ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

Factors Affecting Agricultural Groups' Borrowing Behavior of Farmer Aid Fund in Tak Province.

กรกมล ตุ้ยเปง
Kornkamon Tooypang
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand
E-mail: 6724101606@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก เก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกร จำนวน 350 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้า และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ และอธิบายเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) สมาชิกกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา มีอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) คือ ทำไร่ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท/เดือน และมีสถานภาพสมรส ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) รายได้ และสถานภาพ 2) สมาชิกกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการกู้เงิน คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ สถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน คือ บ้านประธานกรรมการ ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน คือ เดือนเมษายน-มิถุนายน มีวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน เพื่อซื้อวัสดุการเกษตร (ปุ๋ย, ยาฆ่าแมลง) บุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน คือ สมาชิกในกลุ่มเกษตรกร และยื่นเอกสาร ณ บ้านประธานกรรมการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรในระดับมากทุกปัจจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ

คำสำคัญ : พฤติกรรม, การกู้ยืม, กองทุนสงเคราะห์เกษตรกร, กลุ่มเกษตรกร

Abstract

The Objectives of this study were 1) personal factors affecting Agricultural Groups' Borrowing Behavior of Farmer Aid Fund in Tak Province. 2) the relationship between marketing mix factors and Agricultural Groups' Borrowing Behavior of Farmer Aid Fund in Tak Province. Data were collected from 350 members of Agricultural Groups. The research instrument used for collecting data was questionnaires. The data were analyzed and presented in frequency distribution tables with descriptive explanations. Statistical tools employed included frequency, percentage, mean, standard deviation, and chi-square test.

The results revealed that: 1) Most agricultural group members were female, aged between 51–60 years, had completed primary education, worked mainly in Agronomic crop farming, earned a monthly income between 10,001–20,000 baht, and were married. Personal factors that significantly influenced agricultural groups' borrowing behavior of Farmer Aid Fund included gender, age, education level, occupation (type of farming), income, and status. 2) The reason for borrowing was low interest rates. The place to submit loan requests was the house of the group chairman. The preferred borrowing period was between April - June. The purpose of borrowing was to purchase agricultural materials (fertilizers, pesticides). The individuals who influenced borrowing decisions were fellow agricultural group members, and loan applications were submitted at the chairman’s house. The marketing mix factors including product, price, place, promotion, people, process, and physical environment were all considered highly important to agricultural groups' borrowing behavior. Among these, place, promotion, and physical environment had statistically significant effects on agricultural groups' borrowing behavior.

Keywords: Behavior, Borrowing, Agricultural Aid Fund, Agricultural Group

บทนำ

กองทุนสงเคราะห์เกษตรกรได้จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนและใช้จ่ายช่วยเหลือหรือส่งเสริมเกษตรกรตามกิจการในมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร พ.ศ. 2554 ได้แก่ 1. การส่งเสริมการผลิตผลิตผลเกษตรกรรมขั้นต้นหรือผลิตภัณฑ์อาหาร 2. การส่งเสริมการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานคุณภาพของผลิตผลเกษตรกรรมขั้นต้นหรือผลิตภัณฑ์อาหาร 3. การรักษาเสถียรภาพของราคาและการจำหน่ายผลิตผลเกษตรกรรมขั้นต้นหรือผลิตภัณฑ์อาหาร 4. การดำเนินการที่จำเป็น และเร่งด่วนเพื่อป้องกัน และขจัดภัยอันจะเป็นผลเสียหายแก่เกษตรกร 5. การศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาการผลิต การแปรรูปหรือการตลาดซึ่งผลิตผลเกษตรกรรมขั้นต้นหรือผลิตภัณฑ์อาหาร โดยให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการดำเนินการ และ 6. การติดตามผลการดำเนินการตามโครงการที่ได้รับการช่วยเหลือหรือส่งเสริมจากกองทุน (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, สำนักบริหารกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและรับเรื่องร้องเรียน, 2567)

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้เสนอโครงการสร้างความเข้มเข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด เพื่อขอใช้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ในการประชุมคณะกรรมการสงเคราะห์เกษตรกร ครั้งที่ 6/2558 เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ที่ประชุมมีมติเห็นชอบและให้นำเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาจัดสรรเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรให้กรมส่งเสริมสหกรณ์ยืมเงิน เพื่อดำเนินโครงการสร้างความเข้มเข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด วงเงินจำนวน 1,000 ล้านบาท โดยไม่มีดอกเบี้ย กำหนดชำระคืนภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2564) ระยะเวลา 5 ปี และคณะรัฐมนตรี มีมติเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2559 รับทราบตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์รายงาน และอนุมัติตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เสนอ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, กองพัฒนาระบบสนับสนุนการสหกรณ์, กลุ่มวิเคราะห์เงินทุนอื่น, คู่มือปฏิบัติงานเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด, 2559, หน้า 2) และโครงการได้รับการอนุมัติให้ขยายระยะเวลาการดำเนินโครงการ ทั้งหมดจำนวน 3 ครั้ง โดยจะสิ้นสุดในปี พ.ศ. 2573 กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้อนุมัติจัดสรรเงินกู้ยืมให้กับกลุ่มเกษตรกร โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด ให้กับสำนักงานสหกรณ์จังหวัดตากดำเนินการเพื่อให้กลุ่มเกษตรกรกู้ยืมในการดำเนินธุรกิจ โดยเป็นเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา ซึ่งได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ดังนี้ ปี พ.ศ. 2559 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรจำนวน 11 แห่ง เป็นเงิน 4,950,000 บาท ปี พ.ศ. 2560 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 13 แห่ง เป็นเงิน 5,967,000 บาท ปี พ.ศ. 2561 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 13 แห่ง เป็นเงิน 6,030,000 บาท ปี พ.ศ. 2562 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 13 แห่ง เป็นเงิน 13,250,000 บาท ปี พ.ศ. 2563 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 12 แห่ง เป็นเงิน 13,250,000 บาท ปี พ.ศ. 2564 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 8 แห่ง เป็นเงิน 9,500,000 บาท ปี พ.ศ. 2565 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 7 แห่ง เป็นเงิน 10,050,000 บาท ปี พ.ศ. 2566 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 5 แห่ง เป็นเงิน 8,200,000 บาท ปี พ.ศ. 2567 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 5 แห่ง เป็นเงิน 5,600,000 บาท ปี พ.ศ. 2568 ได้อนุมัติเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร จำนวน 5 แห่ง จำนวน 5,000,000 บาท ช่วงปี พ.ศ. 2559 - 2562 มีการอนุมัติเงินกู้เพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี พ.ศ. 2562 - 2563 มีการอนุมัติเงินสูงสุด เป็นเงิน 13,250,000 บาท และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 - 2568 มีการอนุมัติเงินกู้ลดลง จาก 9,500,000 บาท ในปี พ.ศ. 2564 เหลือเพียง 5,000,000 บาท ในปี พ.ศ. 2568 และจำนวนกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับอนุมัติเงินกู้เริ่มลดลง ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา จากเดิมกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับอนุมัติเงินกู้ จำนวน 13 แห่ง เหลือเพียง 5 แห่ง ในปี พ.ศ. 2568 โดยปี พ.ศ. 2568 จังหวัดตากมีกลุ่มเกษตรกรที่มีสถานะดำเนินการ จำนวน 27 แห่ง แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ ทำนา ทำไร่ ทำสวน และเลี้ยงสัตว์ โดยมีสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทั้งหมด 2,189 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก, 2568)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าจำนวนเงินกู้ที่อนุมัติให้กับกลุ่มเกษตรกร และจำนวนของกลุ่มเกษตรกรที่กู้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด มีจำนวนที่ลดลง จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของ กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก และเพื่อให้ผู้ที่

รับผิดชอบในการบริหารจัดการเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรในจังหวัดตาก สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปวางแผนการจัดสรรเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกรในปีต่อไปได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล Belch and Belch, 2005 ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด Booms and Bitner, 1981 ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment)

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก Kotler, 2000 ประกอบด้วย ใครคือกลุ่มเป้าหมาย (Who) กลุ่มเป้าหมายซื้ออะไร (What) กลุ่มเป้าหมายซื้อที่ไหน (Where) กลุ่มเป้าหมายซื้อเมื่อใด (When) ทำไมกลุ่มเป้าหมายจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) และกลุ่มเป้าหมายซื้ออย่างไร (How)

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ สมาชิกของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตาก จำนวน 27 แห่ง ซึ่งมีจำนวน 2,189 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก, 2568)

กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตาก ใช้สูตรคำนวณจำนวนตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane, 1967 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 คำนวณตัวอย่างที่ต้องการได้ เท่ากับ 339 คน แต่เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลและการวิเคราะห์จึงขอเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 350 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยแบ่งตามประเภทของกลุ่มเกษตรกร จำนวน 4 ประเภท ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified Sampling) และใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากจากรายชื่อกลุ่มเกษตรกรแต่ละประเภทที่เคยกู้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก จากนั้นใช้วิธีสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดตาก

ขอบเขตด้านระยะเวลา

เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2568

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

3. เพื่อทราบถึงสถานการณ์แนวโน้มความต้องการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

4. เพื่อให้ผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรในจังหวัดตากสามารถนำไปวางแผนการจัดสรรเงินกู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดของงานวิจัย

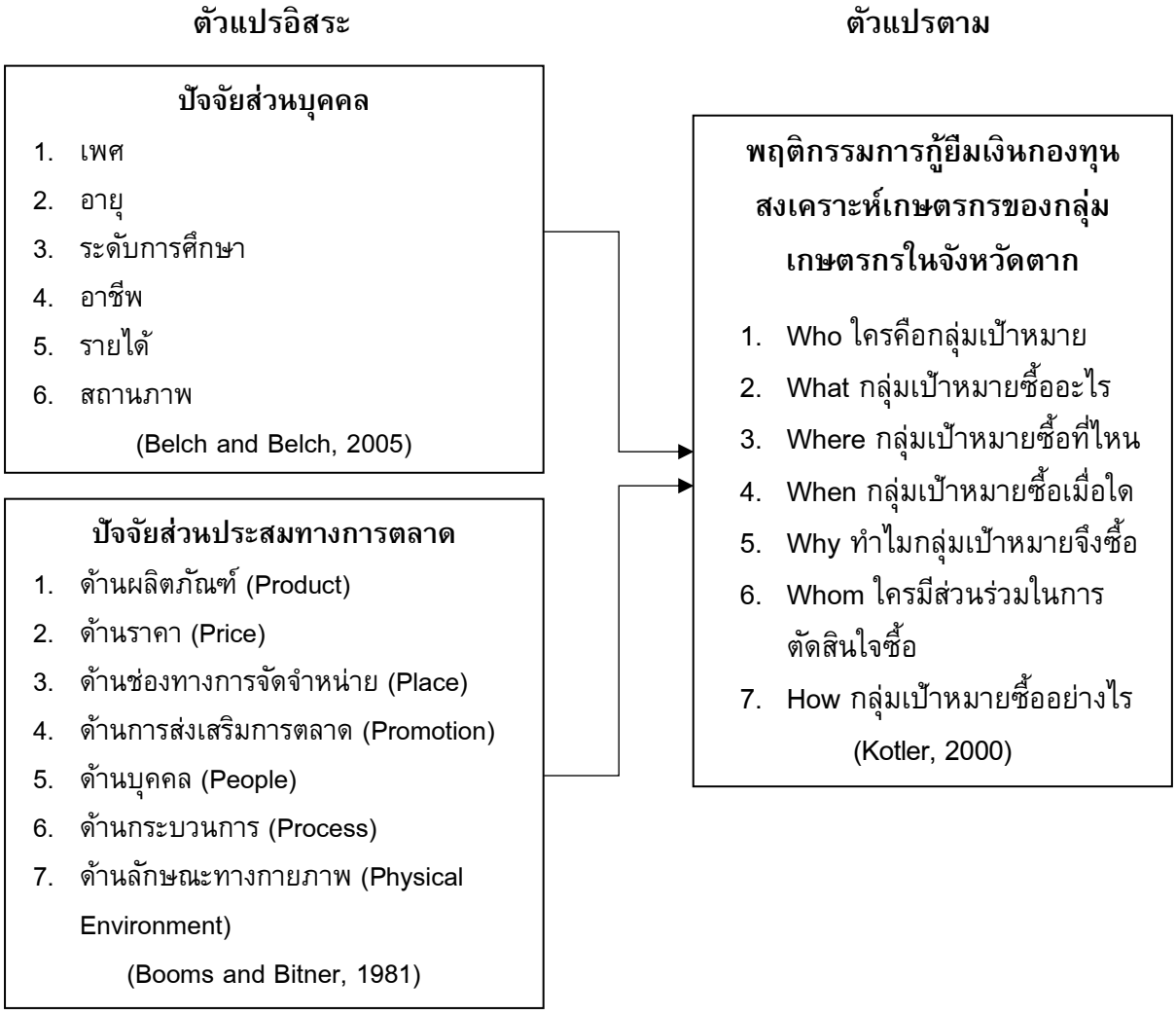
ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Belch and Belch (2005) มาใช้เป็นแนวทางหลัก เนื่องจากได้อธิบายลักษณะหรือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographie) ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นสิ่งที่นักการตลาดนำมาใช้พิจารณาแบ่งสัดส่วนของตลาด เพราะช่วยให้เห็นถึงลักษณะกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix7Ps) ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Booms and Bitner (1981) มาใช้เป็นแนวทางหลัก เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญทางการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย องค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อข่าวสาร ทางการตลาด ให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านราคา (Service Price) การให้บริการด้านสถานที่ (Service Distribution/Place) การให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ (Service Product) การให้บริการส่งเสริมการขาย (Service Promotion) การให้บริการของบุคลากร (Service People) การให้บริการด้านการประมวลผล (Service Process) และการให้บริการทางกายภาพ (Service Physical Evidence)

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Kotler (2000) มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ใช้เครื่องมือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครหรือกลุ่มเป้าหมาย (Who) อะไร (What) ทำไม (Why) ใครหรือการมีส่วนร่วม (Whom) เมื่อใด (When) ที่ไหน (Where) และ อย่างไร (How) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย (Occupants) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่องทาง (Outlets) และขั้นตอน

ในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ช่วยในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) อาชีพ (5) รายได้ และ (6) สถานภาพ โดยใช้คำถามปลายปิด (Closed-ended Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (6) ด้านกระบวนการ และ (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยทางการตลาด และใช้มาตราวัดตามวิธี Likert scale แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย โดยแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

โดยความกว้างของอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.8 ได้จากการคำนวณจากสูตร

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ประกอบด้วย (1) ตำแหน่ง (2) เหตุผลในการกู้ (3) สถานที่ติดต่อ (4) ช่วงเวลาที่ต้องการกู้ (5) วัตถุประสงค์ในการกู้ (6) ผู้ที่มีอิทธิในการกู้ (7) ขั้นตอนการขอกู้ โดยใช้คำถามปลายปิด (Closed-ended Question)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องของตัวแปรทั้งหมดที่ต้องศึกษา

2. ร่างแบบสอบถามตามหลักเกณฑ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาในแต่ละด้านและตัวแปรทั้งหมดที่ต้องศึกษา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการวัดโดยการทำแบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) โดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ค่า IOC = 0.85 ซึ่งอยู่ในระดับ > 0.5 สามารถนำไปใช้สอบถามได้ และมีการนำมาปรับแก้ข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปตรวจสอบด้วยการทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน จากนั้นนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดย

วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) 0.658 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านกระบวนการทดสอบค่าความเชื่อมั่นแล้วมาดำเนินการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อสร้างความเข้าใจในการวิจัย เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และช่วยนำมาวิเคราะห์ข้อมูล มีแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตากตามที่ได้กำหนดไว้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ศึกษาค้นหาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มตัวอย่างใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์

1.2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย และทดสอบ ทางสถิติ ดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ χ^2 - Test (Chi-Square Test)

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตากทดสอบสมมติฐานโดยการปรับตัวแปรอิสระเป็น Ordinal แล้วใช้สถิติ χ^2 - Test (Chi-Square Test)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 350 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 56 มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 84 มีอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) คือ ทำไร่ จำนวน 160 คน ร้อยละ 45.7 มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท/เดือน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 87.1

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 100 โดยให้ความสำคัญกับหลักประกัน/การค้ำประกันเงินกู้มีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.74)

ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 100 โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 76.6 โดยให้ความสำคัญกับมีช่องทางติดต่อได้สะดวก เช่น โทรศัพท์สำนักงาน โทรศัพท์เจ้าหน้าที่ และอินเตอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 98.3 โดยให้ความสำคัญกับคณะกรรมการกลุ่มเกษตรกรแจ้งให้ทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 100 โดยให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และให้บริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 100 โดยให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้ มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายของเอกสารที่ใช้ขอกู้เงิน และเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้เงินไม่มากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญในระดับมาก ร้อยละ 89.7 โดยให้ความสำคัญกับมีการแจ้งชื่อเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ และด้านสถานภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอายุ ด้านอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) และด้านรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลในการกู้เงิน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านสถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) และด้านรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.5 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) และด้านรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.6 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านอายุ และด้านรายได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่น ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.7 ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) ด้านรายได้ ด้านสถานภาพ ไม่มีความแปรปรวน จึงไม่สามารถหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านวิธีการยื่นเอกสารขอกู้ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีทุนดำเนินการน้อย ไม่มีงบประมาณในการสร้างสำนักงาน จึงใช้บ้านประธานกรรมการในการดำเนินการกิจการต่างๆของกลุ่มเกษตรกรแทนสำนักงาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านเหตุผลในการกู้เงิน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านสถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน

2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านลักษณะทางกายภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน

2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตากด้านวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน และด้านกระบวนการ ไม่มีความแปรปรวน จึงไม่สามารถหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตากได้ เนื่องจากด้านตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร ด้านเหตุผลในการกู้เงิน ด้านสถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน ด้านช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน ด้านวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน และด้านบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ในระดับมาก ร้อยละ 100

2.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความแปรปรวน จึงไม่สามารถหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก ด้านวิธีการยื่นเอกสารขอกู้ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีทุนดำเนินการน้อย ไม่มีงบประมาณในการสร้างสำนักงาน จึงใช้บ้านประธานกรรมการในการดำเนินการกิจการต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกรแทนสำนักงาน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก จำนวน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตากที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ เป็นปัจจัยที่มีที่ผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ในการศึกษานี้พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ สอดคล้องกับจิรวดี อภิวงศ์ (2554) สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการกู้เงิน เพื่อซื้อวัสดุการเกษตร (ปุ๋ย, ยาฆ่าแมลง) และเพื่อใช้เป็นค่าจ้างแรงงาน เพศ มีความสอดคล้องกับ สุภาพรรณ นันตาเครือ (2561) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศ และระดับการศึกษาไม่สอดคล้องกับปุญยกฤษ สุภาพจน์ (2561) ที่ว่าเพศชายมีพฤติกรรมการก่อหนี้สูงกว่าเพศหญิง และการศึกษาที่สูงขึ้นส่งผลให้มีโอกาสในการก่อหนี้สูงขึ้น เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้ สอดคล้องกับอธิพันธ์ วรรณสุริยะ (2566) ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มในการเป็นหนี้ของครัวเรือน

เพศของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร พบว่ามีความสัมพันธ์กับตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร เหตุผลในการกู้เงิน ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน และบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน โดยสมาชิกของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตากมีจำนวนของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย เหตุผลในการกู้เงินเพื่อซื้อวัสดุการเกษตร (ปุ๋ย, ยาฆ่าแมลง) และเพื่อใช้เป็นค่าจ้างแรงงาน ในการทำการเกษตรเพาะปลูกพืชตลอดทั้งปี โดยช่วงเวลาที่ต้องการเงินส่วนใหญ่จะเป็นในช่วงเดือนเมษายน – มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของฤดูการเพาะปลูกพืช และบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงินก็คือสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรที่มีการพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553, อ้างอิงใน กัญญานัฐ ปิ่นเกษ, 2559) ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศ หญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

อายุของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร พบว่ามีความสัมพันธ์กับตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร เหตุผลในการกู้เงิน สถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน วัตถุประสงค์ในการกู้เงิน และบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 51 – 60 ปี เป็นช่วงวัยที่ยังมีกำลังในการทำการเกษตร ซึ่งมีต้นทุนที่สูงจากค่าปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ค่าแรงงาน และอุปกรณ์ต่างๆ การกู้เงินจากแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำจึงเป็นทางเลือกที่ช่วยให้สามารถทำการเกษตรต่อไปได้ และเนื่องจากกลุ่มเกษตรกรไม่มีงบประมาณในการสร้างสำนักงาน จึงใช้บ้านประธานกรรมการในการดำเนินการกิจการต่างๆ โดยคณะกรรมการกลุ่มเกษตรกร

ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของสมาชิกในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้น การแจ้งความประสงค์กู้เงิน สมาชิกกลุ่มเกษตรกรจึงไปแจ้งที่บ้านประธานกรรมการ โดยบุคคลที่ทำให้สมาชิกมีความสนใจกู้เงิน คือ สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรเองจากการพูดคุยกันในชุมชน

อาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) ของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร พบว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการกู้เงิน ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน และวัตถุประสงค์ในการกู้เงินสมาชิกส่วนใหญ่ทำการเกษตรประเภททำไร่ เนื่องจากสภาพดินและภูมิประเทศของจังหวัดตากมีความเหมาะสม โดยพืชไร่ที่นิยมเพาะปลูก คือ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และอ้อย ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตาก โดยจะเริ่มปลูกช่วงต้นฤดูเดือนเมษายน-มิถุนายน สมาชิกจึงมีความจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อลงทุนในการทำการเกษตร เช่น ซื้อปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และใช้เป็นค่าจ้างแรงงาน เนื่องจากพื้นที่ปลูกมีเนื้อที่กว้าง สอดคล้องกับ Belch and Belch (2005, อ้างอิงในว่าที่ร้อยตรีหญิงอัยลดา ดีศรี, 2560) อาชีพเกษตรกรหรืออาชีพชาวนาจะเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและเลือกซื้อสินค้าที่เป็นปัจจัยในการผลิตเป็นส่วนใหญ่

รายได้ของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร พบว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการกู้เงิน ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน วัตถุประสงค์ในการกู้เงิน และบุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท/เดือน สอดคล้องกับ Belch and Belch (2005, อ้างอิงใน ว่าที่ร้อยตรีหญิงอัยลดา ดีศรี, 2560) ที่ว่ารายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะส่งผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่บุคคลนั้น ๆ ได้มีการตัดสินใจซื้อ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น อีกทั้งราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีราคาสูงขึ้นส่งผลให้ต้นทุนในการทำการเกษตรเพิ่มสูงขึ้นตาม และราคาผลผลิตทางการเกษตรที่มีความผันผวนส่งผลต่อรายได้ของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ดังนั้น การกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำอย่างเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร จึงเป็นทางเลือกอีกหนึ่งทางที่ทำให้สมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น

ระดับการศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา ทำการเกษตรประเภททำไร่ ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และอ้อยซึ่งช่วงเวลาในการทำการเกษตร คือ ช่วงต้นฤดูเดือนเมษายน -มิถุนายน ดังนั้น ก่อนจะเริ่มการเพาะปลูกจึงมีความจำเป็นในการใช้เงิน สอดคล้องกับการศึกษาของจิรวดี อภิวงศ์ (2554) ระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่อปีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย ยา ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าแรงงาน ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ

สถานภาพ พบว่ามีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการกู้เงิน สมาชิกส่วนใหญ่เลือกกู้เงินจากกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรเพราะมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ เพื่อนำไปใช้สำหรับเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพทางการเกษตร ได้แก่ ทำไร่ ทำนา และทำสวน สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิมพ์ชนก กระตุปัญญา, ภิรดา ชัยรัตน์ และ ศรีรัฐ โกวงศ (2564); แพรวไพลิน จันทรโพธิ์ศรี, วิชนี เอี่ยมชุ่ม และเบญจมาภรณ์ สมบัติธีระ (2566); อธิพันธ์ วรรณสุริยะ (2566) ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าสถานภาพสมรสเป็นปัจจัยมีอิทธิพลต่อจำนวนหนี้สินและการก่อภาระหนี้ของครัวเรือน จากการกู้ยืมเงินเพื่อนำเงินไปเป็นค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีที่ผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ในการศึกษานี้พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Booms and Bitner (1981) ที่กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญทางการตลาดเพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาพร ศรีสุวรรณ (2557) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลทักษิณ จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับหลักประกัน/การค้ำประกันเงินกู้มีความเหมาะสม อาจเป็นเพราะหลักประกันที่เหมาะสมช่วยให้สมาชิกกลุ่มเกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ช่วยเพิ่มสภาพคล่อง สามารถนำเงินทุนที่ได้จากการกู้ยืมไปลงทุนต่อยอดในการทำเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลักของสมาชิกได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวดี อภิวงศ์ (2554) เรื่อง การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เนื่องจากช่วยลดภาระด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายในการทำการเกษตร มีเงินเหลือที่จะนำไปซื้อปัจจัยการผลิต ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง วัสดุและอุปกรณ์ได้มากขึ้น ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สมาชิกไม่ต้องกู้เงินนอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง ทำให้ไม่เป็นหนี้เพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวดี อภิวงศ์ (2554) เรื่อง การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือ ด้านราคา งานวิจัยของสุปรียา สุขจันทร์ (2561) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจธนาคารออมสิน ของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินของลูกค้า และงานวิจัยของกรกวรรษ คันธเลิศ (2566) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับมีช่องทางติดต่อได้สะดวก เช่น โทรศัพท์สำนักงาน โทรศัพท์เจ้าหน้าที่ และอินเตอร์เน็ต เนื่องจากจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากและมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อนทำให้การเดินทางติดต่อกันระหว่างเจ้าหน้าที่กับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีความลำบากและใช้เวลานาน ดังนั้นเพื่อการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว จึงต้องติดต่อกันผ่านการโทรศัพท์และการส่งข้อความผ่านแอพลิเคชั่น Line ซึ่งช่วยให้เจ้าหน้าที่และกลุ่มเกษตรกรสามารถติดต่อพูดคุยแจ้งรายละเอียดและเงื่อนไขของการกู้เงินได้สะดวกขึ้น สามารถรับรู้เหตุผล ความต้องการที่จะกู้เงินของสมาชิกในด้านต่างๆ และช่วงเวลาที่มีความจำเป็นที่ต้องการเงินทุนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2004) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการ

ไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปุญยกฤษ สุภาพจน์ (2561) เรื่อง เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการก่อหนี้สินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ที่ไม่มีหลักประกันของกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (First jobbers) ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และนอกสถานที่ (การส่งเสริมการตลาด) เป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจก่อหนี้สินเชื่อบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับคณะกรรมการกลุ่มเกษตรกรแจ้งให้ทราบ เนื่องจากทุกๆเดือนกลุ่มเกษตรกรจะมีการประชุมคณะกรรมการดำเนินการกลุ่มเกษตรกร โดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์เข้าร่วมประชุมด้วยทุกครั้งทำให้คณะกรรมการกลุ่มเกษตรกร จึงเป็นคนกลุ่มแรกที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดและเงื่อนไขของการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร และคณะกรรมการแต่ละคนเป็นผู้ที่ถูกเลือกตั้งจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรให้ดำเนินกิจการของกลุ่มเกษตรกรได้ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ และมีความใกล้ชิด รู้จักกับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทุกคน ดังนั้น เมื่อมีข้อมูลข่าวสารของโครงการต่างๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับสมาชิกและกลุ่มเกษตรกร คณะกรรมการจึงจะต้องแจ้งข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ให้กับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทุกคนทราบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2004) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปรียา สุขจันทร์ (2561) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารออมสิน ของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินของลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และให้บริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ เนื่องจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรบางรายมีอายุมาก การดำเนินการในขั้นตอนบางอย่างอาจจะเกิดปัญหาขึ้นการที่เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น และให้บริการอย่างเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับสมาชิกอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกดีที่ได้รับการบริการอย่างจริงใจ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่เป็นมิตรกับเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่งผลดีกับการทำงานช่วยให้สามารถดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุปรียา สุขจันทร์ (2561) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารออมสิน ของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกวรรษ คันธเลิศ (2566) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด

ปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้ มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายของเอกสารที่ใช้ขอกู้เงิน และเอกสารที่ใช้ประกอบการขอกู้เงิน

ไม่มากเกินไป เนื่องจากการทำเกษตรมีความผันผวนตามฤดูกาล จึงต้องการเงินทุนไว้สำหรับเป็นค่าปัจจัยการผลิต ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง วัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร เพื่อเตรียมไว้สำหรับการเพาะปลูกอย่างทันท่วงที หากเกิดความล่าช้าในการรับเงินกู้ อาจทำให้เสียโอกาสทางการเกษตรได้ เอกสารที่ยุ่งยากซับซ้อนทำให้เสียเวลาและอาจเข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง ซึ่งอาจจะทำให้สมาชิกเป็นหนี้เพิ่มขึ้น เกิดความเสี่ยงทางการเงิน การมีกระบวนการที่ง่ายไม่ยุ่งยากช่วยลดอุปสรรคในการเข้าถึงเงินทุนทำให้สมาชิกกลุ่มเกษตรกรได้รับเงินเร็วขึ้น สมาชิกเกิดความพึงพอใจในการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร และช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2004) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้อง และรวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจ และส่งผลให้เกิดพอใจ ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรวดี อภิวงศ์ (2554) เรื่อง การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือ ด้านกระบวนการ งานวิจัยของสุปรียา สุขจันทร์ (2561) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารออมสิน ของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจกับธนาคารออมสินของลูกค้า และงานวิจัยของกรกวรรษ คันธเลิศ (2566) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด พบว่าส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับมีการแจ้งชื่อเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการที่ชัดเจน ซึ่งการที่สมาชิกกลุ่มเกษตรกรได้รู้จักเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบดูแลการกู้เงินว่ามีใครบ้าง และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ที่ช่วยให้คำแนะนำและประสานงานระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับสำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจในการขอกู้เงินของสมาชิก ในกระบวนการของการจัดทำเอกสารการขอกู้เงินต่างๆ จะถูกเก็บรักษาไว้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2004) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการโดยผ่านภาพลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้ และการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ ผ่านเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสหกรณ์จังหวัด ทั้งเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ที่รับผิดชอบดูแลกลุ่มเกษตรกรนั้นๆ ทำให้เกิดความใกล้ชิดสามารถพูดคุยปรึกษาและขอคำแนะนำในการกู้เงินได้อย่างเป็นกันเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกวรรษ คันธเลิศ (2566) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด

3. พฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดตาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า

ตำแหน่งปัจจุบันในกลุ่มเกษตรกร คือ สมาชิก มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรจะต้องมีสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่า 30 คน และมีคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 5 คน และไม่เกิน 15 คน โดยก่อนที่จะถูกเลือกตั้งให้มาเป็นคณะกรรมการนั้นเป็นสมาชิกมาก่อน ตำแหน่งส่วนใหญ่ในกลุ่มเกษตรกรจึงเป็นสมาชิก สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคนึง กูดคล้าย อิราวัฒน์ ชมระกา และภาศิริ เขตปิยรัตน์ (2568) เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้แก่ ผู้ซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสามัญ

เหตุผลในการกู้เงิน คือ อัตราดอกเบี้ยต่ำ เนื่องจากต้นทุนการทำเกษตรที่สูงขึ้นจากค่าปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ค่าแรงงาน ค่าวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ปรับราคาสูงขึ้น การกู้เงินจากแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำจึงเป็นทางเลือกที่ช่วยให้สามารถทำการเกษตรต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชานันท์ นุชแดง และสุณีพร สุวรรณมณีพงศ์ (2563) เรื่อง พฤติกรรมการขอสินเชื่อของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี พบว่า สาเหตุที่เลือกใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยต่ำ

สถานที่แจ้งความประสงค์กู้เงิน คือ บ้านประธานกรรมการ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีทุนดำเนินการน้อย ไม่มีงบประมาณในการสร้างสำนักงาน จึงใช้บ้านประธานกรรมการในการดำเนินการกิจการต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกรแทนสำนักงาน ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของสมาชิกในพื้นที่นั้นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของอังคนึง กูดคล้าย อิราวัฒน์ ชมระกา และภาศิริ เขตปิยรัตน์ (2568) เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้แก่ สาขาที่ซื้อสินค้าคือ สาขาไผ่ล้อม และสอดคล้องงานวิจัยของชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ ช่องทางการสั่งซื้อปุ๋ยเคมี ทำให้ปริมาณปุ๋ยที่ซื้อไปใส่ในแต่ละครั้งนั้นจะคำนึงถึงสถานที่ที่จะไปซื้อ

ช่วงเวลาที่ต้องการกู้เงิน คือ เดือนเมษายน – มิถุนายน สมาชิกส่วนใหญ่ทำการเกษตรประเภททำไร่ พืชไร่ที่นิยมเพาะปลูกคือข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และอ้อย ซึ่งเป็นพืชระยะสั้นและเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดตาก โดยจะเริ่มปลูกช่วงต้นฤดูเดือนเมษายน-มิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของฤดูการเพาะปลูกพืช สมาชิกจึงมีความจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อลงทุนในการทำการเกษตร เช่น ซื้อปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และใช้เป็นค่าจ้างแรงงาน สอดคล้องงานวิจัยของชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ ฤดูกาล ซึ่งซื้อปุ๋ยเคมีในช่วงฤดูกาล เดือน มีนาคม-มิถุนายน

ทำไมกลุ่มเป้าหมายจึงซื้อ (Why) วัตถุประสงค์ในการกู้เงิน คือ เพื่อซื้อวัสดุการเกษตร (ปุ๋ย, ยาฆ่าแมลง) เพื่อใช้ในการเพาะปลูกพืช ได้แก่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และอ้อย สอดคล้องงานวิจัยของสุชานันท์ นุชแดง และสุณีพร สุวรรณมณีพงศ์ (2563) เรื่อง พฤติกรรมการขอสินเชื่อของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี พบว่า เป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของอังคนึง กูดคล้าย อิราวัฒน์ ชมระกา และภาศิริ เขตปิยรัตน์ (2568) เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้แก่ สินค้าที่ต้องการซื้อ คือ ปุ๋ย

บุคคลที่ทำให้สนใจกู้เงิน คือ สมาชิกในกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเกิดจากการได้พบปะและพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารกันของคนในชุมชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร เป็นการช่วยประชาสัมพันธ์เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องงานวิจัยของชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมี ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อปุ๋ยเคมี คือ พนักงานขาย/ร้านค้า

วิธีการยื่นเอกสารขอกู้เงิน คือ ยื่นเอกสาร ณ บ้านประธานกรรมการ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีทุนดำเนินการน้อย ไม่มีงบประมาณในการสร้างสำนักงาน จึงใช้บ้านประธานกรรมการในการดำเนินการกิจการต่างๆ ของกลุ่มเกษตรกรแทนสำนักงาน ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของสมาชิกในพื้นที่นั้นๆ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ (ทำการเกษตรประเภท) รายได้ และสถานภาพ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมการกู้ยืมเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรของกลุ่มเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อการบริหารจัดการเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรในจังหวัดตากมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้รับผิดชอบโครงการควรดำเนินการ ดังนี้

1. สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก

1.1 กลุ่มงานที่รับผิดชอบดูแลเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรจัดอบรมชี้แจงรายละเอียดขั้นตอน และเงื่อนไขของเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรในโครงการต่างๆ ให้แก่เจ้าหน้าที่ และคณะกรรมการกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

1.2 สำรวจความต้องการใช้เงินทุนและช่วงเวลาที่ต้องการใช้เงินของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรและความประสงค์เข้าร่วมโครงการในทุกๆ 3 เดือน เพื่อให้ครอบคลุมทุกช่วงฤดูกาลของการเพาะปีในแต่ละปี

1.3 เจ้าหน้าที่สงเสริมสหกรณ์เป็นตัวกลางช่วยประชาสัมพันธ์และรับฟังความต้องการของสมาชิก/คณะกรรมการกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรให้กลุ่มเกษตรกรทราบในทุกๆ ครั้งที่เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการประจำเดือน

1.4 เจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ติดตามและรับฟังปัญหาจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกร เพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขและเพื่อนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน

2. คณะกรรมการกลุ่มเกษตรกร

แจ้งประชาสัมพันธ์และสำรวจความต้องการและความประสงค์เข้าร่วมโครงการฯ ของเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร ในทุกๆช่วงก่อนเข้าถึงฤดูกาลเพาะปี

เอกสารอ้างอิง

กรกนก จันทร์ประภาส, เยาวภา ปฐมศิริกุล, และบัณฑิต รัตนไตร. การตัดสินใจทางการตลาดสำหรับการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น , 5*(4), 74.สืบค้นจาก https://so06.tci- thaijo.org/index.php/jmli/article/download/262491/177515/1028332

กรกวรรษ คันธเลิศ. (2566). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กัญญานัฐ ปิ่นเกษ. (2559). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการการท่าเรือแห่งประเทศไทย.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กลุ่มวิเคราะห์เงินทุนอื่น กองพัฒนาระบบสนับสนุนการสหกรณ์. (2559). *คู่มือเงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตและการตลาด.*

จิรวดี อภิวงศ์. (2554). *การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่.* ปัญหาพิเศษ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15* (น. 991-1000). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ทรงพร เทือกสุบรรณ. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอพลิเคชั่น Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปุญยกฤษ สุภาพจน์. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการก่อหนี้สินเชื่อบุคคล (Personal Loan) ที่ไม่มีหลักประกันของกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (First jobbers) ในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมพ์ชนก กระตุปัญญา, ภิรดา ชัยรัตน์, และ ศรีรัฐ โกวงศ. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการก่อภาระหนี้สินของเกษตรกร อำเภอสุวรรณภูมิจังหวัดร้อยเอ็ด. *Journal of Modern Learning Development*, *6*(3), 250-251 สืบค้นจาก https://share.google/LehnsYK0xx1GnvbQj

แพรวไพลิน จันทรโพธิ์ศรี, วิชนี เอี่ยมชุ่ม, และ เบญจมาภรณ์ สมบัติธีระ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร กรณีศึกษา อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, *11*(1), 227.สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/275452/184023

เมธาพร ศรีสุวรรณ. (2557). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลทักษิณ จำกัด*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัชกร โชติประดิษฐ์, นิตยา สุริยะพันธ์, Seesamai Douangmany, และ ภัทราวดี มากมี. (2558). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของส่วนผสมทางการตลาดสำหรับ ธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ในการเลือกเข้าพักที่โรงแรม จังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 20*(2), 97. สืบค้นจาก http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/38/DL_223.pdf?t=635912678153363928

ว่าที่ร้อยตรีหญิงอัยลดา ดีศรี. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสวนน้ำดรีมเมอร์วอเตอร์พาร์ค อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว.* วิทยานิพนธ์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุปรียา สุขจันทร์. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารออมสิน ของผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุภาพรรณ นันตาเครือ. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการก่อหนี้ของครู อำเภอลอง จังหวัดแพร่*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุชานันท์ นุชแดง และ สุณีพร สุวรรณมณีพงศ์. (2563). *พฤติกรรมการขอสินเชื่อของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามีนบุรี*. เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 58: สาขาพืช, สาขาสัตว์, สาขาสัตวแพทยศาสตร์, สาขาประมง, สาขาส่งเสริมการเกษตรและคหกรรมศาสตร์. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 58. (หน้า 616-623). สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักบริหารกองทุนเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและรับเรื่องร้องเรียน. (2567). *กองทุนสงเคราะห์เกษตรกร*. สืบค้นจาก https://www.opsmoac.go.th/fund-about-objectives

อธิพันธ์ วรรณสุริยะ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการก่อหนี้ของครัวเรือนไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, *16*(4), 139.สืบค้นจาก https://doi.org/10.55164/ecbajournal.v16i4.266508

อังคนึง กูดคล้าย, อิราวัฒน์ ชมระกา, และภาศิริ เขตปิยรัตน์. (2568). พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ร้านค้าสหกรณ์การเกษตรเมืองลับแล จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์, 7*(3), 102. สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/article/view/286096/190709