



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions
to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited

ธนเดช พารัตน^{1*}, ปิยกนิฐ์ โชติวนิช², ฐิติพร อุ๋นใจ³

Tanadet Pharat^{1*}, Piyakanit Chotivanich², Thitiphon Unchai³

^{1*, 2, 3} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1*, 2, 3} Faculty of Business Administration and Management

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: tanadeparat01@gmail.com

Received 19 January 2026 Revised 6 February 2026

Accepted 12 May 2026 Available Online 29 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด 2) ศึกษาระดับความสำคัญการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ตัวอย่าง ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด กำหนดตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป (Krejcie and Morgan) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 317 คน เครื่องที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .92 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยทางสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ



การตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R^2_{Adj} = .678$) และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พบว่าเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยทางสังคม, ปัจจัยทางเศรษฐกิจ, การตัดสินใจ, การใช้บริการด้านสินเชื่อ

ABSTRACT

The objectives of this research were as follows: 1) to study the level of importance of the to study the level of importance of the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited; 2) to study the level of importance of decision-making in the use of loan services of members in study; 3) to examine the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited; and 4) to compare the to compare the Service Marketing Mix and External Factors Influencing Members' Decisions to Use Loan Services of the Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited . The sample was classified according to personal factors. The study fo-cused on loan service users who are members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan sample size table, and 317 subjects were obtained through simple random sampling. The research instrument was a questionnaire based on a 5-point Likert scale, with an overall reliability coefficient of .92. The statistical methods used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and F-test.

Research Findings were as follows. 1) Overall, the 7Ps marketing factors had the greatest influence on the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited. Social factors, in general, were at a moderate level of in-fluence, while economic factors were at a high level of influence. 2) Overall, the decision to apply for loans from Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited was at the highest level. Based on individual items in a descending order, the most influential factor was using the cooperative's loan services with installment plans that were diverse and suitable to the borrower's capacity. It was fol-lowed by using loan services with amounts corresponding to collaterals, and being satisfied with the loan approval process. 3) The factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited considering six independent variables product, price, personnel, process, and economic factors-were found to have a statistically significant relation-ship with the dependent variable at the 0.01 level. Physical aspect was significantly related to the



dependent variable at the .05 level. The multiple regression correlation coefficient (R) was 0.827, and the six variables together could predict 67.80% of the factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited ($R^2_{Adj} = 0.678$).

4) A comparison of the 7Ps marketing, and social factors, and economic factors influencing the decision to use loan services of members of Warin Chamrap Agricultural Cooperative Limited, classified by personal factors indicated the following as classified by gender age occupation education level, average monthly income differed significantly at the 0.01 level.

Keywords: Marketing Mix, Social Factors, Economic Factors, Decision-Making, Loan Service Usage

บทนำ

จากการประเมินแนวโน้มเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวที่ร้อยละ 2.6 และ 3.0 ในปี 2567 และ 2568 ตามลำดับ ในขณะที่ภาคการส่งออกและการผลิตมีแนวโน้มฟื้นตัวได้อย่างค่อยเป็นค่อยไปในครึ่งหลังของปี แต่ยังมีความเสี่ยงจากปัญหาภาวะสินค้าล้นตลาดและปัจจัยเชิงโครงสร้างของไทย โดยเฉพาะความสามารถในการแข่งขันที่ปรับลดลง ซึ่งอาจทำให้ผลดีจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกต่อภาคการส่งออกของไทยน้อยกว่าที่ประเมินไว้ ปัญหาเชิงโครงสร้างและความเสี่ยงต่อแนวโน้มการส่งออกสินค้าของไทยทั้งนี้ แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้ายังมีความไม่แน่นอน (ธนาคารแห่งประเทศไทย 2567: 6)

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบเอกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ จึงต้องจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเนื่องจากในการประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาต่างๆ ที่สำคัญนอกจากนั้นผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นที่ตามความต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน และ 4) ปัญหาการตลาด เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่งตวง วัดและมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัวปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2567)

ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's เข้ามามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อ การตลาดเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการ และการตลาดมีการพัฒนามาจากการซื้อขายปกติที่ไม่มีความซับซ้อน จนในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจ มีความรุนแรง ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งโอกาสทางการตลาดหรืออุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น การตลาดจึงมีความสำคัญต่อองค์การทั้งองค์การธุรกิจที่แสวงหากำไรโดยการขายสินค้าและบริการ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐและองค์การที่ไม่แสวงหากำไรอื่นๆ (จุฑามาศ อุปลัมภ์, 2564) ส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเสมือนปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ร่วมกัน (ปวีตรา ภูสณอง, 2560)

สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม 2567 ให้บริการธุรกิจสินเชื่อแก่สมาชิกจำนวน 2 ประเภท คือ 1) เงินกู้ระยะสั้น 2) เงินกู้ระยะปานกลาง ระหว่างปีสหกรณ์ให้สินเชื่อแก่สมาชิกจำนวน



1,834 คน แยกเป็นเงิน 1) กู้ระยะสั้น จำนวน 1,718 คน เป็นเงิน 290,127,111.00 บาท และ 2) เงินกู้ระยะปานกลาง จำนวน 116 คน เป็นเงิน 85,072,000.00 บาท ซึ่งธุรกิจธนกิจ (สินเชื่อ) มีการให้เงินกู้เมื่อเกษตรกรรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่วไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกนำไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปซื้อวัสดุการเกษตรค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดินการเกษตรในกรณีที่สมาชิกไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร (สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ, 2568)

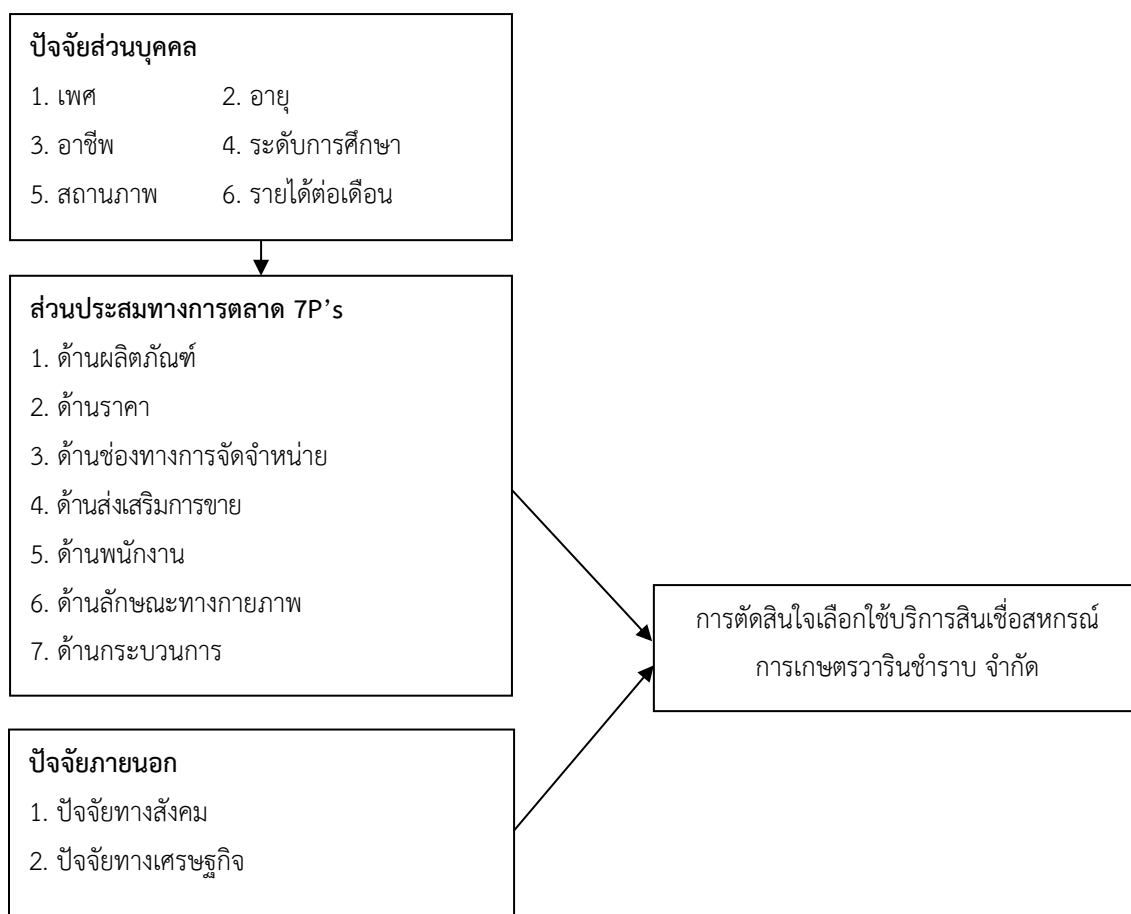
ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด โดยศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด และเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าสำหรับงานวิจัยต่อไปหรือ เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการสินเชื่อต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด

เมื่อกล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการแล้วนั้น นักการตลาดส่วนใหญ่มักจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ซึ่งจะประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามหลักการจริงของการบริการจะเกี่ยวกับปัจจัยความต้องการของลูกค้าและมีเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเราจึงต้องนำหลักการของ “7Ps” ของการบริหารสำหรับธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคาการส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ (Kotler, 1997)

เครื่องมือทางการบริหารและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับกิจการเปรียบเสมือนปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ



ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก

ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วย (ศิริวัฒน์ ชนะคุณ, 2561)

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับ ความคิดเห็นจากกลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ

ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความคิดและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าจึงต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักจะมี บทบาทหลายบทบาทที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเอง และผู้อื่นด้วย ดังพิจารณาได้จากรายละเอียด

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง ความต้องการรักษาการยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้าง การรักษา ความมั่นคงของครอบครัว ความพยายามในการสร้างความสำเร็จในชีวิตตามเป้าหมายของครอบครัว การแก้ปัญหา ความยากลำบากในการดำเนินชีวิต ครอบครัว และการประกอบอาชีพ รวมถึง การใช้จ่ายตามความเชื่อต่างๆ ตามที่ ครอบครัวยึดถือ เช่น การทำบุญ บริจาค การจัดงานแต่งงาน หรือ งานศพ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะประหยัดเงินรายได้ส่วนหนึ่งของตน มากกว่าที่จะใช้จ่ายในสินค้าอุปโภคบริโภค เมื่ออัตราดอกเบี้ยของธนาคารเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะกั๊ยเงินจาก ธนาคารและสถาบันการเงินเพื่อซื้อสินค้า อย่างรถ อสังหาริมทรัพย์ และเครื่องใช้ภายในบ้าน นักลงทุน นักลงทุนมี แนวโน้มที่จะกั๊ยเงินน้อยลง และเปลี่ยนเส้นทางของรายได้ส่วนหนึ่งไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำมากกว่า การขยายการเติบโตของบริษัท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่างๆ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน บริษัทจำเป็นต้องมองเห็นรูปแบบพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์ กันระหว่างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมให้ชัดเจน ในบางกรณีผลการเปลี่ยนแปลงอาจไม่ส่งผลเพียงระดับ ของอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของประเทศที่แตกต่างกันในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สหภาพยุโรปได้เผชิญหน้ากับปัญหาทางการเงิน อันเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยแผ่กระจายไปทั่วยุโรป ไชปรัส กรีซ ไอร์แลนด์ โปรตุเกส และสเปนเป็นเหมือนจุดเริ่มต้น แต่ผลของโดมิโนยังได้ทิ้งร่องรอยไว้ในประเทศอื่นๆ (เชาวลิต ประสิทธิ์, 2561)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของปริมาณเงินสดที่มีอยู่ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการที่อยู่ในตลาด เพื่อรักษาสภาพการดำรงชีวิตที่เป็นอยู่ให้สงบสุขตามปกติ ไม่ขัดสน รวมไปถึง การมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายค่าจ้าง ค่าตอบแทนต่างๆ กับแรงงานที่จ้างมาเพื่อใช้ในการประกอบ อาชีพหรือธุรกิจ

การตัดสินใจใช้บริการ

จูไรต์นั ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐมา ขำศิริ (2562) การตัดสินใจ หมายถึง การใช้ความคิดในการ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือโอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุดจากหลาย ทางเลือกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ศิริประภา จุลวงศ์ (2565) การตัดสินใจ หมายถึง เป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผ่านการพิจารณา เปรียบเทียบจากสองทางเลือกขึ้นไป เพื่อให้บรรลุจุดประสงค์และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด



สรุปได้ว่า ความหมายของการตัดสินใจ ลูกค้านักค้าต้องการใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารีนาข้าว จำกัด พิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารีนาข้าว จำกัด

จากการศึกษาทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Engel, Blackwell and Miniard (1993) ซึ่งกล่าวถึงลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buying Decision Process) แบ่งได้ 5 ขั้นตอน

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในหรือที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น เมื่อมีการรณรงค์ให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์เราก็อยากใช้บ้าง

2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วเขาจะพยายามแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจากแหล่งต่าง ๆ การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ จำนวนของข้อมูลที่จะได้ ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูลและผลที่เกิดขึ้นจากภายหลังหากไม่มีการค้นหาข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากที่ได้รับข่าวสารข้อมูลที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจแล้ว ก็จะประเมินค่าทางเลือกแต่ละทาง เพื่อการตัดสินใจโดยใช้ประสบการณ์ในอดีต ผสมผสานกับทัศนคติที่เกิดจากการยอมรับข่าวสารข้อมูล เพื่อช่วยในการเลือกของเขา ในที่นี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เช่น ชื่อเสียงของสินค้า หรือรูปแบบจากเกณฑ์ที่กำหนดจะทำให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด

4. การตัดสินใจการซื้อหรือใช้บริการ (Purchase) หลังการพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อ ก็จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสิ่งที่ชอบที่สุดในเรื่องต่อไป ได้แก่ ตรายี่ห้อ ส่วนที่ซื้อ ราคา สี สันขนาด รูปแบบ

5. การประเมินผลหลังการซื้อหรือใช้บริการ (Post Purchase Behavior) เมื่อมีการซื้อสินค้า และใช้สินค้าแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าจะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไป โดยการให้ข้อมูลเน้นจุดเด่นของสินค้าหรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อ

ความหมายของสินเชื่อ

ชุดาภา ผิวเผือก (2562) ได้ให้ความหมายของสินเชื่อไว้ 2 ลักษณะดังนี้

1. สินเชื่อโดยทั่วไป คำว่าสินเชื่อ (Credit) มาจากศัพท์ในภาษาละตินของคำว่า Credere แปลว่า ความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ (To Trust or to Believe) ว่าฝ่ายที่รับสินเชื่อจะต้องมีการชำระหนี้คืนภายในระยะเวลาและเงื่อนไขที่กำหนด ความหมายของสินเชื่อ คือ ความสามารถในการกู้ยืมเงิน หรือความสามารถในการได้รับสินค้า บริการเป็นเงินเชื่อ โดยมีความสัญญาว่าจะชำระคืน (Repayment) ในอนาคต

2. สินเชื่อที่มีลักษณะเฉพาะ แบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 ความหมายของสินเชื่อที่ในแง่ของผู้บริโภค หมายถึง ความสามารถที่จะได้รับสินค้าหรือบริการไปใช้ก่อน โดยมีข้อตกลงว่าจะมีการชำระคืนสินค้า หรือบริการต่อไปในภายหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด

2.2 ความหมายของสินเชื่อในแง่ของการค้า หมายถึง ความเชื่อถือที่ผู้ขายมีต่อผู้ซื้อและยอมมอบสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อไปก่อน โดยมีข้อตกลงว่าจะชำระค่าสินค้าหรือบริการในวันข้างหน้าตามแต่จะตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งก่อให้เกิดภาวะความเป็นลูกหนี้ต่อกัน

2.3 ความหมายของสินเชื่อในแง่ของสถาบันการเงิน หมายถึง บริการชนิดหนึ่งของสถาบันการเงินที่ก่อให้เกิดรายได้หลักสถาบันการเงินและมีความสำคัญที่มีผลกระทบต่อระบบธุรกิจของชุมชนด้วย



ประชากร

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำนวน 1,834 ราย (สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม 2567)

กลุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด กำหนดตัวอย่าง ตามตารางสำเร็จรูป (Krejcie and Morgan 1970) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้ขนาดตัวอย่าง 317 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ งานวิจัย ตำราทางวิชาการ และเอกสารต่างๆ นำมาประยุกต์ใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย แบบสอบถามใช้แบบประมาณ มาตราส่วน 5 ระดับ ของ Likert's Scale โดยให้เลือกคำตอบและให้กรอกข้อมูลในคำถามแบบเปิด มีชุดคำถามแยกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's ประกอบด้วย 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร วารินชำราบ จำกัด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามที่เป็นคำถามเปิด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ปัจจัยทางสังคมและปัจจัย ทางเศรษฐกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การประเมินหาข้อคำถามว่าสอดคล้องกันภายใน (IOC) ของเครื่องมือในการวิจัย (Content Validity) กับประเด็นที่ต้องการซึ่งใช้เกณฑ์ประเมินความสอดคล้องกำหนดค่าตัวเลขดังนี้

ค่า +1 หมายถึง สอดคล้อง

ค่า +0 หมายถึง ไม่แน่ใจ

ค่า -1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง IOC

ข้อคำถามในแต่ละข้อ ถ้าค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 แสดงว่าคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัด แต่ถ้าค่า IOC < 0.60 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด ถือว่าใช้ไม่ได้ให้สร้างขึ้นใหม่ทดแทน กรณีที่เห็นว่าไม่ครอบคลุม (ทองใบ สุดซารี, 2546) ผลการประเมินค่าความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่า IOC เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยมีค่าเท่ากับ 1.00

เครื่องมือในการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .92

เกณฑ์ค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผล ในการแปลความหมาย เป็นรายข้อ การแปลความหมายของแบบสอบถามตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง



น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งใช้เกณฑ์เพื่อการประมาณค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เกณฑ์ของ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2560) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอสินเชื่อฯ ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือขอขออนุญาต สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือผู้ให้บริการในการเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อให้เกิดความสะดวก จึงชี้แจงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนด

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการเก็บข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลและคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ไว้ เพื่อทำการวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.73	.49	มากที่สุด
ด้านราคา	4.72	.45	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27	.75	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.33	.76	มาก
ด้านพนักงาน	4.75	.44	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.62	.72	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.63	.69	มากที่สุด
รวม	4.58	.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.58) เมื่อพิจารณา



เป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.75) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.72) และด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

ปัจจัยภายนอก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยทางด้านสังคม	2.77	1.50	ปานกลาง
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ	3.78	.98	มาก
รวม	3.28	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง (=3.28) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด (=3.78) และปัจจัยทางด้านสังคม อยู่ในระดับปานกลาง (=2.77) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พบว่าการตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยการผ่อนชำระที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสามารถของผู้กู้ อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.79) รองลงมา ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยจำนวนเงินกู้ที่สอดคล้องกับหลักประกัน อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.77) และรู้สึกประทับใจกับกระบวนการในการบริการขออนุมัติสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด (= 4.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด โดยวิธี Stepwise (n = 317)

Model	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
	B	Beta		
ด้านผลิตภัณฑ์	.41	.39	7.23**	.00
ด้านราคา	.14	.12	2.75**	.00
ด้านพนักงาน	.41	.35	6.15**	.00
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.07	.10	2.09*	.03
ด้านกระบวนการ	.10	.13	2.95**	.00
ด้านเศรษฐกิจ	.06	.12	3.87**	.00
Constant = .241 R = .827 R ² = .684 R ² _{adj} = .678 F = 65.37 Sig. = .000				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01



จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R^2_{adj} = .678$)

ดังนั้น เมื่อนำตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มาเขียนสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.24 + .41 \text{ ด้านผลิตภัณฑ์ } (x_1) + .14 \text{ ด้านราคา } (x_2) + .41 \text{ ด้านพนักงาน } (x_5) + .10 \text{ ด้านกระบวนการ } (x_7) + .06 \text{ ด้านเศรษฐกิจ } (x_9) + .07 \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ } (x_6)$$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = .39 \text{ ด้านผลิตภัณฑ์ } (x_1) + .12 \text{ ด้านราคา } (x_2) + .35 \text{ ด้านพนักงาน } (x_5) + .13 \text{ ด้านกระบวนการ } (x_7) + .12 \text{ ด้านเศรษฐกิจ } (x_9) + .13 \text{ ด้านลักษณะทางกายภาพ } (x_6)$$

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_5) ด้านกระบวนการ (x_7) และด้านเศรษฐกิจ (x_9) และด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6)

ถ้าต้องการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จะต้องเพิ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) เท่ากับ 39.00 ด้านพนักงาน (x_5) เท่ากับ 35.00 ด้านกระบวนการ (x_7) เท่ากับ 13.00 ด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) เท่ากับ 13.00 ด้านราคา (x_2) เท่ากับ 12.00 ด้านเศรษฐกิจ (x_9) เท่ากับ 12.00 ตามลำดับ

การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	เพศ				t	p
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.81	.39	4.53	.62	4.88**	.00
ด้านราคา	4.79	.38	4.56	.55	4.14**	.00
ด้านพนักงาน	4.82	.36	4.60	.54	4.30**	.00
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.73	.63	4.38	.86	4.01**	.00
ด้านกระบวนการ	4.72	.63	4.42	.79	3.54**	.00
ด้านเศรษฐกิจ	3.78	1.00	3.78	.95	.03	.97

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามเพศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	10.64	3	3.54	16.98**	.00
	ภายในกลุ่ม	65.35	313	.20		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.33	3	1.77	9.32**	.00
	ภายในกลุ่ม	59.64	313	.19		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	5.25	3	1.75	9.71**	.00
	ภายในกลุ่ม	56.39	313	.18		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	11.20	3	3.73	7.46**	.00
	ภายในกลุ่ม	156.64	313	.50		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.46	3	1.82	3.86**	.01
	ภายในกลุ่ม	147.50	313	.47		
	รวม	167.84	316			

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2.76	3	.92	.94	.42
	ภายในกลุ่ม	147.50	313	.97		
	รวม	152.96	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอายุ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	32.16	3	10.72	76.56**	.00
	ภายในกลุ่ม	43.83	131	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	17.93	3	5.97	39.77**	.00
	ภายในกลุ่ม	47.04	131	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	15.93	3	5.31	36.37**	.00
	ภายในกลุ่ม	45.70	131	.14		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	17.28	3	5.76	11.97**	.00
	ภายในกลุ่ม	150.56	131	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	15.16	3	5.05	11.48**	.00
	ภายในกลุ่ม	137.80	131	.44		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5.42	3	1.80	1.86	.13
	ภายในกลุ่ม	303.04	131	.96		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามอาชีพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	30.10	2	15.05	102.99**	.00
	ภายในกลุ่ม	45.88	314	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	15.71	2	7.85	50.07**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.26	314	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	13.52	2	6.76	44.12**	.00
	ภายในกลุ่ม	48.12	314	.15		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.18	2	7.59	15.61**	.00
	ภายในกลุ่ม	152.66	314	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	13.70	2	6.85	15.45**	.00
	ภายในกลุ่ม	139.25	314	.44		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.33	2	.16	.17	.84
	ภายในกลุ่ม	308.12	314	.98		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.45	2	.72	3.05*	.04
	ภายในกลุ่ม	74.54	314	.23		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.24	2	.62	3.05*	.04
	ภายในกลุ่ม	63.73	314	.20		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.39	2	1.19	6.34**	.00
	ภายในกลุ่ม	59.24	314	.18		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.71	2	1.35	2.58	.07
	ภายในกลุ่ม	165.13	314	.52		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5.42	2	2.71	5.77**	.00
	ภายในกลุ่ม	147.54	314	.47		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.83	2	.91	.94	.39
	ภายในกลุ่ม	306.62	314	.97		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามสถานภาพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 9 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	32.08	3	10.69	76.21**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.91	313	.14		
	รวม	75.99	316			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	15.23	3	5.07	31.95**	.00
	ภายในกลุ่ม	49.74	313	.15		
	รวม	64.97	316			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	12.93	3	4.31	27.71**	.00
	ภายในกลุ่ม	48.70	313	.15		
	รวม	61.64	316			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	16.34	3	5.44	11.25**	.00
	ภายในกลุ่ม	151.50	313	.48		
	รวม	167.84	316			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	16.07	3	5.35	12.24**	.00
	ภายในกลุ่ม	136.89	313	.43		
	รวม	152.96	316			
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4.86	3	1.62	1.67	.173
	ภายในกลุ่ม	303.59	313	.97		
	รวม	308.46	316			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 9 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีวงเงินให้กู้หลากหลาย อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ระยะเวลาการผ่อนชำระที่หลากหลาย และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด วงเงินกู้เพียงพอต่อการประกอบการประกอบธุรกิจและต่อยอด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นความสำคัญของระบบการให้บริการมีมาตรฐานมีความถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งมีการพัฒนาการใช้งานใหม่ๆ ของ Krungthai NEXT อย่างสม่ำเสมอ และมีรูปแบบของการให้บริการที่หลากหลาย

ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีการแจ้งราคาอัตราดอกเบี้ยเบื้องต้นก่อนใช้บริการ อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด คิดอัตราดอกเบี้ยด้วยความเหมาะสมกับเงินกู้และค่าธรรมเนียมการบริการ และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีอัตราดอกเบี้ยผ่อนชำระต่องวดไม่สูงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธณัฐา แสงสุข (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน พบว่าด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการบัตรเครดิตคำนึงถึง การฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีอยู่ โดยมีอัตราค่าธรรมเนียมในการให้บริการต่ำ และมีค่าบริการที่เหมาะสม เช่น อัตราดอกเบี้ยค่าปรับ และบริการอื่น ๆ

ด้านพนักงาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า พนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง อีกทั้งพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีบุคลิกภาพที่ดีและใส่ใจชุดเรียบร้อย และพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการ เล็งเห็นว่าพนักงานธนาคาร/พนักงาน Call Center มีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้งานได้ โดยแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง และพนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีบริการอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี อีกทั้งสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีห้องรับรองลูกค้าที่สะอาด และบรรยากาศดีมีร่มรื่น และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑิรา น้อยจีน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็นความสำคัญกับมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งาน และมีความทันสมัย สวยงามและน่าใช้งาน

ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า มีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจน อีกทั้งสหกรณ์



การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พิจารณาเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีแบบฟอร์มขอสินเชื่ออ่านและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา ภูสณง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค พบว่า ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้ใช้บริการเล็งเห็น การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็ว อีกทั้งระเบียบขั้นตอนมีความยืดหยุ่นสะดวกต่อลูกค้า และมีขั้นตอนการให้บริการไม่ซ้ำซ้อน มีการให้บริการอย่างเป็นระบบ

ด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปพัฒนาอาชีพ หรือขยายธุรกิจ อีกทั้งขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำมาใช้จ่ายเป็นค่าจ้าง ค่าตอบแทน กับแรงงานที่จ้างมาเพื่อประกอบอาชีพ เช่น ค่าจ้างพนักงานในการประกอบธุรกิจ เป็นต้น และขอใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตให้เป็นปกติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แวยู แสแวนปา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา พบว่าด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน เล็งเห็นภาวะและพฤติกรรม การบริโภคที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และภาวะเงินฝืด เงินเฟ้อ และอัตราดอกเบี้ย

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

การตัดสินใจขอสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยการผ่อนชำระที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสามารถของผู้กู้ อีกทั้งใช้บริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยจำนวนเงินกู้ที่สอดคล้องกับหลักประกัน และรู้สึกประทับใจกับกระบวนการในการบริการขออนุมัติสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน โดยมีการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการสินเชื่อที่ธนาคาร สาขากันทรามย์ อีกทั้งหากต้องการเงินลงทุน จะนึกถึงธนาคารเป็นแห่งแรก โดยการประเมินทางเลือกสินเชื่อจากหลักประกันที่ใช้เป็นหลัก โดยจะตั้งใจมาใช้บริการสินเชื่อแห่งนี้ เนื่องจากได้รับการกระตุ้นจากพนักงาน และค้นหาข้อมูลสินเชื่อจากสื่อต่างๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยวิธี Stepwise เพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ด้วยตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) ด้านราคา (x_2) ด้านพนักงาน (x_3) ด้านกระบวนการ (x_4) และด้านเศรษฐกิจ (x_5) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ (x_6) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ (R) เท่ากับ .827 และตัวแปรทั้ง 6 ตัวแปรสามารถร่วมกันทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ได้ร้อยละ 67.80 ($R \text{ Adj} = .678$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา ภูสณง (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทย สาขาซีคอนบางแค พบว่า อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด พนักงาน



ที่ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ แวญ แสแวนปา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา พบว่า ด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านความยั่งยืนในธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เปรียบเทียบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. จำแนกตามเพศ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เพศชายจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อที่มากกว่า โดยเพศชายอาจจะเป็นหัวหน้าครอบครัว จึงทำให้การตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามเพศ มีค่า t เท่ากับ 2.32 และค่า Sig เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($t = 2.32$, Sig = 0.02 < 0.05) แสดงว่าเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยฯ แตกต่างกัน

2. จำแนกตามอายุ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ช่วงอายุที่สูง เช่น 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป จะอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อที่มากกว่า อาจเป็นเพราะว่า อายุช่วงดังกล่าวจะเป็นช่วงที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวและธุรกิจต่างๆ ในการดำรงชีพ ดังนั้นช่วงอายุนี้จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่สูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณทิรา น้อยจิน (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม พบว่าด้านอายุกับการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม ด้านปัจจัยภายนอก พบว่าผลการทดสอบค่าสถิติ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยภายนอกของการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จำแนกตามอาชีพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อาชีพเกษตรกร และรับจ้างทั่วไป มีความจำเป็นต้องใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปใช้จ่ายในการประกอบอาชีพ และเป็นต้นทุนในการดำเนินประกอบธุรกิจต่อไป อีกทั้งอาชีพเหล่านี้ ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนประเภทอื่นได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธณัฐา แสงสุข (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม



Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน จำแนกตามอาชีพ พบว่าโดยรวม (sig.= 0.00) ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า .05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

4. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะเล็งเห็นความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อมากกว่าระดับการศึกษาระดับอื่นๆ เนื่องจากระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีความต้องการใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อนำเงินทุนไปประกอบอาชีพต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ภักดีผล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ One way Anova ในการทดสอบ พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ .05 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. จำแนกตามสถานภาพ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านพนักงาน และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ที่มีสภาพสมรส จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีสภาพสมรส มีความจำเป็นและมีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว จึงมีความจำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนเพื่อขอรับบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปยุตดา อิงคสมภพ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรารมย์ อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยจำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า F เท่ากับ 7.94 และค่า Sig เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($F = 7.94, Sig = 0.00 < .05$) แสดงว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

6. จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านเศรษฐกิจ มีการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด อาจเป็นเพราะมีรายได้ไม่มากนักจึงทำให้ต้องใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด เพื่อนำทุนไปต่อยอดในอาชีพต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธันย์ดารินทร์ พรหมทอง, เครือวัลย์ ชัยกุล และนิศศา ศิลปะเสริฐ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้านในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน



ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาหาดสุรินทร์ (ภูเก็ต) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรมียังเงินให้กู้หลากหลายพร้อมทั้งมีระยะเวลาการผ่อนชำระที่หลากหลาย และมีจำนวนวงเงินกู้เพียงพอต่อการการประกอบธุรกิจและต่อยอด
2. ด้านราคา สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรมีการแจ้งราคาค่าอัตราดอกเบี้ยเบื้องต้นก่อนใช้บริการ แล้วคิดอัตราดอกเบี้ยด้วยความเหมาะสมกับเงินกู้และค่าธรรมเนียมการบริการ และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีอัตราการผ่อนชำระต้องงวดไม่สูงเกินไป
3. ด้านพนักงาน สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด พนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง โดยมีบุคลิกภาพที่ดีและใส่ชุดเรียบร้อย และพนักงานสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความกระตือรือร้นพร้อมให้บริการ
4. ด้านลักษณะทางกายภาพ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรให้บริการอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี พร้อมมีห้องรับรองลูกค้าที่สะอาด และบรรยากาศดีร่มรื่น และสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ
5. ด้านกระบวนการ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด มีรูปแบบการทำงานที่ชัดเจนมีการพิจารณาเอกสารประกอบการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และมีแบบฟอร์มขอสินเชื่ออ่านและเข้าใจง่าย
6. ด้านเศรษฐกิจ สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ควรส่งเสริมบริการด้านสินเชื่อเพื่อนำไปพัฒนาอาชีพหรือขยายธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
2. ศึกษาสภาพเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด
3. ศึกษาการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหาร พนักงาน และ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดีประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบให้เป็นเครื่องบูชา พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้การอบรมสั่งสอนความรู้จนทำให้ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษาเพื่อนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติหน้าที่การงานต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, นุชนาถ พันธราษฎร์ และณัฐมา ขำศิริ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่นประเภทโควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปีการศึกษา 2562. สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชุตานา ผิวเผือก. ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2561.
- เขาวลิต ประสิทธิ์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. 6(1), 29-56.
- ทองใบ สุดชาติ. (2546). การวิจัยธุรกิจปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธัญญา แสงสุข. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของกลุ่ม Generation Z ที่เพิ่งเริ่มทำงาน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญดารินทร์ พรหมทอง, เครือวัลย์ ชัยกุล และนิศดา ศิลปะเศรษฐ. (2560). พฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาสหกรณ์ (ภูเก็ต). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ปยุตา อิงคสมภพ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธุรกิจรายย่อยของธนาคารออมสิน สาขากันทรามย์ อำเภอกันทรามย์ จังหวัดศรีสะเกษ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปวีตรา ภูสณง. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารกรุงไทยสาขาซีคอนบางแค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม.
- แห่งประเทศไทย, ธนาคาร. (2567). รายงานนโยบายการเงินไตรมาสที่ 1 ปี 2567. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- มนทิรา น้อยจิน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Krungthai NEXT ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ. (2568). สรุปผลการดำเนินงานประจำปี. สหกรณ์การเกษตรวารินชำราบ: อุบลราชธานี.
- เสาวลักษณ์ รักดีผล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี. การศึกษารายบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเงิน ยุคดิจิทัล วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริประภา จุลวงศ์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ศิริวัฒน์ ชนะคุณ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 22 ตุลาคม 2567) จาก <https://doctemplate.wordpress.com/>
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2560). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.



แวญ แอแวปา. (2560). *สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษา อำเภอเบตง จังหวัดยะลา*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior*. (7th ed.) Fort Worth: The Dry-den.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (9th ed.) Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

Krejcie, R.V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.

