*. กรุงเทพฯ : กองวิชาการ.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2529). *การสหกรณ์*. กรุงเทพฯ : กองวิชาการ.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2544). *คู่มือสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน*. กรุงเทพฯ : กองวิชาการ.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2544). *คู่มืออุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์*. กรุงเทพฯ : กองวิชาการ.
- กรัณย์ สุทธารมณ. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมรอยัล ไดมอนด์ จังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คอตเลอร์ ฟิลลิป. (2545). *หลักการตลาด*. วารุณี ดันติวงศ์วานิชและคณะ. เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จุมพล สัตยาภรณ์. (2542). *ทัศนะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์. บธ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- โชติช่วง ภิรมย์. (2538). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์*. ภาคนิพนธ์. ศศ.ม. (พัฒนาสังคม) กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เท็ม มิตร์จิต (2545). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน โพธิ์ลอยพัฒนา จำกัด อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นราเขต ยัมสุข (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบ้านจัดสรรโครงการบริษัท เอ็น.ซี. เฮาส์ซิง จำกัด*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด. (2547). *เอกสารเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิต*. กรุงเทพฯ : ฝ่ายประชาสัมพันธ์.
- เบญจเสฏฐ์ เรืองอินทร์ (2547). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- บุษบง กุญแจนาค (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- บุทธิ ไกรวรรณ. (2545). *พื้นฐานการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). "ค่าเฉลี่ยกับการแบ่งความหมาย : เรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้".
ข่าวสารการวิจัยการศึกษา. 18(3) : 8 - 11.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *กลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษาและตัวอย่างข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์*.
 กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์ม
 และโซเท็กซ์ จำกัด.
- อภิรักษ์ จันทานี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : วิ.เจ.พรินติ้ง.
- อนุช ชาญศิริวงศ์. (2546). *การเปรียบเทียบความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตวีซ่าระหว่าง*

- Chaplin, James Patrick. (1968). *Dictionary of Psychology*. New York : Dell Company.
- Cowell ,Donald W. (1994). "Marketing of Services" *Market Book*. P. 666-667. New York : MP Press.
- Kotler, Philip. (1993). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*. 7th ed. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (1996). *Principles of Marketing*. 7th ed. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Longenecker, Justin Gooderi, Barlos W. Moore and J. William Petty. (1997). *Small Business Management*. New York : New York.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988) *A Conceptual model of servicecf quality, and Its implication For Future resesearch*. Journal of Marketing,64 (spring), 12 - 40
- Vavra Teery, G. (1992). *Aftermarketing : How to Keep Customer for Life through Relationship Marketing*. New York : New York.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ
สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้วิจัยมาก ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() 20 - 30 ปี

() 31 - 40 ปี

() มากกว่า 40 ปี

3. รายได้ต่อเดือน

() น้อยกว่า 10,000 บาท

() 10,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท

() มากกว่า 30,001 บาท

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. จำนวนเงินหุ้น

() น้อยกว่า 10,000 บาท

() 10,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 30,000 บาท

() มากกว่า 30,000 บาท

6. อายุการเป็นสมาชิก

() น้อยกว่า 1 ปี

() 1 - 2 ปี

() 3 - 4 ปี

() มากกว่า 4 ปี

7. ประเภทสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการกับสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

() ประเภทฉุกเฉิน

() ประเภทสามัญ

() ประเภทพิเศษ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

คำชี้แจง : สิ่งดังต่อไปนี้มีความสำคัญต่อตัวท่านในการใช้บริการด้านสินเชื่อมาก – น้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องว่าง หน้าข้อที่ต้องการ

ส่วนประสมทางการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านราคา					
1. อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น					
2. อัตราดอกเบี้ยคงที่ตลอดสัญญาเงินกู้					
3. ไม่คิดอัตราดอกเบี้ยปรับเมื่อสมาชิกชำระล่าช้า					
4. การยกเว้นค่าธรรมเนียมในการจดจำนอง					
5. การให้ส่วนลดเงินกู้ต่อหลักประกันเท่ากับ 70 %					
ด้านสถานที่					
6. ความสะดวกสบายในการติดต่อ					
7. การเข้าติดต่อเจ้าหน้าที่ได้อย่างสะดวก					
8. ความโอ้โง่ภายในสหกรณ์ฯ					
9. บรรยากาศความร่มรื่นโดยรวม					
10. ที่พักรอรับบริการ					
11. สถานที่จอดรถสำหรับสมาชิกมาติดต่อ					
12. การตกแต่งบริเวณภายนอกอาคาร					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
13. แจกแผ่นพับ ไปยังสมาชิกตามสาขาของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัดทั่วประเทศ การรับรู้ข่าวสาร การเปลี่ยนแปลง เงื่อนไขการขอสินเชื่อของสหกรณ์ฯ					
14. ลงข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์รายเดือนของบริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด					
15. ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย					
16. ประชาสัมพันธ์ผ่านการประชุมตัวแทนประกันชีวิต					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านสินเชื่อของ สหกรณ์เครดิตยูเนียน
กลุ่มไทยสมุทร จำกัด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านเคยใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินใดบ้าง

- | | |
|----------------------------|-------------------|
| () ธนาคารพาณิชย์ | () บริษัทเงินทุน |
| () ธนาคารอาคารสงเคราะห์ | () สหกรณ์ฯ |
| () อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

2. ท่านเคยใช้วงเงินสินเชื่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด มาแล้วกี่ครั้ง

- | | |
|-------------|-------------|
| () 2 ครั้ง | () 3 ครั้ง |
| () 4 ครั้ง | () 5 ครั้ง |

3. ท่านใช้วงเงินสินเชื่อต่อครั้ง กับสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด ในจำนวนเท่าใด

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| () ไม่เกิน 30,000 บาท | () 30,001 บาท - 50,000 บาท |
| () 50,001 บาท - 70,000 บาท | () 70,001 บาท ขึ้นไป |

4. ในการใช้สินเชื่อแต่ละครั้ง ท่านใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ยาวนานเท่าใด

- | | |
|-------------------|-------------------|
| () 6 - 12 เดือน | () 15 - 21 เดือน |
| () 24 - 30 เดือน | () 36 - 48 เดือน |

5. ท่านจะแนะนำเพื่อนสมาชิกมาใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัดหรือไม่

- | | |
|-----------|--------------|
| () แนะนำ | () ไม่แนะนำ |
|-----------|--------------|

ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ปัญญา มีถาวรกุล	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
2. อาจารย์ัญญา ประดิษฐ์สุวรรณ	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสมิตา วีระเวสน์
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 28 สิงหาคม 2513
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	130/3 ถนนเฟื่องนคร แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ
สถานที่ทำงาน	สหกรณ์เครดิตยูเนียน กลุ่มไทยสมุทร จำกัด 175 อาคารไทยสมุทร แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2526	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสตรีมหาพฤฒาราม
พ.ศ. 2529	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาภาษาต่างประเทศ วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ
พ.ศ. 2532	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง บริหารธุรกิจ สาขาการตลาด โรงเรียนมิตรผลพาณิชย์การ
พ.ศ. 2537	บริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ