

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์
เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด



ศิริพร ริพล

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

E-THESIS

500006



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์
เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

โดย

ศิริพร ริพล

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทนพศิริ)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2542

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ศิริพร กิริติการกุล)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งกานต์ ใจวงค์ยะ)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมา สิริรัชช)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

แทน (รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานคณะกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 6 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2549

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิต ยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศิริพร ธิพล
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทรพศิริ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด 3) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการใช้บริการสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด โดยทำการศึกษาความพึงพอใจจากสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายที่กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน ณ ระดับ 0.10 จำนวน 118 ราย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.4 มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.6 มีสถานภาพส่วนใหญ่โสด คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานตามสัญญา คิดเป็นร้อยละ 49.2 โดยมิรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.6 และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 1 - 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.3 การศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.009 ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627 ปัจจัยด้านสถานที่ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.509 สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการทางด้านการตลาดของสหกรณ์ ด้วยค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) พบว่า

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาดที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการใช้บริการทางด้านการตลาดของสหกรณ์ พบว่า ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การไม่สามารถถอนเงินค่าหุ้นได้ การกำหนดให้มีการถอนเงินได้ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน ความไม่สะดวกในการฝาก – ถอน วงเงินให้กู้สูงสุดไม่เพียงพอ กับความต้องการ การบริการรับฝาก – ถอน ให้มีการปฏิบัติเหมือนกับธนาคารพาณิชย์ ควรเพิ่มวงเงินที่ให้กู้ทั้งประเภทสามัญ และฉุกเฉิน ควรปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการ การให้บริการของฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่ให้มีน้ำใจในการบริการแก่สมาชิก สร้างความน่าเชื่อถือ และเพิ่มความโปร่งใสในการทำงาน ปัจจัยด้านราคา ควรมีการปรับอัตราดอกเบี้ยให้มีความเหมาะสม ปัญหาปัจจัยด้านสถานที่ คือ สถานที่ตั้งสำนักงานปัจจุบันมีความคับแคบ ที่จอดรถไม่เพียงพอ การจัดสำนักงานไม่เป็นระเบียบ ควรจัดหาอาคารสำนักงานใหม่ให้กว้างขวาง มีพื้นที่จอดรถสะดวก ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การส่งข่าวสารมีความล่าช้า ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารไม่หลากหลาย ควรมีการบริการข่าวสารของสหกรณ์ที่รวดเร็ว และทันเหตุการณ์และต่อเนื่อง เพิ่มช่องการสื่อสารแก่สมาชิก

Title	The satisfaction of the cooperative's members for the service of Rajabhat Chaingmai University Credit Union Cooperative Ltd.
Author	Miss Siriphorn Riphon
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Choosak Jantanopsiri

ABSTRACT

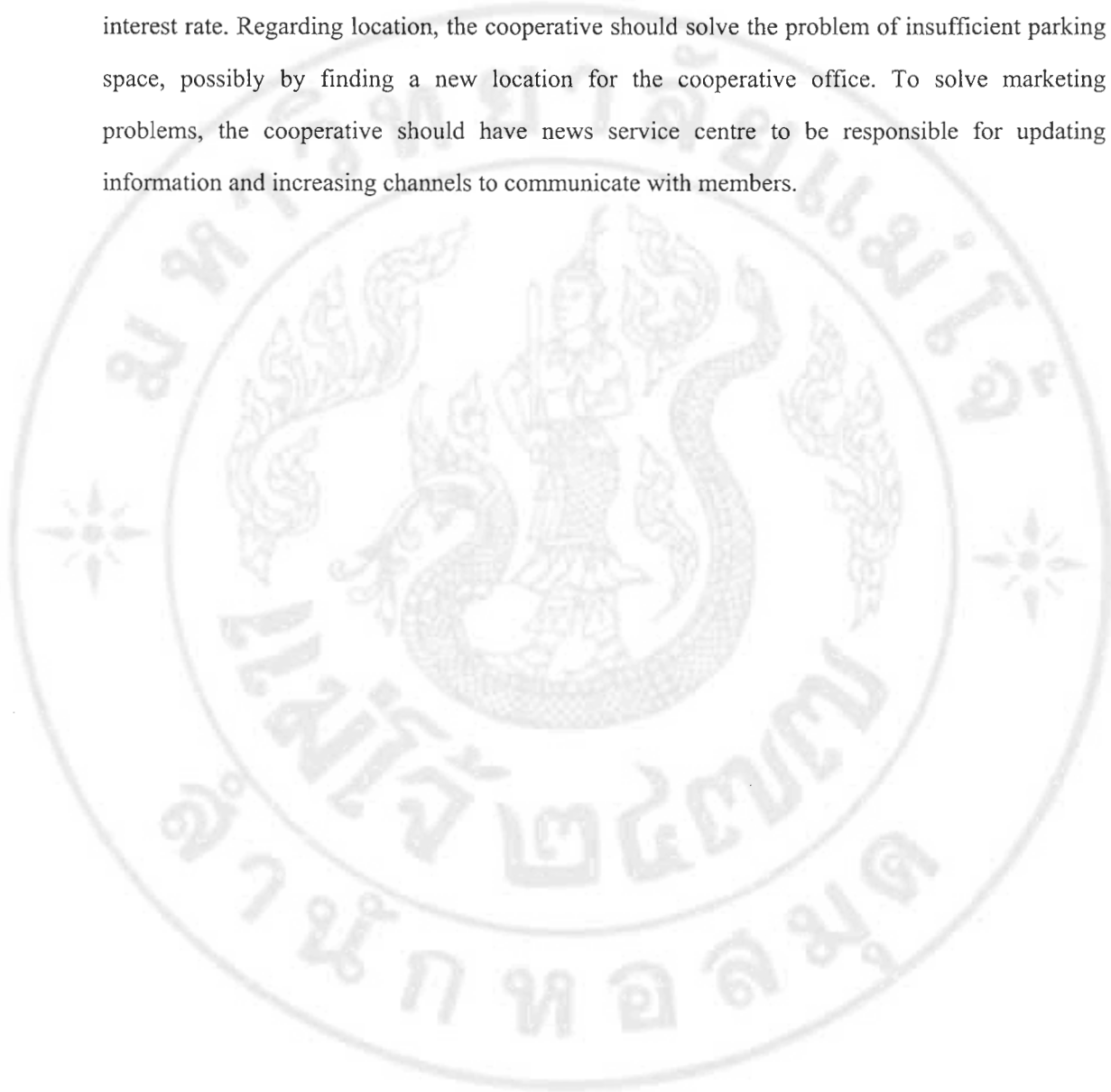
The objectives of this research were 1) to study satisfaction of the cooperative's members for the service of Rajabhat Chaingmai University Credit Union Cooperative Ltd.; 2) study the relationship between the cooperative's members personal factors and their satisfaction level for the service of the cooperative; and 3) to study problems, obstacles, and solutions concerning of the service of the cooperative.

Data collection was done by a simple random sampling method using questionnaires completed by 118 members. The data was analyzed by SPSS/ PC⁺ program. The study found that most of the members were female (64.4%), single (54.2%) with 26 – 30 years of age (27.1%) and had been the cooperative's members for 1 – 5 years (65.3%). Their educational level was bachelor degree (46.6%) and had total incomes ranging from 5,001 – 10,000 baht per month (63.6%).

The study showed that the members had a high level of satisfaction for the products (4.009), prices (3.627), location (3.627) and marketing strategies of the cooperative (3.509). When testing the relationship between the member's personal factors and the level of their satisfaction for the service of the cooperatives by chi – square tests, it was found that the duration of membership corresponded with location factors and marketing factors at a significant level of 0.05.

Regarding problems and obstacles, the study showed that the members suffered inconveniences caused by the restriction which allowed the members to withdraw their money only one time per month, the limited amount of loan allowances, as well as inconveniences in deposit and withdrawal processes.

It is suggested that the cooperative should learn how to manage the deposit and withdrawal processes from commercial banks. New technology should be introduced. The staff should have service mind. Moreover, they should develop the organization's credibility and transparency in their administration. About price factor it was found that they should adjust the interest rate. Regarding location, the cooperative should solve the problem of insufficient parking space, possibly by finding a new location for the cooperative office. To solve marketing problems, the cooperative should have news service centre to be responsible for updating information and increasing channels to communicate with members.



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับคำแนะนำ คำปรึกษา และความกรุณาในการแก้ไขปรับปรุงในการทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จนทำให้ผลการศึกษาสำเร็จลุล่วง จากคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทรพศิริ ประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ศิริพร กิตติการกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งกานต์ ใจวงศ์ยะ กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา และข้อเสนอแนะ จนกระทั่งสำเร็จในการศึกษาปัญหาพิเศษอย่างสมบูรณ์ ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความกรุณาแนะนำขั้นตอน ในการทำปัญหาพิเศษให้ลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอน้อมระลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ผู้เป็นกำลังใจ ตลอดจนคุณสิรินภา ปวงจักร์ทา ที่คอยแนะนำและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่ให้การสนับสนุนจนสำเร็จ และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และความรู้ต่าง ๆ แก่ผู้ศึกษาวิจัย ซึ่งมีได้กล่าว ณ ที่นี้

ศิริพร ธิพล

ตุลาคม 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด	8
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	10
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	11
วิธีการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
ภาคสรุป	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25
สมมุติฐานการวิจัย	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	26
สถานที่ดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การทดสอบแบบสอบถาม	28
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	29

	หน้า
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	32
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด	32
ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด	35
ตอนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด	56
ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการใช้บริการสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผล	78
ข้อเสนอแนะ	79
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	83
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	97

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ข้อมูลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการเจริญเติบโตของสหกรณ์ ปี 2546 - 2547	3
2	เงื่อนไขการยื่นกู้เงิน ประเภทฉุกเฉิน สามัญ	16
3	การคำนวณเงินผลประโยชน์ที่สวัสดิการเงินสะสมจ่าย	18
4	จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามหน่วยงานหรือต้นสังกัด	27
5	ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ จำกัด	34
6	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การสะสมหุ้น	37
7	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)	38
8	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ	40
9	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน	42
10	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การค้ำประกัน	43
11	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการ	44
12	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายจัดการ/ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	46
13	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์	47
14	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การสะสมหุ้น	48
15	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน	49

ตาราง		หน้า
16	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้กู้	50
17	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจุบัน ด้านราคา	51
18	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบัน ด้านสถานที่	52
19	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด	54
20	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจุบัน ด้านส่วนผสมทางการตลาด	55
21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์	56
22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านราคา	59
23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านสถานที่	62
24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านส่งเสริม การตลาด	65
25	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์	69
26	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านราคา	71
27	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านสถานที่	73
28	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด	75

สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

25



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์เป็นองค์กรธุรกิจประเภทหนึ่ง จัดเป็นธุรกิจแบบพิเศษ คือ ดำเนินงานโดยยึดหลักความร่วมมือของมวลสมาชิก ตั้งอยู่บนพื้นฐานความสามัคคี และความสมัครใจตามระบอบประชาธิปไตย รักษาความยุติธรรม ช่วยดูแลกัน ควบคุม จัดสรร และปันส่วนกันอย่างเที่ยงธรรม แนวความคิดและอุดมการณ์ที่สำคัญ อันเป็นเป้าหมายของการจัดตั้งสหกรณ์ คือ การสร้างความตระหนักให้สมาชิกรู้จักอดออม อดทน รักความก้าวหน้า พร้อมทั้งจะช่วยเหลือตนเองและเพื่อนสมาชิก ซึ่งเป็นการแสดงความเสียสละและความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้สมาชิกทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นั่นหมายความว่า หากการดำเนินงานของสหกรณ์ตรงความพึงพอใจของสมาชิก ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของกฎ ระเบียบแล้ว ย่อมจะช่วยพัฒนานุคคลและองค์กรให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมกัน

ประเทศไทยเป็นประเทศที่นำเอาระบบสหกรณ์มาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2459 ในปัจจุบันนี้สหกรณ์แบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การประมง สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน จากหนังสือชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย สหกรณ์เครดิตยูเนียนมีความเจริญก้าวหน้า พร้อมทั้งได้รับความนิยมนมากขึ้น มีพัฒนาการที่น่าสนใจ เป็นสหกรณ์สำหรับผู้ที่มีรายได้ประจำโดยทั่วไปที่ต้องการพึ่งตนเองด้วยการออมทรัพย์เป็นประจำ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันด้วยการให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น สหกรณ์เครดิตยูเนียนตั้งขึ้นทั่วไปในสถานที่ราชการ สำหรับข้าราชการพลเรือน ตำรวจ ทหาร และในรัฐวิสาหกิจ โรงงาน บริษัท สถานศึกษา หรือชุมชนต่าง ๆ (ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย, 2521)

สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 202 อาคาร 11 ตึกนาฏศิลป์ ชั้น 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ต. ช้างเผือก อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50300 ในเริ่มแรกเมื่อปี พ.ศ. 2524 สหกรณ์มีการดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่มเครดิตยูเนียนมีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 108 คน เงินสะสม 8,860 บาท ซึ่งสมาชิกของกลุ่มเครดิตยูเนียนประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นบุคลากรสังกัดวิทยาลัยครูเชียงใหม่เท่านั้น แต่ในปัจจุบันสมาชิกของสหกรณ์ประกอบด้วยสมาชิกซึ่งเป็นข้าราชการครู ข้าราชการพลเรือน ลูกจ้างประจำ พนักงานตามสัญญา และกลุ่มเครือญาติพี่น้องของสมาชิก ซึ่งเป็นผู้มีรายได้ประจำในแต่ละเดือน วัตถุประสงค์หลักในการเข้าเป็น

สมาชิก คือ การสะสม/ค่าหุ้น และการกู้ยืมเงินจากสหกรณ์ และการจัดสวัสดิการให้สมาชิกในรูปแบบกองทุนสมทบ ฉะนั้น เมื่อสมาชิกเข้ามาใช้บริการสหกรณ์แล้ว สหกรณ์มีนโยบายมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับบริการที่ประทับใจและให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุด

การดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ในปี พ.ศ. 2543 – 2546 ที่ผ่านมาสหกรณ์ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ซึ่งพิจารณาได้จากกำไรสุทธิของสหกรณ์ พบว่า ปี พ.ศ. 2543 สหกรณ์มีกำไรสุทธิ 1,356,384.94 บาท ปี พ.ศ. 2544 สหกรณ์มีกำไรสุทธิ 1,368,905.89 บาท ปี พ.ศ. 2545 สหกรณ์มีกำไรสุทธิ 1,395,985.15 บาท ปี พ.ศ. 2546 สหกรณ์มีกำไรสุทธิ 1,445,234.69 บาท แต่ในปี 2547 สหกรณ์มีกำไรสุทธิ 1,398,082.44 บาท ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 3.26 และหากพิจารณาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ ในปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2547 จะพบว่า ในปี 2547 สหกรณ์มีกำไรลดลง ในขณะที่สินทรัพย์ ทุนเรือนหุ้น และจำนวนสมาชิกของสหกรณ์เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.41, 11.19 และ 4.72 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า สหกรณ์มีสินทรัพย์เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจโดยรวมเพิ่มขึ้น แต่หากพิจารณาธุรกิจของสหกรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านสินเชื่อ และเงินรับฝาก ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของสหกรณ์ พบว่า การเพิ่มขึ้นของสินเชื่อ เพิ่มในอัตราร้อยละ 0.41 ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ นอกจากนี้ เงินรับฝากมีอัตราลดลงร้อยละ 7.94 ซึ่งอัตราการลดลงเป็นสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น การที่เงินรับฝากลดลง จะส่งผลให้เงินทุนหมุนเวียนของสหกรณ์ลดลง การปล่อยสินเชื่อก็น้อยตามไปด้วย ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลง นอกจากนี้ หากพิจารณาในด้านรายได้และค่าใช้จ่ายจะเห็นว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ (เพิ่มร้อยละ 0.69) ไม่เป็นสัดส่วนที่เหมาะสมกับอัตราการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.53) ซึ่งการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ไม่เหมาะสม ก็ส่งผลให้กำไรสุทธิลดลงเช่นกัน (ตาราง 1)

ตาราง 1 ข้อมูลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการเจริญเติบโตของสหกรณ์ ปี 2546 - 2547

รายการ	ปี 2546	ปี 2547	เพิ่ม (+) / ลด (-)	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
สินทรัพย์	38,429,948.64	40,507,515.01	2,077,566.37	5.41
หนี้สิน	9,522,810.68	8,506,197.61	- 1,016,613.07	- 10.67
ทุนเรือนหุ้น (มูลค่าหุ้นละ 10.00 บาท)	25,849,010.00	28,742,780.00	2,893,770.00	11.19
รวมทุนของสหกรณ์	28,907,137.96	32,001,317.40	3,094,179.44	10.70
เงินทุนเรือนหุ้น	26,341,400.00	28,742,780.00	2,401,380.00	9.12
เงินให้สมาชิกกู้	35,743,181.75	35,888,649.50	145,467.75	0.41
เงินรับฝาก	8,166,040.05	7,517,818.23	- 648,221.82	- 7.94
จำนวนสมาชิก (คน) (เข้าใหม่ 34 ราย ลาออก 9 ราย)	720	745	34	4.72
รายได้	2,929,788.96	2,949,899.89	20,110.93	0.69
ค่าใช้จ่าย	1,484,554.27	1,551,817.45	67,263.18	4.53
กำไรสุทธิ	1,445,234.69	1,398,082.44	- 47,152.25	- 3.26

ที่มา: สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด (2547)

จากผลการประกอบการข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าสหกรณ์ควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้กิจการมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น เพื่อให้มีการเจริญเติบโตและขยายองค์กร อันได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจเงินรับฝาก ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของสหกรณ์ตลอดจนการปันผลของสหกรณ์แก่สมาชิก ในการที่จะทำให้สหกรณ์สามารถเติบโตได้ในทิศทางบวก กล่าวคือ สหกรณ์ควรมีปริมาณจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นทุกปี ควรมีการกระตุ้นให้มีปริมาณเงินรับฝากที่สูงขึ้น ควรมีการกระตุ้นให้สมาชิกเพิ่มทุนเรือนหุ้น และให้มีการขยายตัวในธุรกิจด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสินเชื่อ ซึ่งเป็นธุรกรรมหลักของสหกรณ์ ซึ่งการที่จะทำให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวในด้านต่าง ๆ

จะต้องได้รับความร่วมมือจากสมาชิกสหกรณ์ให้ทำธุรกรรมกับสหกรณ์มากขึ้น ไม่ว่าจะในด้านใดก็ตาม ทั้งนี้จะต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งการกระตุ้นให้สมาชิกทำธุรกรรมกับสหกรณ์มากขึ้น การเข้าร่วมทำธุรกิจของสมาชิกมากหรือน้อย ปัจจัยหนึ่งได้แก่ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อธุรกิจและการบริการของสหกรณ์ ฉะนั้น สหกรณ์ จะต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกในด้านต่าง ๆ เพื่อสมาชิกจะใช้บริการสหกรณ์มากขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการกับสหกรณ์ โดยศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มาใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งต้องการทราบถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ และความต้องการของสมาชิก ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การปรับปรุงและการวางแผนการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่บกพร่องเพื่อพัฒนา การดำเนินงานของสหกรณ์ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการใช้บริการสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้ คาดว่าจะได้รับประโยชน์ คือ

1. เป็นข้อมูลพื้นฐานแก่คณะกรรมการดำเนินการ ในการกำหนดการวางแผนงานและกำหนดนโยบายการบริหารของสหกรณ์ ในธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจเงินฝาก และกระตุ้นให้สมาชิกเพิ่มทุนเรือนหุ้น

2. ทำให้ทราบความพึงพอใจที่สมาชิกมีต่อการให้บริการของสหกรณ์ เพื่อสหกรณ์ใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงการให้บริการแก่สมาชิก

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด เป็นการศึกษามุ่งเกี่ยวกับ

1. สมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ที่ยังเป็นสมาชิกภาพในปี 2548 จำนวน 450 คน

2. ความพึงพอใจในการให้บริการในด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์ได้แก่

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสหกรณ์มีการดำเนินงานอยู่ 6 กิจกรรม ได้แก่ การสะสม/ค่าหุ้น การรับฝาก การให้เงินกู้ การค้าประกัน การจัดสวัสดิการ การให้บริการของพนักงาน/เจ้าหน้าที่ และความเหมาะสมของคณะกรรมการ

2.2 ด้านราคา ในรูปของอัตราดอกเบี้ย เงินปันผล และเงินเฉลี่ยคืน

2.3 ด้านสถานที่ สถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์การจัดเก็บเอกสาร ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดสัดส่วนและการตกแต่งภายใน ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

3. ศึกษาปัญหา แนวทางแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะจากสมาชิกในปัจจุบัน ด้านส่วนผสมทางการตลาด

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

สหกรณ์เครดิตยูเนียน หมายถึง สหกรณ์สมบูรณ์แบบประเภทหนึ่ง จัดตั้งในรูปสมาชิกที่มีอยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือ หนึ่งคนต่อหนึ่งเสียง สมาชิกจะสะสมทรัพย์ร่วมกัน เพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความจำเป็น มีความเดือดร้อนกู้ยืมไปใช้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการจัดสรรสู่มวลสมาชิกในรูปของดอกเบี้ยและเงินปันผล (ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย, 2521: 22)

สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
 สมาชิก หมายถึง สมาชิกสามัญสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏ
 เชียงใหม่ จำกัด

สมาชิกสามัญ หมายถึง ผู้ที่นายทะเบียนรับจดทะเบียน หรือ ผู้ที่ได้รับเลือกให้
 เป็นสมาชิกตามข้อบังคับ ซึ่งต้องเป็นข้าราชการ ข้าราชการพลเรือน ลูกจ้างประจำ หรือ พนักงาน
 ตามสัญญา ซึ่งได้รับเงินเดือนในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

สมาชิกสมทบ หมายถึง ผู้ที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกโดยสมัครใจ ซึ่งต้องเป็นบุคคล
 ในครอบครัวของสมาชิกสามัญ หรือตามหลักเกณฑ์ที่สหกรณ์กำหนด

คณะกรรมการ หมายถึง คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์
 พนักงาน หมายถึง ผู้ที่สหกรณ์ จ้างไว้ปฏิบัติงานประจำในตำแหน่งผู้จัดการ
 และพนักงานตำแหน่งต่าง ๆ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในด้าน
 ส่วนผสมทางการตลาด ของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ได้แก่ ปัจจัย
 ทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านสถานที่ และ ปัจจัยทางการส่งเสริม
 การตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
 และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการสหกรณ์ หมายถึง ระดับความสามารถของ
 การบริการสหกรณ์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกหลังจากใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสม
 ทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (4P's) หมายถึง ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผล
 ต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการตลาด ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (product) (2) ปัจจัย
 ด้านราคา (3) ปัจจัยด้านสถานที่ (place) (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การสะสม/ค่าหุ้น การรับฝาก (ออมทรัพย์พิเศษ
 6 เดือน) การให้เงินกู้ (ประเภทสามัญ) การให้เงินกู้ (ประเภทฉุกเฉิน) การค้าประกัน การจัด
 สวัสดิการ และการให้บริการของพนักงาน/เจ้าหน้าที่

ปัจจัยทางด้านราคา หมายถึง เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้แก่สมาชิกที่ได้จาก
 การสะสมหุ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญและฉุกเฉินที่สหกรณ์เครดิตยูเนียนเรียกเก็บ และ
 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ปัจจัยทางด้านสถานที่ หมายถึง สถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์ เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด การจัดเก็บเอกสาร ความทันสมัยของวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดสัดส่วนและการตกแต่งภายใน ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ และรวดเร็วทันเหตุการณ์ การจัดรายการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าให้ลูกค้าได้ทราบ เช่น การจัดทำแผ่นพับ การจัดป้ายประชาสัมพันธ์

เงินฝากสะสม หมายถึง การฝากเงินในสหกรณ์ในรูปของเงินฝากออมทรัพย์ พิเศษ (6 เดือน) ซึ่งเป็นเงินฝากที่ไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการรับฝาก จะฝากเมื่อใดก็ได้แต่ในการถอนต้องไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน หากเกิน 1 ครั้งต้องเสียค่าธรรมเนียม

เงินค่าหุ้น หมายถึง การฝากเงินในสหกรณ์ในรูปของเงินค่าหุ้น โดยจะต้องสะสม สม่ำเสมอทุกเดือน

เงินกู้ หมายถึง เงินกู้ที่สมาชิกกู้จากสหกรณ์ อันได้แก่ เงินกู้สามัญ และ/หรือ เงินกู้ฉุกเฉิน มีหน่วยบาท

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ครั้งนี้ ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความกระจ่างและการดำเนินการวิจัยได้อย่างถูกต้อง โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด
2. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. วิธีการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. ภาศสรุป
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย
8. สมมติฐานการวิจัย

แนวคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด

แมคคาร์ธี (E. Jerome McCarty) (ธงชัย สันติวงษ์, 2533: 36) ได้จัดแบ่งส่วนผสมทางการตลาดเป็น 4 หมวด คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสิ่งสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ คือ การมุ่งพัฒนาให้มีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ ในที่นี้ได้แก่ การบริการที่ให้แก่สมาชิก
2. ราคา (price) หมายถึง การกำหนดราคาให้เหมาะสมที่สุดที่จะผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่แล้วให้ออกไปสู่ที่มีความต้องการ โดยวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีเหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ดอกเบี้ย อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ
3. สถานที่ (place) หมายถึง หน้าที่และชนิดของสถาบันต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบแล้วไปยังตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง บรรยากาศภายในสหกรณ์

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การบอกกล่าว การขายความคิด ทำความเข้าใจให้กับสมาชิกทราบ โดยการสื่อความให้ถึงตลาดเป้าหมายว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการมีจำหน่ายที่ใด ณ ราคาใด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงาน

แนวความคิดนี้ ส่วนผสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์สถานที่ การส่งเสริมการตลาดและราคา ซึ่งสหกรณ์เป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องมีส่วนผสมทางการตลาดครบถ้วน โดยกระตุ้นให้มีการสมัครเข้าเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้นและยังคงรักษาสมาชิกเดิมให้คงอยู่ต่อไป

สหกรณ์เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จะตอบสนองความต้องการของสมาชิก และเป็นการขายบริการโดยไม่มีสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเฉพาะบริการฝากเงิน และกู้เงิน มีหลายประเภท และมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกัน มีระดับราคาที่ง่ายต่อการจำแนก ระดับบริการที่แตกต่างกัน จัดไว้ให้บริการเพื่อให้เกิดความพอใจและได้รับผลประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ลักษณะที่สำคัญของธุรกิจบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดมี 4 ประการดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนมีการซื้อขาย เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ตัวบุคคลเครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต การบริโภคในขณะเดียวกัน ทำให้การบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา ดังนั้น กลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดทางด้านเวลาทำได้โดยกำหนดมาตรฐานเวลา การจัดกลุ่มให้บริการ การให้บริการให้รวดเร็ว การใช้เครื่องมือช่วย

3. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ในแง่ของผู้ขายจะต้องมีการควบคุมคุณภาพซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

ก. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

ข. ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้าโดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ จะทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะของบริการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2534: 142-146) ได้แบ่งธุรกิจที่ใช้บริการ 4 P's ไม่เพียงพอจะต้องมีเพิ่มเติมในส่วนคุณภาพของผู้ให้บริการและคุณภาพของการบริการ ซึ่งลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการของผู้ขายทั้งในด้านเทคนิคหน้าที่ลักษณะบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนทำการซื้อ ประสบการณ์และความเชื่อถือที่เกิดขึ้นจริง

งานที่สำคัญของธุรกิจบริการจึงมี 3 ประการคือ

1. ความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งในด้านนวัตกรรมบริการพื้นฐานและบริการเสริม

2. คุณภาพการให้บริการ มีการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าพิจารณาคุณภาพให้บริการ ได้แก่

- ก. การเข้าถึงลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่และทำเล
- ข. การติดต่อสื่อสาร การอธิบายถูกต้อง ภาษาเข้าใจง่าย
- ค. ความสามารถ
- ง. ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง
- จ. ความน่าเชื่อถือ
- ฉ. ความไว้วางใจ บริการที่สม่ำเสมอ ถูกต้อง
- ช. การตอบสนองลูกค้า มีความรวดเร็ว
- ซ. ความปลอดภัย
- ฌ. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก
- ญ. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

3. ประสิทธิภาพการให้บริการ สามารถเพิ่มได้ 6 วิธี

- ก. พนักงานทำงานมากขึ้น ชำนาญเพิ่มขึ้น
- ข. เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วน
- ค. เปลี่ยนเป็นแบบอุตสาหกรรมโดยใช้เครื่องมือช่วย
- ง. ให้บริการที่ปลดการใช้บริการอื่น
- จ. ออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ฉ. จูงใจให้ลูกค้าใช้แรงงานของเขาเองแทนแรงงานของบริษัท ซึ่งต้องระวัง

ไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพการให้บริการและสามารถรักษาระดับความพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด (2535) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าซึ่งความพึงพอใจนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้า หรือบริการ ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังก็แสดงว่าลูกค้าคาดหวังก็แสดงว่าไม่พึงพอใจ

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ความพึงพอใจของลูกค้ายังหมายรวมไปถึง การตอบสนองลูกค้าในสิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ ขณะที่เขาต้องการและในวิถีทางที่เขาต้องการ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการสนองความจำเป็นของลูกค้า

ซึ่งเราอาจทำการจัดระดับความพึงพอใจได้ 3 ระดับคือ

ระดับ 1 การสนองตอบความจำเป็น

ระดับ 2 สนองความคาดหวังของลูกค้าในวิถีทางที่อยากกลับมาใช้บริการอีก

ระดับ 3 สมาชิกเกินความคาดหวังของลูกค้าโดยทำมากกว่าที่ลูกค้าจะคาดถึง

สิ่งสำคัญในการสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ก็คือการจะต้องทำการค้นหาว่าลูกค้ามีความต้องการหรือจำเป็นอะไรแล้วจึงตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นนั้น ซึ่งระดับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป แต่ความต้องการขั้นพื้นฐานของคนจะคล้ายคลึงกัน

ความคาดหวัง

ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นบุคคลใดก็ตาม ความต้องการก็จะคล้ายคลึงกัน ซึ่งสิ่งที่เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจประกอบด้วย

1. ความต้องการในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับสินค้าที่ตรงกับความต้องการ และบริการที่รวดเร็ว ประทับใจ โดยไม่บกพร่อง ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ลูกค้าสนใจ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านราคาแล้ว ยังมีความสำคัญมากกว่า
2. ราคาแข่งขัน เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะหากเป็นสินค้าที่มีจำนวนมาก
3. คุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกค้าคาดหวังว่า สินค้าและบริการที่เขาได้ซื้อไปจะมีคุณภาพสูงและสามารถที่จะเชื่อถือได้
4. การส่งมอบสินค้า ผู้ให้บริการต้องมีการส่งมอบที่ตรงเวลา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และการส่งมอบนั้นจะต้องทำด้วยความมีประสิทธิภาพไม่เกิดความบกพร่อง
5. การบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อสินค้า หรือใช้บริการแล้ว ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังว่า หากเกิดปัญหากับสินค้าหรือบริการที่ได้รับ เขาจะได้รับความช่วยเหลือและแนะนำเป็นอย่างดี
6. สถานที่ ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือการรับบริการ ทั้งนี้รวมถึงบรรยากาศและความสะดวกในการบริการด้วย

การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า

1. ปรัชญาความพึงพอใจ บริษัทใดก็ตามที่ต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจจะต้องยึดมั่นในปรัชญานี้โดยการบรรจุในวัตถุประสงค์หรือพันธกรณีของบริษัทและควรมีการสื่อสารความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้แก่พนักงานทุก ๆ ท่านได้ทราบ
2. ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า ก่อนที่บริษัทจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ บริษัทจำเป็นต้องค้นหาความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าก่อน ซึ่งอาจทำได้โดยการสำรวจ วิจัย หรือการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับเสียงสะท้อนหรือรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่บริษัทสามารถทำการตรวจสอบความต้องการของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อทำการปรับปรุงต่อไป
3. กำหนดมาตรการและมาตรฐานความพึงพอใจ ความพึงพอใจของลูกค้าอาจวัดได้ใน 3 เงื่อนไข ดังนี้

- สินค้าประกอบด้วย การทำงาน ประโยชน์ ความปลอดภัย
- บริการ ได้แก่ เวลาในการบริการ ความคงทน ความยืดหยุ่น
- การส่งมอบซึ่งต้องคำนึงถึง ความรวดเร็ว ความละเอียดรอบคอบ สุภาพ

เรียบง่ายและประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงได้ระดับจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเก่า ขณะเดียวกันก็สามารถดึงดูดลูกค้ารายใหม่ได้ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการที่ บริษัทจะประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งหรือไม่

วิธีการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

สหกรณ์เครดิตยูเนียน

คือ สหกรณ์สมบูรณ์แบบประเภทหนึ่งอยู่ในสหกรณ์ประเภทออมทรัพย์จัดตั้งขึ้น ในหมู่สมาชิกที่มีวงสัมพันธ์เดียวกัน ดำเนินการภายใต้หลักประชาธิปไตย คือ หนึ่งคนต่อหนึ่ง เสียง สมาชิกจะสะสมทรัพย์ร่วมกัน เพื่อเป็นทุนดำเนินการให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเดือดร้อน กู้ยืมนำไปใช้ คณะกรรมการได้รับเลือกตั้งจากสมาชิกและโดยสมาชิกจากสหกรณ์นี้เอง ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้รับการจัดสรรไปสู่ผู้มวลสมาชิกในรูปของดอกเบี้ยและเงินปันผล (ชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย, 2521: 22)

ประเภท

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้น โดยกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์หรือ คุ้นเคยกัน เพื่อให้เป็นสมาชิกออมเงินร่วมกันและให้กู้เมื่อจำเป็น

วงสัมพันธ์

อาชีพการงาน/เครือญาติสมาชิก/ที่อยู่อาศัยในท้องถิ่นเดียวกัน

ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้จัดตั้งกลุ่มเครดิตยูเนียนครั้งแรกเมื่อ 30 เมษายน 2524 โดยใช้ชื่อว่า “กลุ่มเครดิตยูเนียนวิทยาลัยครูเชียงใหม่ จำกัด” มีสมาชิก 108 คน เงินสะสม 8,860 บาท

18 กุมภาพันธ์ 2528 นายทะเบียนสหกรณ์รับจดทะเบียนเป็นสหกรณ์ โดยใช้ชื่อว่า “สหกรณ์เครดิตยูเนียนช้างเผือก จำกัด” เลขที่หนังสือสำคัญรับจดทะเบียน ที่ กพร. 4/2528

30 เมษายน 2547 นายทะเบียนสหกรณ์รับจดทะเบียนแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับโดย
เปลี่ยนใช้ข้อบังคับใหม่ และเปลี่ยนชื่อสหกรณ์ เป็น “สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงใหม่ จำกัด”

คณะกรรมการดำเนินการ ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการอำนวยการ
2. คณะกรรมการเงินกู้
3. คณะกรรมการศึกษา
4. คณะผู้ตรวจสอบกิจการ
5. พนักงานสหกรณ์

กิจกรรมของสหกรณ์ ประกอบด้วย 4 กิจกรรม คือ

1. การประหยัดและการสะสม/ค่าหุ้น

หลักในการปฏิบัติการสะสมเงินในสหกรณ์เครดิตยูเนียน

1. สหกรณ์จะให้สมาชิกมาสะสมเงินในลักษณะของหุ้นสหกรณ์ โดยขั้นต่ำ

100 บาท

2. สมาชิกแต่ละคนสะสมเงินในสหกรณ์ตามกำลังความสามารถและ

สม่ำเสมอทุกเดือน

3. เงินที่สมาชิกลำมาสะสมควรเพิ่มขึ้นทุกปี

4. การสะสมจะกำหนดเป็นรายเดือน ตามความสามารถของสมาชิก

5. สมาชิกคนหนึ่งมีหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์

ไม่ได้

6. สมาชิกที่มาสะสมหุ้นแต่ละครั้งต้องได้รับใบเสร็จรับเงินเป็นหลักฐาน

7. สมาชิกที่มาสะสมหุ้นต้องนำสมุดประจำตัวสมาชิกของตนมาด้วยทุกครั้ง

8. เงินสะสมนี้เป็นเงินสะสมค่าหุ้นที่สมาชิกจะถอนคืนได้ก็ต่อเมื่อลาออก

9. สมาชิกจะขายหรือโอนหุ้นซึ่งตนมีอยู่ให้ผู้อื่นไม่ได้

10. ทุกสิ้นปีสมาชิกจะได้รับผลตอบแทนเป็นเงินปันผลมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับกำไรและการจัดสรรกำไรในแต่ละปี เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2547 สหกรณ์จ่ายเงินปันผล
ร้อยละ 4.50 ต่อปี จ่ายเงินเฉลี่ยคืน ร้อยละ 2.00 ต่อปี

2. การรับฝากเงิน

สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน มีการรับฝากเงินเป็นเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (6 เดือน) คือ เงินฝากที่ไม่ได้กำหนดระยะเวลาในการรับฝาก จะฝากเมื่อใดก็ได้แต่ในการถอนต้องไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน หากเกิน 1 ครั้งต้องเสียค่าธรรมเนียม ผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยเงินฝากร้อยละ 2.25 ต่อปี

3. การให้บริการด้านสินเชื่อ (เงินกู้)

จุดประสงค์ของการกู้

1. การขอกู้เพื่อดับความเดือดร้อน เช่น เรื่องการเจ็บป่วยต่าง ๆ การรักษาพยาบาล การศึกษา ปลดปล่อยหนี้สินที่ต้องเสียดอกเบี้ยแพง ซ่อมแซมบ้าน ฯ
2. เพื่อเพิ่มรายได้ เช่น ลงทุนทำการค้า ประกอบอาชีพต่าง ๆ ที่อำนวยประโยชน์ให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
3. เพื่อบำรุงสุข เช่น ซื้อสิ่งของที่ต้องใช้ภายในบ้าน ตู้เย็น พัดลม เครื่องเสียง โทรทัศน์ ปลั๊กบ้าน แต่งงาน ฯ นอกจากนั้นยังมีเรื่องต่าง ๆ ที่สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนสามารถจะบริการสมาชิกได้ตามความต้องการของสมาชิก เช่น เพื่อการท่องเที่ยว ทำบุญต่าง ๆ ฯลฯ

ประเภทของการกู้

1. เงินกู้ฉุกเฉิน เป็นการกู้เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น อุบัติเหตุ ค่าพาหนะ ค่ารักษาพยาบาล การกู้เงินฉุกเฉินนี้สมาชิกกู้ได้ทันทีและตลอดเวลาทำการ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 8.00 ต่อปี
2. เงินกู้สามัญ เป็นเงินกู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงพัฒนาอาชีพ ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ปลดปล่อยหนี้สิน เงินกู้ประเภทนี้ได้ประมาณ 3 เท่าของทุนเรือนหุ้นของสมาชิกที่มีอยู่ปกติจะต้องชำระคืนภายในระยะเวลา 18 หรือภายใน 72 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2547 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 8.00 ต่อปี

เงื่อนไขการค้ำประกัน

1. ผู้ค้ำประกันต้องเป็นสมาชิกที่เป็นข้าราชการ ข้าราชการพลเรือน ลูกจ้างประจำ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. สมาชิกค้ำประกันเพื่อนสมาชิก ได้ไม่เกิน 3 คน
3. ใช้หุ้นของตนเอง ค้ำประกันเงินกู้ได้
4. ผู้ค้ำประกันจะลาออกจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์ได้ต่อเมื่อหาสมาชิกมาค้ำประกันแทนตนก่อน

ตาราง 2 เงื่อนไขการยื่นกู้เงิน ประเภทฉุกเฉิน สามัญ

เงินกู้ ประเภท	เป็นสมาชิก มาแล้วไม่ น้อยกว่า	หุ้นสะสม	วงเงินกู้ ไม่เกิน (บาท)	อัตราดอกเบี้ยต่อ ปี (คิดเป็น รายวัน)	ชำระคืน ภายใน
ฉุกเฉิน	6 เดือน		3,000	8.00	4 เดือน
ฉุกเฉิน	12 เดือน		10,000	8.00	4 เดือน
สามัญ	6 เดือน	5 เท่าของทุนเรือนหุ้น	100,000	8.00	60 เดือน
สามัญ	3 ปี	5 เท่าของทุนเรือนหุ้น	150,000	8.00	72 เดือน
สามัญ	6 ปี	5 เท่าของทุนเรือนหุ้น (มากกว่า 3 แสนต้องเป็นลูกค้าชั้นดี)	300,000	8.00	72 เดือน
สามัญ	6 ปี	5 เท่าของทุนเรือนหุ้น	350,000	8.00	72 เดือน

ที่มา: สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด (2547)

4. การจัดสวัสดิการให้สมาชิก

จัดสวัสดิการเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน พึงตระหนักเพื่อไว้บริการแก่บรรดาสมาชิกให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและต้องมีการพัฒนาไปสู่สหกรณ์เพื่อจัดการบริการสวัสดิการ โดยจัดให้มีการบริการในด้านต่าง ๆ แก่สมาชิกตั้งแต่เริ่มตลอดจนถึงเสียชีวิต

ประเภทของสวัสดิการที่ได้รับบริการจากชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนแห่งประเทศไทย จำกัด ประกอบด้วย

4.1 สวัสดิการเงินกู้ (สก. 1)

วัตถุประสงค์

1. ช่วยป้องกันปัญหาหนี้สูญในสหกรณ์
2. เสริมสร้างเสถียรภาพด้านการเงินของสหกรณ์
3. สร้างหลักประกันความมั่นคงให้แก่ครอบครัวของสมาชิกผู้ยืมเงิน

ของสหกรณ์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ในกรณีสมาชิกเสียชีวิต ขณะที่หนี้สินค้างชำระอยู่กับสหกรณ์นี้ ก่อนนั้นจะถูกชดใช้ให้ โดยทาง ช.ส.ค. แทนสมาชิกผู้เสียชีวิต ภาระหนี้สินก็จะไม่ตกแก่ลูกเมีย

ญาติพี่น้องหรือผู้ค้าประกันกรรมการของสหกรณ์ก็ไม่ลำบากใจในการทวงหนี้สิน เงินทุนหมุนเวียนของสหกรณ์ก็จะได้รับคืน

2. สวัสดิการเงินกู้ยืมจะชำระหนี้ให้ในกรณีเสียชีวิต และยังชำระหนี้ให้ในกรณีสมาชิกผู้ได้รับความสามารถโดยสิ้นเชิง

3. สวัสดิการเงินกู้จะชำระหนี้ให้กับสมาชิกรายละสูงสุดไม่เกิน 350,000 บาท (เงินกู้คุ้มครองในขณะที่อายุไม่เกิน 69 ปี)

4.2 สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2)

วัตถุประสงค์

1. ส่งเสริมให้สมาชิกสะสมทรัพย์มากยิ่งขึ้น
2. เสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารการเงินของสหกรณ์
3. สร้างความมั่นคงให้แก่ครอบครัวของสมาชิกผู้เสียชีวิต โดยจะได้รับสมทบจำนวนหนึ่ง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. สวัสดิการเงินสะสมจะให้ความคุ้มครองในกรณีที่สมาชิกเสียชีวิตเท่านั้น และจะจ่ายสมทบเงินสะสมหรือเงินฝากที่อยู่ภายใต้ “เงื่อนไขการทำงาน” ของสมาชิกให้แก่ผู้รับผลประโยชน์หรือทายาทของสมาชิกผู้เสียชีวิตตามเกณฑ์ตารางผลประโยชน์ จำนวนเงินที่จะสมทบให้จำนวนสูงสุดไม่เกิน 150,000 บาทต่อราย
2. การคำนวณเงินผลประโยชน์ที่สวัสดิการเงินสะสมจ่าย ให้กับสหกรณ์เมื่อมีสมาชิกเสียชีวิตจะคิดตามจำนวนร้อยละของเงินสะสมที่มีสิทธิได้รับความคุ้มครองในแต่ละช่วงอายุของสมาชิกผู้นั้นตามตารางการคิดเงินผลประโยชน์ ดังนี้ (ตาราง 3)

4.3 สวัสดิการความมั่นคง (สก. 4)

วัตถุประสงค์

1. ช่วยเสริมสร้างเสถียรภาพของสหกรณ์เครดิตยูเนียน
2. ช่วยคุ้มครองป้องกันภัย หรือการสูญเสียต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสหกรณ์ฯ ในรูปลักษณะต่าง ๆ ให้ลดน้อยลงให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
3. ช่วยให้สมาชิกมั่นใจในสหกรณ์เครดิตยูเนียนของตนมากยิ่งขึ้น

ตาราง 3 การคำนวณเงินผลประโยชน์ที่สวัสดิการเงินสะสมจ่าย

อายุของสมาชิก*	จำนวนร้อยละ
0 - 6 เดือน	25
6 เดือน - 54 ปีบริบูรณ์	100
55 ปี - 59 ปีบริบูรณ์	75
60 ปี - 64 ปีบริบูรณ์	50
65 ปี - 69 ปีบริบูรณ์	25
70 ปีขึ้นไป	0

หมายเหตุ: *ตามระเบียบของสหกรณ์ สามารถรับสมาชิกสมทบซึ่งเป็นญาติพี่น้องของสมาชิกสามัญ
ที่มีอายุตั้งแต่แรกเกิด

ที่มา: สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด (2547)

การคุ้มครองป้องกันภัย มี 7 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 การทุจริตหรือนื้อโกงของเจ้าหน้าที่และกรรมการ

ประเภทที่ 2 ทรัพย์สินเสียหายรวมถึงความเสียหายอันเกิดจากความผิดพลาด

อาญาและอัคคีภัย

ประเภทที่ 3 สำนักงานและเครื่องใช้สำนักงานเสียหายอันเกิดจากผู้กระทำ

ความผิดพลาดอาญา

ประเภทที่ 4 ทรัพย์สินเสียหายในระหว่างการขนย้าย

ประเภทที่ 5 การปลอมแปลงเอกสาร

ประเภทที่ 6 ค่าใช้จ่ายในการขอรับเงินสวัสดิการความมั่นคง

ประเภทที่ 7 ทรัพย์สินของเจ้าหน้าที่และสมาชิกเสียหาย

4.4 สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมสวัสดิการของครอบครัวสมาชิกด้วยฌาปนกิจสงเคราะห์
2. เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในขบวนการสหกรณ์เครดิตยูเนียน

วิธีการ

1. สมาชิกจะส่งเงินเข้าเป็นกองทุนสวัสดิการครั้งแรกคนละ 300 บาท เงินจำนวนนี้จะเป็นกองทุนเพื่อไปจ่ายให้กับผู้รับผลประโยชน์ของสมาชิกที่เสียชีวิต
2. เมื่อสมาชิกเสียชีวิต และชุมนุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย จำกัด (ช.ส.ค.) ส่งเงินจากกองทุนไปให้ผู้รับผลประโยชน์ของสมาชิกแล้ว ช.ส.ค. จะมีหนังสือแจ้งมายังสหกรณ์ให้ส่งเงินเข้ากองทุนเพิ่มเท่ากับจำนวนสมาชิกที่เสียชีวิต คนด้วย 5 บาท

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรากร กองแก้ว (2546) ศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกัณฑ์รายใหญ่ กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ซื้อสุกัณฑ์ของผู้ผลิตรายใหญ่ และศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกัณฑ์รายใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในกาวิจัย คือผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านตัวแทนจำหน่ายสุกัณฑ์ประเภทร้านขายวัสดุตกแต่งบ้านและประเภทโมเดิร์นเทรดในกรุงเทพมหานคร รวม 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ไคสแควร์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการทดสอบด้วยวิธีการแอล เอส ดี โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้อด้านยี่ห้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดของผู้บริโภครายใหญ่ ผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดสุกัณฑ์ของผู้ผลิตรายใหญ่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายสุกัณฑ์ของผู้ผลิตรายใหญ่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฉัฐนิภา อุทรจักร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้าน

การประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านพนักงาน และพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ ด้านสถานที่ ด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ และด้าน อัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ สถานที่ตั้งของธนาคารควรปรับปรุง สถานที่จอดรถ พนักงานควรมีการพัฒนาคุณภาพ เสริมศักยภาพด้านประสิทธิภาพ และควรมี การศึกษาหาแนวทางปรับปรุงระบบการบริการของธนาคาร

ทวิชพงษ์ พาสนิล (2545) ศึกษาความต้องการทางด้านปัจจัยการตลาดของผู้เลี้ยง กุ้งกุลาดำที่มีต่อผู้ผลิตอาหารกุ้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านปัจจัยการตลาด (4P's) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำในจังหวัด นครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่าผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ตามลำดับ และผลการทดสอบความแตกต่างของการให้ ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า มีความสอดคล้องกัน คือ ผู้เลี้ยงกุ้งให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ตามลำดับ

ชนินทร์ เพชรไทย (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร พาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นประเด็นสำคัญต่าง ๆ ดังนี้ 1. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ 2. ความพึงพอใจในการบริการหน้าเคาน์เตอร์ 3. ความพึงพอใจในเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 4. ความพึงพอใจในด้านสถานที่ ความคิดเห็นที่มีต่อ การดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1. ความคิดเห็นด้านการดำเนินงานของธนาคาร 2. ความคิดเห็นด้านความมั่นคงของธนาคาร โดยนำค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้จากการสำรวจมาทดสอบทาง t - test หากค่าเฉลี่ยสูงกว่า 3.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติถือว่า มีความพอใจสูง ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนตัวของ กลุ่มลูกค้า สถาบันการเงิน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มนักการเงินธนาคาร กลุ่มนักวิชาการ กลุ่ม นักธุรกิจภาคเศรษฐกิจจริง โดยรวมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 59.82 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.71 รายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.42 การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 63.50 และค่าเฉลี่ยรวมความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ผลยอมรับสมมติฐานที่ว่า “ลูกค้าทั้ง 6 กลุ่มมีความพึงพอใจต่อธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในระดับสูง”

ชาคริต สันทราย (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 - 35 ปี สมรสแล้ว ระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาทางด้านการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร่วมด้วย ทางด้านความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ และด้านการบริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านการประชาสัมพันธ์

บุญบา จินะราช (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกร ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี สมรสแล้ว มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 30,000 บาท และมีการติดต่อใช้บริการ ธ.ก.ส. สาขาแม่แตง มาแล้ว มากกว่า 6 ครั้ง มีเวลาในการใช้บริการ 10 - 20 นาที ทางด้านความพึงพอใจในการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากในด้านสถานที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการ การให้บริการ เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน การประชาสัมพันธ์ และวัสดุสื่อสารและด้านสัญลักษณ์ ส่วนความพึงพอใจในด้านอัตราของราคาในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบ ความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจของการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการโดยใช้ค่าสถิติ $t(t - statistic)$ พบว่ามีความแตกต่างกันด้านความพึงพอใจในสถานที่ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง ส่วนความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ด้านสัญลักษณ์ ด้านบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านอัตราของราคาในการใช้บริการ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อ ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการพบว่า ความพึงพอใจในด้านสถานที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

วรรณภรณ์ เสียมภักดี (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย ในเขต อ. เมือง จ. เชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอย่างมากในด้านเทคโนโลยีและการจัดแบบในการให้บริการรวมถึงความสะดวกของสถานที่ให้บริการในส่วนของการรวดเร็วในการให้บริการ ความสุภาพ อธิบายและทำให้คำแนะนำในการให้บริการของพนักงานนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจไม่สูงมากนักเช่นเดียวกับความพอใจในการให้ลูกค้าเขียนเอกสารฝากถอนด้วยตนเอง และลูกค้าจะมีความพึงพอใจค่อนข้างน้อยในความสะดวกของพนักงานและที่จอดรถ รวมทั้งการบริการรับชำระค่าใช้จ่ายและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแล้ว ลูกค้าจะมีความพึงพอใจในด้านความเร็วในการบริการหลักจากที่มีการ RE - engineering เพิ่มขึ้นกว่าก่อนที่ธนาคารจะมีการ RE - engineering ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการ RE - engineering ที่มีผลในทางที่ดีขึ้น ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วยอาชีพ การศึกษา และระยะเวลาที่มาใช้บริการ จะพบว่าไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในด้านความเร็วในการบริการ ความสุภาพ อธิบายของพนักงานที่ให้บริการ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ และการจัดรูปแบบในการให้บริการความต้องการอื่นๆของลูกค้าคือให้มีการเพิ่มพนักงานบริการให้มากขึ้น รองลงมาคือ การบริการด้านที่จอดรถ และความต้องการด้านเทคโนโลยีในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

กฤษฎา สุรชาติชัยกุล (2543) ศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน 4 แห่ง จำนวนละ 30 ราย รวมทั้งสิ้น 120 ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด เป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ กระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และด้านสถานที่

นิตยาภรณ์ วรรณศักดิ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารการเงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียนช้างเผือก จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ปีทางบัญชี 2536 - 2540 พบว่า 1) การดำเนินงานทั่วไปของสหกรณ์ในช่วงปีทางบัญชี 2536 - 2540 สหกรณ์เครดิตยูเนียนช้างเผือก จำกัด ทุนส่วนใหญ่เป็นสหกรณ์เอง ได้แก่ ทุนเรือนหุ้น เงินสำรอง สะสมค่าหุ้น หุ้นชำระเต็มมูลค่าแล้ว เงินทุนอื่น และกำไรสุทธิประจำปี 2) การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการบริหารการเงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียน ช้างเผือก จำกัด มีสภาพคล่องสินทรัพย์หมุนเวียนส่วนใหญ่เป็นลูกหนี้เงินกู้ เงินสด และเงินฝากธนาคาร 3) การวิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคของการระดมเงินทุนของสหกรณ์เครดิต

ยูเนียน ช้างเผือก จำกัด สมาชิกส่วนใหญ่ไม่เข้าใจหลักการของสหกรณ์ที่แท้จริง 4) การวิเคราะห์การวางแผนทางการเงินล่วงหน้าจากการวางแผนการเงินมีสภาพคล่องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน โดยใช้อัตราส่วนทางการเงินวิเคราะห์ 4 ด้าน พบว่าน่าพอใจ

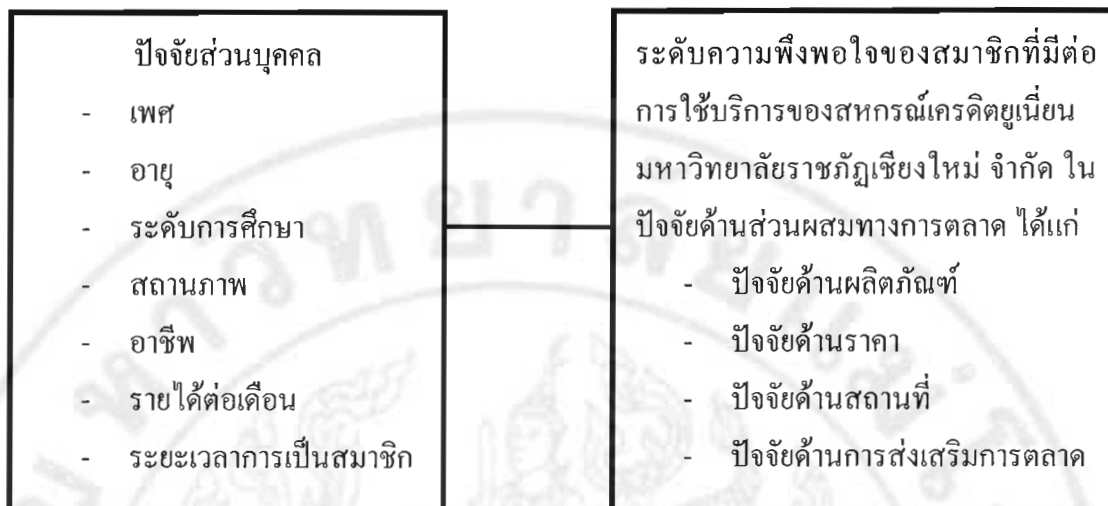
ไทว์ บุญเฉลย (2539) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟและปัญหาในการใช้บริการสนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสนามกอล์ฟ จำนวน 4 แห่ง โดยแบบสอบถาม จำนวนแห่งละ 50 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคมากเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับสองคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับสาม คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย

ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้านาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้านาคาพาณิชย์และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้านาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อบริษัทของลูกค้านาคาพาณิชย์ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง

ภาคสรุป

จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ถือได้ว่าเป็นองค์กรธุรกิจในรูปแบบหนึ่ง แม้ว่าจะไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเป็นหลัก แต่ก็มีหลักในการดำเนินงานเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจอื่น ๆ มีความต้องการให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตและขยายธุรกิจเพื่อมวลสมาชิก โดยการรักษาสมาชิกเดิมให้มีความจงรักภักดีต่อสหกรณ์ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดสมาชิกใหม่ ๆ ซึ่งแนวทางหนึ่งก็คือการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด หรือ 4P's ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลจากการศึกษาทั้งทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด และข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยที่จะได้ทราบข้อมูลและเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้บริหารหรือผู้ที่สนใจจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ ดังกรอบแนวคิดในการวิจัย (ภาพ 1)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยไว้ ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย ได้แก่ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 202 อาคาร 11 ตึกนาฏศิลป์ ชั้น 1 ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิก ซึ่งมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 450 คน โดยกำหนดขนาดของตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10

จากสูตร

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

โดย N = ขนาดประชากร
n = ขนาดตัวอย่าง
e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (e = 0.10)

แทนค่า

$$n = \frac{450}{1 + 450(0.10)^2}$$

$$n = 81.82 \text{ คน หรือ } \sim 82 \text{ คน}$$

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะไม่แตกต่างกัน (homogeneous) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยใช้วิธีจับสลากจากรายชื่อสมาชิกสหกรณ์ในแต่ละหน่วย จนกระทั่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามที่คำนวณไว้

เนื่องจากอาจจะไม่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงส่งแบบสอบถามเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 ของขนาดตัวอย่าง คือ 41 ชุด ดังนั้นจึงส่งแบบสอบถามทั้งสิ้น 123 ชุด แต่สามารถเก็บแบบสอบถามคืน ได้จำนวน 118 ชุด ดังนั้นจึงทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 118 ชุด

ตาราง 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามหน่วยงานหรือต้นสังกัด

หน่วย/ต้นสังกัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา			
	จำนวนสมาชิก	จำนวนสมาชิก	จำนวนสมาชิก	จำนวนเก็บคืน
	ทั้งหมด (คน)	ตัวอย่าง (คน)	ตัวอย่างที่เพิ่มอีก ร้อยละ 50	ได้จริง (คน)
- คณะวิทยาการจัดการ	99	18	9	25
- คณะครุศาสตร์	76	14	7	21
- คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	103	19	9	25
- คณะเทคโนโลยีการเกษตร	22	4	2	6
- คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	73	13	6	19
- คณะบัณฑิตวิทยาลัย	2	0	1	1
- สถาบัน/สำนัก/ศูนย์	75	14	7	21
รวม	450	82	41	118

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บัญชีส่วนบุคคลของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดของสมาชิกสหกรณ์ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ แสดงความเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะทางปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด

การทดสอบแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาดังนี้

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยจะนำไปให้คณะกรรมการที่ปรึกษาตรวจสอบพิจารณา แนะนำ และปรับปรุงแก้ไข

2. ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (reliability) ผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาไปทดสอบกับสมาชิกสหกรณ์ ที่มีใช้กลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ของความสอดคล้องภายในของเนื้อหา โดยการนำผลการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์ α (α -Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (ประกอบ กรรณสูตร, 2531) มีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

โดย n = จำนวนคำถามในแบบทดสอบ
 S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนผู้ถูกทดสอบทั้งหมด

แทนค่าในสูตรข้างต้นแล้ว จะได้ค่าสัมประสิทธิ์ α (α -Coefficient) ออกมาเท่ากับ 0.86 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่า 0.8 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูง เชื่อถือได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 123 ชุด ให้สมาชิกกลุ่มตัวอย่างของสหกรณ์ และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 118 คน ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนแบบสอบถามเท่าที่รวบรวมได้ใช้ในการวิเคราะห์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากรายงานกิจการประจำปี 2547 คู่มือสมาชิก วารสาร และ จุลสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่ทำการศึกษาค้นคว้า

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ จะนำมาจัดแบ่งวิเคราะห์การประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โปรแกรมการวิเคราะห์สถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยจะดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ ประมวลผล และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ให้สามารถลำดับเป็นขั้นตอนที่เข้าใจง่าย ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปตารางและการพรรณนาประกอบ

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้สูตรการคำนวณค่าน้ำหนักเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) อัตราส่วนประเมินค่า (rating scale) ของ Likert แบ่งตามระดับความพึงพอใจของสมาชิก โดยกำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ ระดับค่าคะแนนจากมากไปหาน้อย คือ 5, 4, 3, 2, 1 แทนคำตอบระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ แล้วนำคะแนนมาคำนวณหาค่าน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) ของระดับความพึงพอใจตามแบบของ Likert (Thanupon, 1986: 44) ดังนี้

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

โดยที่ WMS	=	น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย
f_1	=	จำนวนความถี่ที่ระบุความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
f_2	=	จำนวนความถี่ที่ระบุความพึงพอใจในระดับมาก
f_3	=	จำนวนความถี่ที่ระบุความพึงพอใจในระดับปานกลาง
f_4	=	จำนวนความถี่ที่ระบุความพึงพอใจในระดับน้อย
f_5	=	จำนวนความถี่ที่ระบุความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
TNR	=	จำนวนข้อทั้งหมด

โดยมีการกำหนดเกณฑ์ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้ (สุวรรณ รุวโชติ, 2541)

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

2.2 วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้และระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับระดับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านส่วนผสมทางการตลาด โดยใช้ไคสแควร์ (χ^2 - test) (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2543: 257)

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

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ต้องการคำนวณ

O_{ij} = ความถี่ค่าสังเกตในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

E_{ij} = ความถี่ของความคาดหวังในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

r = จำนวนแถวอน $i = 1, 2, \dots, r$

c = จำนวนแถวตั้ง $j = 1, 2, \dots, c$

วิธีของ Yate corrected Chi-Square (continuity correction) เป็นวิธีที่ปรับแก้สูตรของไคสแควร์ จะใช้เมื่อข้อมูลที่นำมาทดสอบมีจำนวนน้อยโดยปรับแก้สูตรของไคสแควร์เป็นดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2543: 258)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(|O_{ij} - E_{ij}| - 0.5)^2}{E_{ij}}$$

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ต้องการคำนวณ

O_{ij} = ความถี่ค่าสังเกตในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

E_{ij} = ความถี่ของความคาดหวังในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

r = จำนวนแถวอน $i = 1, 2, \dots, r$

c = จำนวนแถวตั้ง $j = 1, 2, \dots, c$

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การนำเสนอผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด แยกออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
- ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
- ตอนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด
- ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

ผลการศึกษาแสดงในตาราง 5 พบว่า สมาชิกของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.4 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.6 โดยมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 35 ปี อายุระหว่าง 36 – 40 ปี อายุมากกว่า 50 ปีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุระหว่าง 46 – 50 ปี และอายุระหว่าง 41 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.3 ร้อยละ 16.9 ร้อยละ 13.6 ร้อยละ 11.0 ร้อยละ 5.9 และร้อยละ 5.1 ตามลำดับ โดยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากที่สุด คือ 60 ปี และมีอายุน้อยที่สุด คือ 22 ปี

ระดับการศึกษาของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาคือระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา/ปวส. ระดับมัธยมศึกษา

ตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.4 ร้อยละ 6.8 ร้อยละ 5.1 ร้อยละ 4.2 และร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมามีสถานภาพสมรสแล้ว มีสถานภาพหย่า และเป็นหม้าย คิดเป็นร้อยละ 41.5 ร้อยละ 2.5 และร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

อาชีพส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานตามสัญญา คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาเป็นอาจารย์/ข้าราชการพลเรือน เป็นลูกจ้างประจำ และอาชีพอื่น ๆ คือ ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานเกษตร โดยคิดเป็นร้อยละ 32.2 ร้อยละ 14.4 และร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีรายได้น้อยกว่า 5,001 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 14.4 ร้อยละ 5.9 และร้อยละ 5.1 ตามลำดับ โดยสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนมากที่สุด คือ 50,000 บาท และมีรายได้ต่อเดือนน้อยที่สุด คือ 3,000 บาท

และระยะเวลาการเป็นสมาชิกของสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมามีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปี มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 – 20 ปี มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 – 15 ปี และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 20 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 23.7 ร้อยละ 5.9 และร้อยละ 2.5 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับ โดยสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกนานที่สุด คือ 26 ปี และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยที่สุด คือ 1 ปี

ตาราง 5 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 118 (คน)	ร้อยละ	หมายเหตุ
เพศ			
ชาย	42	35.6	
หญิง	76	64.4	
อายุ (ปี)			
น้อยกว่า 26	13	11.0	$\bar{X} = 36.50$ ปี
26 – 30	32	27.1	Max. = 60 ปี
31 – 35	24	20.4	Min. = 22 ปี
36 – 40	16	13.6	
41 – 45	6	5.1	
46 – 50	7	5.9	
มากกว่า 50	20	16.9	
ระดับการศึกษา			
ประถมศึกษา	1	0.8	
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	5.1	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	5	4.2	
อนุปริญญา/ปวส.	8	6.8	
ปริญญาตรี	55	46.6	
สูงกว่าปริญญาตรี	43	36.5	
สถานภาพ			
โสด	64	54.3	
สมรส	49	41.5	
หย่า	3	2.5	
หม้าย	2	1.7	

ตาราง 5 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน n = 118 (คน)	ร้อยละ	หมายเหตุ
อาชีพ			
อาจารย์/ข้าราชการพลเรือน	38	32.2	
ลูกจ้างประจำ	17	14.4	
พนักงานตามสัญญา	58	49.2	
อื่น ๆ (ลูกจ้างชั่วคราว พนักงาน เกษตร)	5	4.2	
รายได้ต่อเดือน (บาท)			
น้อยกว่า 5,001	6	5.1	$\bar{X} = 11,728.97$ บาท
5,001 – 10,000	75	63.6	Max. = 50,000 บาท
10,001 – 15,000	17	14.4	Min. = 3,000 บาท
15,001 – 20,000	7	5.9	
มากกว่า 20,000	13	11.0	
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก (ปี)			
1 – 5	77	65.4	$\bar{X} = 5.54$ ปี
6 – 10	28	23.7	Max. = 26 ปี
11 – 15	3	2.5	Min. = 1 ปี
16 – 20	7	5.9	
มากกว่า 20	3	2.5	

**ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทาง
การตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด**

การจะเสริมสร้างสหกรณ์ให้เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาและมีการเจริญเติบโตขึ้น
นั้น การศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทาง
การตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยวัดระดับความ

พึงพอใจของสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสหกรณ์ โดยใช้ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดดังกล่าวเป็นตัวชี้วัด เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของสหกรณ์ และแนวทางแก้ไขจากการแนะนำของสมาชิก จะเป็นหนทางชี้นำไปสู่การวางแผน ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของสหกรณ์ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่สมาชิก ในการพัฒนาธุรกิจและการบริการจากสหกรณ์ให้มีอัตราการเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต ผลการศึกษาแสดงดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 7 ผลิตภัณฑ์ คือ การสะสมหุ้น การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน) การให้เงินกู้ประเภทสามัญ การให้เงินกู้ประเภทฉุกเฉิน การค้าประกัน การจัดสวัสดิการ และการให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การสะสมหุ้น

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 6 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการการสะสมหุ้นในสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.938 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อ วิธีการการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน และตามความสามารถของสมาชิก ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.102

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อ การสะสมเงินในลักษณะของหุ้นสหกรณ์ขั้นต่ำ 100 บาท ต่อ 1 หุ้น ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.864

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อ หลักเกณฑ์การกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.788

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อ การถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อลาออกเท่านั้น ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.559

ตาราง 6 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การสะสมหุ้น

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
	n	n	n	n	n	ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- วิธีการการสะสม กำหนดเป็นรายเดือน และตามความสามารถ ของสมาชิก	37 (31.4)	59 (50.0)	19 (16.1)	3 (2.5)	-	4.102	0.755	มาก
- สมาชิกสะสมเงินใน ลักษณะของหุ้นสหกรณ์ ขั้นต่ำ 100 บาท	31 (26.3)	46 (39.0)	35 (29.7)	6 (5.1)	-	3.864	0.866	มาก
- การกำหนดไม่ให้ สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมด ของสหกรณ์	24 (20.3)	49 (41.5)	41 (34.8)	4 (3.4)	-	3.788	0.804	มาก
- ถอนเงินค่าหุ้นคืนได้ เมื่อลาออกเท่านั้น	26 (22.0)	40 (33.9)	33 (28.0)	12 (10.2)	7 (5.9)	3.559	1.121	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.983	0.816	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 7 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการการรับฝากเงิน (ฝากออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน) โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.788 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการได้รับยกเว้นภาษีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (6 เดือน) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.881

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการในความสะดวกในการฝาก – ถอน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.763

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์การกำหนดการถอนเงิน (ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.449

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์การคิดค่าธรรมเนียมในการถอนเงิน เมื่อถอนเงินเกิน 1 ครั้งต่อเดือน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.415

ตาราง 7 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
	n	n	n	n	n			
- การได้รับยกเว้นภาษี รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก	29 (24.6)	49 (41.5)	37 (31.4)	3 (2.5)	-	3.881	0.808	มาก
- ความสะดวกในการ ฝาก - ถอน	25 (21.2)	48 (40.7)	37 (31.4)	8 (6.8)	-	3.763	0.864	มาก
- การกำหนดการถอนเงิน (ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน)	15 (12.7)	41 (34.7)	47 (39.8)	12 (10.2)	3 (2.5)	3.449	0.930	มาก
- การคิดค่าธรรมเนียมใน การถอนเงิน เมื่อถอนเงิน เกิน 1 ครั้งต่อเดือน	17 (14.4)	35 (29.7)	50 (42.4)	12 (10.2)	4 (3.4)	3.415	0.972	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.788	0.846	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์ การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 8 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการบริการ
การให้เงินกู้ประเภทสามัญของสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
3.754 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของวงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้
5 เท่าของทุนเรือนหุ้น แต่ไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 ปี ชำระคืน
ภายใน 72 เดือน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.814

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ของการกู้เงินประเภท
เงินกู้สามัญครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.797

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของวงเงินให้กู้ประเภทสามัญ ได้
5 เท่าของทุนเรือนหุ้น แต่ไม่เกิน 150,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 3 ปี ชำระคืน
ภายใน 72 เดือน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.788

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของวงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้
5 เท่าของทุนเรือนหุ้น แต่ไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 เดือน ชำระคืน
ภายใน 60 เดือน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.746

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อเงื่อนไขการยื่นกู้ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย
ถ่วงน้ำหนัก 3.466

ตาราง 8 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์
การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าสถิติ		ความหมาย
	n	n	n	n	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	
						ถ่วงน้ำหนัก	มาตรฐาน	
- วงเงินให้กู้ประเภทสามัญ ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้นแต่ไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 ปี ชำระคืนภายใน 72 เดือน	22 (18.6)	61 (51.7)	27 (22.9)	7 (5.9)	1 (0.8)	3.814	0.837	มาก
- วัตถุประสงค์ของการกู้ ประเภทเงินกู้สามัญครอบคลุม ตามความต้องการของสมาชิก	23 (19.5)	58 (49.2)	28 (23.7)	8 (6.8)	1 (0.8)	3.797	0.863	มาก
- วงเงินให้กู้ประเภทสามัญ ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้นแต่ไม่เกิน 150,000 บาท สำหรับ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 3 ปี ชำระคืนภายใน 72 เดือน	20 (16.9)	65 (55.1)	23 (19.5)	8 (6.8)	2 (1.7)	3.788	0.866	มาก
- วงเงินให้กู้ประเภทสามัญ ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้นแต่ไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 เดือน ชำระคืนภายใน 60 เดือน	25 (21.2)	51 (43.2)	31 (26.3)	9 (7.6)	2 (1.7)	3.746	0.935	มาก
- เงื่อนไขในการยื่นกู้	15 (12.7)	44 (37.3)	43 (36.4)	13 (11.0)	3 (2.5)	3.466	0.940	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.754	0.866	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

**ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์
การให้เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน**

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 9 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการ
บริการการให้เงินกู้ประเภทฉุกเฉินของสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วง
น้ำหนัก 3.780 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของวงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉิน กู้ได้
10,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 12 เดือน ชำระคืนภายใน 4 เดือน ในระดับมาก ด้วย
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.712

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ของการกู้ประเภทเงินกู้
ฉุกเฉินครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.669

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของวงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉิน กู้ได้
3,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 เดือน ชำระคืนภายใน 4 เดือน ในระดับมาก ด้วย
ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.653

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อเงื่อนไขการยื่นกู้ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย
ถ่วงน้ำหนัก 3.576

ตาราง 9 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การให้
เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
	n	n	n	n	n	ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- วงเงินให้กู้ประเภท ฉุกเฉิน กู้ได้ 10,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็น สมาชิก 12 เดือน ชำระคืน ภายใน 4 เดือน	20 (16.9)	54 (45.8)	34 (28.8)	10 (8.5)	-	3.712	0.848	มาก
- วัตถุประสงค์ของการกู้ ประเภทเงินกู้ฉุกเฉิน ครอบคลุมตามความ ต้องการของสมาชิก	18 (15.3)	53 (44.9)	38 (32.2)	8 (6.8)	1 (0.8)	3.669	0.848	มาก
- วงเงินให้กู้ประเภท ฉุกเฉิน กู้ได้ 3,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็น สมาชิก 6 เดือน ชำระคืน ภายใน 4 เดือน	24 (20.3)	44 (37.3)	35 (29.7)	15 (12.7)	-	3.653	0.946	มาก
เงื่อนไขการยื่นกู้	20 (16.9)	41 (34.7)	48 (40.7)	5 (4.2)	4 (3.4)	3.576	0.937	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.780	0.926	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การค้ำประกัน

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 10 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์เงื่อนไขการค้ำประกันในการขอกู้เงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.729 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของเงื่อนไขการค้ำประกันในการขอกู้เงิน โดยวิธีการขอกู้โดยใช้หุ้นค้ำประกันในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.664

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์ของเงื่อนไขการค้ำประกันในการขอกู้เงิน โดยวิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน (สมาชิกค้ำประกันเพื่อนสมาชิก ไม่เกิน 3 คน) ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.568

ตาราง 10 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การค้ำประกัน

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		
						ค่าเฉลี่ย	ส่วน	ความ
	n	n	n	n	n	ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	หมาย
- วิธีการขอกู้โดยใช้หุ้นค้ำ ประกัน	25 (21.2)	41 (34.7)	39 (33.1)	11 (9.3)	2 (1.7)	3.644	0.974	มาก
- วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคล ค้ำประกัน (สมาชิกค้ำ ประกันเพื่อนสมาชิกไม่เกิน 3 คน)	21 (17.8)	44 (37.3)	38 (32.2)	11 (9.3)	4 (3.4)	3.568	1.000	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.729	0.993	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์หลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการ

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 11 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อหลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการให้สมาชิก โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.729 โดยจัดให้มีการบริการด้านต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก คือ สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5) สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2) และสวัสดิการเงินกู้ (สก. 1) โดยสมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อประเภทของสวัสดิการดังกล่าวในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.686, 3.636 และ 3.576 ตามลำดับ

ตาราง 11 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการ

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
	n	n	n	n	n			
- สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5)	23 (19.5)	42 (35.6)	47 (39.8)	5 (4.2)	1 (0.8)	3.686	0.864	มาก
- สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2)	23 (19.5)	40 (33.9)	46 (39.0)	7 (5.9)	2 (1.7)	3.636	0.921	มาก
- สวัสดิการเงินกู้ (สก. 1)	21 (17.8)	36 (30.5)	53 (44.9)	6 (5.1)	2 (1.7)	3.576	0.900	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.633	0.958	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในการให้บริการ
ของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 12 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการ
ให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.068
โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความน่าเชื่อถือหรือภาพพจน์ของฝ่ายจัดการ/
เจ้าหน้าที่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.025

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ยิ้มแย้ม แจ่มใส มี
น้ำใจในการให้บริการแก่สมาชิกในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.017

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้อง
รวดเร็ว เอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิกในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.975

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความโปร่งใส
เสมอภาค ซื่อสัตย์ สุจริต ในการปฏิบัติงาน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.898

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้
ความสามารถตามขอบข่ายงานที่รับผิดชอบในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.864

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสามารถในการ
แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับสมาชิกในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.822

ตาราง 12 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
	n	n	n	n	n	ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- ความน่าเชื่อถือหรือ ภาพพจน์ของฝ่ายจัดการ/ เจ้าหน้าที่	30 (25.4)	64 (54.2)	22 (18.6)	1 (0.8)	1 (0.8)	4.025	0.745	มาก
- ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์เข้มแข็ง แจ่มใส มี น้ำใจในการให้บริการแก่ สมาชิก	28 (24.5)	69 (58.5)	14 (11.9)	5 (4.2)	1 (0.8)	4.017	0.784	มาก
- ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์มีความถูกต้อง รวดเร็ว เอาใจใส่ ในการ ให้บริการ	28 (23.7)	64 (54.2)	22 (18.6)	3 (2.5)	1 (0.8)	3.975	0.779	มาก
- ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์มีความโปร่งใส เสมอภาค ซื่อสัตย์ สุจริต ในการปฏิบัติงาน	27 (22.9)	59 (50.0)	26 (22.0)	5 (4.2)	1 (0.8)	3.898	0.831	มาก
- ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์มีความรู้ ความสามารถตามขอบข่าย งานที่ได้รับผิดชอบ	23 (19.5)	64 (54.2)	23 (19.5)	8 (6.8)	-	3.864	0.805	มาก
- ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์มีความสามารถใน การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ให้กับสมาชิก	23 (19.5)	59 (50.0)	29 (24.6)	6 (5.1)	1 (0.8)	3.822	0.833	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.068	0.814	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา แสดงผลในตาราง 13 พบว่า โดยภาพรวมสมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวม 4.009 โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ คือ การสะสมหุ้น การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน) การให้เงินกู้ (ประเภทฉุกเฉิน) การให้เงินกู้ (ประเภทสามัญ) การค้าประกัน การจัดสวัสดิการ และการให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยสมาชิกมีระดับความพึงพอใจสูงสุดในการให้บริการของฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.068 ส่วนหลักเกณฑ์การค้าประกันและหลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการ สมาชิกมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.729

ตาราง 13 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์

รายการ	ค่าสถิติ		ความ หมาย
	ค่าเฉลี่ยถ่วง น้ำหนัก	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- การสะสมหุ้น	3.983	0.816	มาก
- การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)	3.788	0.846	มาก
- การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ	3.754	0.866	มาก
- การให้เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน	3.780	0.926	มาก
- การค้าประกัน	3.729	0.993	มาก
- การจัดสวัสดิการ	3.729	0.958	มาก
- การให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่ สหกรณ์	4.068	0.814	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.009	0.872	มาก

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านราคา

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจัยด้านราคา แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนที่เกิดจากการสะสมหุ้น อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับจากการรับฝากเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญและฉุกเฉินจากการให้กู้ ซึ่งผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การสะสมหุ้น

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 14 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการสะสมหุ้น โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.585 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของอัตราเงินปันผล ร้อยละ 4.50 ต่อปี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.576

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของอัตราเงินเฉลี่ยคืน ร้อยละ 2.00 ต่อปี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.475

ตาราง 14 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การสะสมหุ้น

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
	n	n	n	n	n			
- ความเหมาะสมของอัตราเงินปันผลร้อยละ 4.50 ต่อปี	11 (9.3)	52 (44.1)	49 (41.5)	6 (5.1)	-	3.576	0.733	มาก
- ความเหมาะสมของอัตราเงินเฉลี่ยคืนร้อยละ 2.00 ต่อปี	7 (5.9)	54 (45.8)	46 (39.0)	10 (8.5)	1 (0.8)	3.475	0.770	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.525	0.799	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 15 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการรับฝากเงิน โดยเห็นว่าความเหมาะสมของผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เท่ากับร้อยละ 2.25 ต่อปี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.492

ตาราง 15 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าสถิติ		ความหมาย
						ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
	n	n	n	n	n			
- ความเหมาะสมของผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ร้อยละ 2.25 ต่อปี	6 (5.1)	55 (46.6)	49 (41.5)	7 (5.9)	1 (0.8)	3.492	0.725	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การให้กู้

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 16 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการให้กู้ โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.585 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ ร้อยละ 8 ต่อปี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.542

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน ร้อยละ 8 ต่อปี ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.500

ตาราง 16 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในหลักเกณฑ์การให้กู้

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
	n	n	n	n	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
						ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- ความเหมาะสมของ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท สามัญร้อยละ 8 ต่อปี	11 (9.3)	56 (47.5)	42 (35.6)	4 (3.4)	5 (4.2)	3.542	0.874	มาก
- ความเหมาะสมของ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท ลูกเงิน ร้อยละ 8 ต่อปี	12 (10.2)	51 (43.2)	44 (37.3)	6 (5.1)	5 (4.2)	3.500	0.903	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.585	0.918	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้าน ราคา

จากการศึกษา แสดงผลในตาราง 17 พบว่า โดยภาพรวมสมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ในปัจจัยด้านราคา ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักรวม 3.627 ซึ่งภาพรวมของปัจจัยด้านราคาในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการสะสมหุ้น การรับฝากเงิน และการให้กู้ ที่ศึกษาถึงความเหมาะสมของเงินปันผล เงินเฉลี่ยคืน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการกำหนดเงินปันผล เงินเฉลี่ยคืน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของสหกรณ์เครดิตยูเนียน โดยสมาชิกมีระดับความพึงพอใจสูงสุดในด้านหลักเกณฑ์การสะสมหุ้นและหลักเกณฑ์การให้กู้ ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.585 และหลักเกณฑ์การรับฝากเงินสมาชิกมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.492

ตาราง 17 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านราคา

รายการ	ค่าสถิติ		ความหมาย
	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
- การสะสมหุ้น	3.585	0.799	มาก
- การรับฝากเงิน	3.492	0.725	มาก
- การให้กู้	3.585	0.918	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.627	0.825	มาก

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 18 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่ โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดเก็บเอกสารที่เป็นระเบียบ และคั่นหาง่ายในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.763

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดเก็บเอกสาร/ทรัพย์สิน มีความปลอดภัยต่อเอกสารและทรัพย์สินในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.686

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความสะดวกของสำนักงาน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความเหมาะสมและทันสมัย ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.568

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในได้เหมาะสมสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย ในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.339

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.297

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์มีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.246

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจในระดับมากต่อการจัดเก็บเอกสารที่เป็นระเบียบ คั่นหาง่าย และความปลอดภัยของเอกสารและทรัพย์สิน ความสะดวกของสำนักงาน และวัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัย แต่สมาชิกมี

ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในความเหมาะสมของสถานที่ตั้งและอาคารสำนักงาน สถานที่จอดรถและความสะดวกในการเข้ามาติดต่อและการจัดสัดส่วนและการตกแต่งภายใน ดังนั้นสหกรณ์เครดิตยูเนียน จึงควรมีการปรับปรุงอาคารสำนักงานให้มีความเหมาะสม มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อผู้มาติดต่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน รวมทั้งการจัดสัดส่วนการตกแต่งภายในใหม่ให้มีความสวยงาม เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสมาชิกที่เข้ามาติดต่อกับสหกรณ์เครดิตยูเนียน

ตาราง 18 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านสถานที่

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าสถิติ		
						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ความหมาย
	n	n	n	n	n	ถ่วงน้ำหนัก	มาตรฐาน	
- การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ คั่นหาง่าย	20 (16.9)	51 (43.2)	46 (39.0)	1 (0.8)	-	3.763	0.736	มาก
- การจัดเก็บเอกสาร/ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย	16 (13.6)	58 (49.2)	36 (30.5)	7 (5.9)	1 (0.8)	3.686	0.813	มาก
- ความสะอาดของสำนักงาน	18 (15.3)	47 (39.8)	44 (37.3)	9 (7.6)	-	3.627	0.835	มาก
- วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความเหมาะสมและทันสมัย	12 (10.2)	55 (46.6)	40 (33.9)	10 (8.5)	1 (0.8)	3.568	0.821	มาก
- มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในได้เหมาะสมสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย	9 (7.6)	39 (33.1)	53 (44.9)	17 (14.4)	-	3.339	0.819	ปานกลาง
- ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	14 (11.9)	35 (29.7)	42 (35.6)	26 (22.0)	1 (0.8)	3.297	0.972	ปานกลาง

ตาราง 18 (ต่อ)

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าสถิติ		ความหมาย
						ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
						ถ่วงน้ำหนัก	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	
n	n	n	n	n	n			
- สถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์มี	16 (13.6)	30 (25.4)	42 (35.6)	27 (22.9)	3 (2.5)	3.246	1.037	ปานกลาง
ความเหมาะสม								
ค่าเฉลี่ยรวม						3.627	0.894	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาแสดงผลในตาราง 19 พบว่า สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.509 โดย

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการที่สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.475

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการที่สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อันเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.475

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการที่สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.398

สมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อการที่สหกรณ์มีการจัดส่งเอกสาร แผ่นพับ และจัดป้ายประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.314

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สมาชิกระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางต่อ การจัดส่งเอกสารข่าวสารแก่สมาชิก ความรวดเร็วและทันสถานการณ์ในการจัดส่งเอกสาร ดังนั้นสหกรณ์ควรมีการปรับปรุงในการจัดทำเอกสารเพื่อเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสารของสหกรณ์ ให้แก่สมาชิก และมีการจัดส่งเอกสารที่รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการให้บริการของสมาชิก

ตาราง 19 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าสถิติ		ความ หมาย
	n	n	n	n	n	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	
						ถ่วง น้ำหนัก	เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- สหกรณ์ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของ สหกรณ์อย่างเพียงพอ	15 (12.7)	44 (37.3)	41 (34.7)	18 (15.3)	-	3.475	0.903	มาก
- สหกรณ์ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของ สหกรณ์อันเป็นประโยชน์ ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	17 (14.4)	41 (34.7)	42 (35.6)	17 (14.4)	1 (0.8)	3.475	0.940	มาก
- สหกรณ์ให้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของ สหกรณ์อย่างรวดเร็วและ ทันต่อสถานการณ์	15 (12.7)	42 (35.6)	37 (31.4)	23 (19.5)	1 (0.8)	3.398	0.971	ปาน กลาง
- สหกรณ์มีการจัดส่ง เอกสาร แผ่นพับ และจัด ป้ายประชาสัมพันธ์แก่ สมาชิก	13 (11.0)	36 (30.5)	46 (39.0)	21 (17.8)	2 (1.7)	3.314	0.949	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.509	0.938	มาก

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือร้อยละตามแถว

**ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจัยด้าน
ส่วนผสมทางการตลาด**

จากการศึกษาในตาราง 6 – 19 ผลการศึกษาสามารถสรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด ในปัจจัยด้านการตลาด ดังตาราง 20 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สมาชิกมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 4.009 ปัจจัยด้านราคาสมาชิกมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627 ปัจจัยด้านสถานที่สมาชิกมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.627 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสมาชิกมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก 3.509

ตาราง 20 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจัยด้าน
ส่วนผสมทางการตลาด

รายการ	ค่าสถิติ		ความ หมาย
	ค่าเฉลี่ยถ่วง น้ำหนัก	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.009	0.872	มาก
- ปัจจัยด้านราคา	3.627	0.825	มาก
- ปัจจัยด้านสถานที่	3.627	0.894	มาก
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.509	0.938	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.890	0.941	มาก

ตอนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด

ตอนที่ 3 นี้เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้สถิติไคสแควร์ (χ^2 - test) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังต่อไปนี้

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากตาราง 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม			
เพศ							5.237	4	0.248
ชาย	0	0	6	21	15	42			
หญิง	1	7	11	37	20	76			
รวม	1	7	17	58	35	118			

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						ค่าสถิติ	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
อายุ (ปี)							30.350	24	0.173
น้อยกว่า 26	0	0	2	9	2	13			
26 – 30	0	3	5	14	10	32			
31 – 35	1	3	0	15	5	24			
36 – 40	0	0	2	6	8	16			
41 – 45	0	0	2	3	1	6			
46 – 50	0	0	0	2	5	7			
มากกว่า 50	0	1	6	9	4	20			
รวม	1	7	17	58	35	118			
ระดับการศึกษา							22.497	20	0.314
มัธยมศึกษา									
ตอนต้น	0	0	2	3	1	6			
มัธยมปลาย/ปวช.	0	0	3	2	0	5			
อนุปริญญา/ปวส.	0	1	1	1	5	8			
ปริญญาตรี	1	5	5	29	15	55			
สูงกว่าปริญญาตรี	0	1	6	22	14	43			
ประถมศึกษา	0	0	0	1	0	1			
รวม	1	7	17	58	35	118			
สถานภาพ							5.188	12	0.910
โสด	0	5	9	34	16	64			
สมรส	1	2	8	21	17	49			
หย่า	0	0	0	2	1	3			
หม้าย	0	0	0	1	1	2			
รวม	1	7	17	58	35	118			

ตาราง 21 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						ค่าสถิติ	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
อาชีพ							12.803	12	0.383
อาจารย์/ข้าราชการ									
พลเรือน	0	1	6	20	11	38			
ลูกจ้างประจำ	0	2	3	5	7	17			
พนักงานตามสัญญา	1	4	8	32	13	58			
อื่น ๆ (ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานเกษตร)	0	0	0	1	4	5			
รวม	1	7	17	58	35	118			
รายได้ต่อเดือน (บาท)							10.655	16	0.830
น้อยกว่า 5,001	0	0	1	2	3	6			
5,001 – 10,000	1	4	8	39	23	75			
10,001 – 15,000	0	3	3	7	4	17			
15,001 – 20,000	0	0	2	3	2	7			
มากกว่า 20,000	0	0	3	7	3	13			
รวม	1	7	17	58	35	118			
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก (ปี)							15.675	16	0.476
1 – 5	0	4	9	39	25	77			
6 – 10	1	2	5	13	7	28			
11 – 15	0	0	1	2	0	3			
16 – 20	0	1	0	3	3	7			
มากกว่า 20	0	0	2	1	0	3			
รวม	1	7	17	58	35	118			

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านราคา

จากตาราง 22 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในด้านปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้านปัจจัยด้านราคา ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 22 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา						ค่าสถิติ	d.f.	P – value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
เพศ							6.735	4	0.148
ชาย	0	1	15	24	2	42			
หญิง	2	7	31	28	8	76			
รวม	2	8	46	52	10	118			
อายุ (ปี)							18.794	24	0.763
น้อยกว่า 26	0	0	5	6	2	13			
26 – 30	1	3	14	9	5	32			
31 – 35	0	3	7	13	1	24			
36 – 40	0	0	6	10	0	16			
41 – 45	0	1	3	2	0	6			
46 – 50	0	0	2	4	1	7			
มากกว่า 50	1	1	9	8	1	20			
รวม	2	8	46	52	10	118			

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา					ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P – value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
ระดับการศึกษา						9.482	20	0.682
มัธยมศึกษา								
ตอนต้น	0	0	3	3	0	6		
มัธยมปลาย/ปวช.	0	0	3	2	0	5		
อนุปริญญา/ปวส.	0	1	2	3	2	8		
ปริญญาตรี	1	3	22	23	6	55		
สูงกว่าปริญญาตรี	1	4	16	20	2	43		
ประถมศึกษา	0	0	0	1	0	1		
รวม	2	8	46	52	10	118		
สถานภาพ						11.252	12	0.402
โสด	0	5	29	23	7	64		
สมรส	2	3	15	27	2	49		
หย่า	0	0	1	1	1	3		
หม้าย	0	0	1	1	0	2		
รวม	2	8	46	52	10	118		
อาชีพ						10.792	12	0.547
อาจารย์/ข้าราชการ								
พลเรือน	1	4	14	18	1	38		
ลูกจ้างประจำ	0	1	4	11	1	17		
พนักงานตามสัญญา	1	3	26	20	8	58		
อื่นๆ (ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานเกษตร)	0	0	2	3	0	5		
รวม	2	8	46	52	10	118		

ตาราง 22 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา						ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม			
รายได้ต่อเดือน (บาท)							14.737	16	0.544
น้อยกว่า 5,001	0	0	3	3	0	6			
5,001 – 10,000	1	4	29	32	9	75			
10,001 – 15,000	0	3	5	9	0	17			
15,001 – 20,000	0	1	2	4	0	7			
มากกว่า 20,000	1	0	7	4	1	13			
รวม	2	8	46	52	10	118			
ระยะเวลาการเป็น สมาชิก (ปี)							20.188	16	0.212
1 – 5	0	6	27	37	7	77			
6 – 10	2	1	15	9	1	28			
11 – 15	0	0	0	3	0	3			
16 – 20	0	1	2	2	2	7			
มากกว่า 20	0	0	2	1	0	3			
รวม	2	8	46	52	10	118			

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่

จากตาราง 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในด้านปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่ ($p - value = 0.000$) จะเห็นว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 1 – 5 ปี และ 6 – 10 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่ค่อนข้างปานกลางถึงมาก แต่สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นั่นคือ สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ไม่มาก จะให้ความสำคัญกับการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ ไม่มี

ความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้านปัจจัยด้านสถานที่

ตาราง 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่						ค่าสถิติ	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
เพศ	1	4	6	23	8	42	7.806	4	0.080
ชาย	0	9	26	32	9	76			
หญิง	1	13	32	55	17	118			
รวม									
อายุ (ปี)							33.858	24	0.087
น้อยกว่า 26	0	4	2	4	3	13			
26 – 30	0	1	13	14	4	32			
31 – 35	0	4	8	11	1	24			
36 – 40	1	1	0	10	4	16			
41 – 45	0	1	3	2	0	6			
46 – 50	0	0	3	2	2	7			
มากกว่า 50	0	2	3	12	3	20			
รวม	1	13	32	55	17	118			
ระดับการศึกษา							13.436	20	0.858
มัธยมศึกษา									
ตอนต้น	0	1	1	3	1	6			
มัธยมปลาย/ปวช.	0	1	2	2	0	5			
อนุปริญญา/ปวส.	0	0	3	2	3	8			
ปริญญาตรี	0	9	15	24	7	55			
สูงกว่าปริญญาตรี	1	2	11	23	6	43			
ประถมศึกษา	0	0	0	1	0	1			
รวม	1	13	32	55	17	118			

ตาราง 23 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่						ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P – value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม			
สถานภาพ							9.300	6	0.529
โสด	1	10	20	24	9	64			
สมรส	0	3	11	28	7	49			
หย่า	0	0	0	2	1	3			
หม้าย	0	0	1	1	0	2			
รวม	1	13	32	55	17	118			
อาชีพ							15.321	12	0.224
อาจารย์/ข้าราชการ									
พลเรือน	1	2	10	20	5	38			
ลูกจ้างประจำ	0	2	3	6	6	17			
พนักงานตามสัญญา									
อื่นๆ (ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานเกษตร)	0	8	19	25	6	58			
รวม	1	13	32	55	17	118			
รายได้ต่อเดือน (บาท)							13.249	16	0.655
น้อยกว่า 5,001	0	0	2	3	1	6			
5,001 – 10,000	0	10	19	35	11	75			
10,001 – 15,000	0	2	6	6	3	17			
15,001 – 20,000	0	1	2	4	0	7			
มากกว่า 20,000	1	0	3	7	2	13			
รวม	1	13	32	55	17	118			

ตาราง 23 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสถานที่					ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก (ปี)						46.662	16	0.000**
1 – 5	0	11	19	36	11	77		
6 – 10	0	1	11	12	4	28		
11 – 15	1	0	0	2	0	3		
16 – 20	0	1	1	3	2	7		
มากกว่า 20	0	0	1	2	0	3		
รวม	1	13	32	55	17	118		

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

จากตาราง 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($p - value = 0.045$) จะเห็นได้ว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 1 – 5 ปี และ 6 – 10 ปี จะมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดค่อนข้างปานกลางถึงมากที่สุด แต่สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไปมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นั่นคือ สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ไม่มาก จะให้ความสำคัญกับการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้านปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ตาราง 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของสมาชิก
ที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด						ค่าสถิติ	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
เพศ							6.295	4	0.174
ชาย	1	3	11	18	9	42			
หญิง	1	15	27	20	13	76			
รวม	2	18	38	38	22	118			
อายุ (ปี)							26.864	24	0.311
น้อยกว่า 26	0	0	7	2	4	13			
26 – 30	0	9	8	10	5	32			
31 – 35	1	3	10	7	3	24			
36 – 40	1	1	3	5	6	16			
41 – 45	0	1	3	1	1	6			
46 – 50	0	1	1	3	2	7			
มากกว่า 50	0	3	6	10	1	20			
รวม	2	18	38	38	22	118			
ระดับการศึกษา							17.388	20	0.628
มัธยมศึกษา									
ตอนต้น	0	0	2	2	2	6			
มัธยมปลาย/ปวช.	0	1	2	2	0	5			
อนุปริญญา/ปวส.	0	2	1	1	4	8			
ปริญญาตรี	1	9	22	13	10	55			
สูงกว่าปริญญาตรี	1	6	11	19	6	43			
ประถมศึกษา	0	0	0	1	0	1			
รวม	2	18	38	38	22	118			

ตาราง 24 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด						ค่าสถิติ	d.f.	P – value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม	$\chi^2 - test$		
สถานภาพ							10.654	12	0.454
โสด	1	11	24	14	14	64			
สมรส	1	6	13	22	7	49			
หย่า	0	0	1	1	1	3			
หม้าย	0	1	0	1	0	2			
รวม	2	18	38	38	22	118			
อาชีพ							5.269	12	0.948
อาจารย์/ข้าราชการ									
พลเรือน	1	6	11	14	6	38			
ลูกจ้างประจำ	0	1	5	6	5	17			
พนักงานตามสัญญา									
อื่น ๆ (ลูกจ้างชั่วคราว พนักงานเกษตร)	1	11	20	16	10	58			
รวม	2	18	38	38	22	118			
รายได้ต่อเดือน (บาท)							15.001	16	0.525
น้อยกว่า 5,001	0	0	1	2	3	6			
5,001 – 10,000	1	10	25	24	15	75			
10,001 – 15,000	0	4	7	3	3	17			
15,001 – 20,000	0	1	2	4	0	7			
มากกว่า 20,000	1	3	3	5	1	13			
รวม	2	18	38	38	22	118			

ตาราง 24 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					ค่าสถิติ $\chi^2 - test$	d.f.	P - value
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก (ปี)						26.722	16	0.045**
1 – 5	0	12	26	22	17	77		
6 – 10	1	5	8	11	3	28		
11 – 15	1	0	1	1	0	3		
16 – 20	0	1	1	3	2	7		
มากกว่า 20	0	0	2	1	0	3		
รวม	2	18	38	38	22	118		

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการใช้บริการสหกรณ์ในปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด

การศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยทางการตลาด ทั้ง 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสมาชิกพบปัญหา อุปสรรคที่ได้รับจากการรับบริการจากสหกรณ์เครดิตยูเนียน และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและแก้ไขเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาแสดงในตาราง 25 พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ว่า ในการให้บริการด้านการสะสมหุ้น สมาชิกมีความคิดเห็นว่าการที่สหกรณ์ไม่ให้ถอนเงินค่าหุ้น จะถอนได้ก็ต่อเมื่อลาออกเท่านั้นไม่เหมาะสม การกำหนดมูลค่าหุ้นขั้นต่ำไม่เหมาะสม และการจำกัดสิทธิของสมาชิกในการถือหุ้นตามความต้องการของสมาชิก (สหกรณ์กำหนดให้สมาชิกถือหุ้นสหกรณ์ไม่เกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์) ไม่เหมาะสม โดยสมาชิกมีความคิดเห็นว่าจะให้สามารถถอนหุ้นได้โดยไม่ต้องลาออกเท่านั้น ไม่จำกัดวงเงิน ขยายวงเงินค่าหุ้นมากขึ้น

ด้านการให้บริการการรับฝากเงิน สมาชิกมีความคิดเห็นว่าจะไม่มีความสะดวกในการฝาก – ถอนเงิน มีการคิดค่าธรรมเนียมในการถอนเงินเกิน 1 ครั้งต่อเดือน และการกำหนดให้

ถอนเงินได้เพียงเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งสมาชิกเห็นว่าไม่เหมาะสม โดยสมาชิกมีข้อเสนอแนะว่า ไม่ควรคิดค่าธรรมเนียมเมื่อมีการถอนเงิน ฝาก - ถอนได้ตามปกติเหมือนระบบธนาคาร และมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการฝากถอน

ด้านการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นว่า วงเงินสูงสุดที่ให้ผู้กู้ทั้งประเภทสามัญและลูกเงินไม่เพียงพอกับความต้องการของสมาชิก ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนเงินกู้ประเภทลูกเงินไม่เหมาะสม วิธีการค้ำประกัน โดยใช้เพื่อนสมาชิกค้ำประกัน และใช้เงินค้ำหุ้นค้ำประกันควรมีการเปลี่ยนแปลง โดยสมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า ควรเพิ่มวงเงินกู้ และใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันได้ ต้องให้พนักงานตามสัญญาวิธีค้ำประกันเงินกู้ได้

ด้านการให้บริการด้านสวัสดิการ สมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า สมาชิกยังไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับ สก. ดังนั้นสหกรณ์ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการด้านสวัสดิการแก่สมาชิก

ด้านการให้บริการของฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นว่า ฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส และขาดน้ำใจในการช่วยเหลือ หรือให้บริการแก่สมาชิก ฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแก่สมาชิก และสมาชิกมีความคิดเห็นว่าฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ขาดความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงานและความโปร่งใสในการทำงาน โดยสมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า พนักงานควรเพิ่มรอยยิ้มในการปฏิบัติงาน แก้ไขปัญหาให้สมาชิกอย่างชัดเจนรวดเร็วถูกต้อง เก็บข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับไม่ควรบอกเพื่อนพ้องตนเองว่าใครค้ำประกันใคร ใครยังไม่ค้ำประกันใคร และสร้างความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใสในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ในสายตาของสมาชิกที่มารับบริการจากสหกรณ์

ตาราง 25 ปัญหาและอุปสรรคในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
1. ปัญหาการให้บริการด้านการสะสมค่าหุ้น		
ไม่มี	103	87.3
มี	15	12.7
- การจำกัดสิทธิของสมาชิกในการถือหุ้นตามความต้องการของสมาชิก (สหกรณ์กำหนดให้สมาชิกถือหุ้นสหกรณ์ไม่เกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์)	2	13.3
- การที่สหกรณ์ไม่ให้ถอนเงินค่าหุ้น จะถอนได้ก็ต่อเมื่อลาออกเท่านั้น	13	86.7
รวม	118	100
2. การให้บริการด้านการรับฝากเงิน		
ไม่มี	104	
มี	14	
- การคิดค่าธรรมเนียมในการถอนเงินเกิน (เมื่อถอนเกิน 1 ครั้งต่อเดือน)	4	28.6
- การกำหนดการถอนเงิน (ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน)	1	7.1
- ความไม่สะดวกในการฝาก - ถอน	9	64.3
รวม	118	100
3. การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์		
ไม่มี	104	88.1
มี	14	11.9
- วงเงินสูงสุดที่ให้กู้ประเภทฉุกเฉินไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3	21.4
- วงเงินสูงสุดที่ให้กู้ประเภทสามัญไม่เพียงพอต่อความต้องการ	2	14.3
- ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน	4	28.6
- วิธีการค้ำประกันโดยใช้เพื่อนสมาชิกค้ำประกัน	2	14.3
- วิธีการค้ำประกันโดยใช้เงินค่าหุ้นค้ำประกัน	3	21.4
รวม	118	100

ตาราง 25 (ต่อ)

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
4. การให้บริการด้านสวัสดิการ		
ไม่มี	112	94.9
มี	6	5.1
- สวัสดิการเงินกู้ (สก. 1) ไม่เหมาะสม	2	33.3
- สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2) ไม่เหมาะสม	1	16.7
- สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5) ไม่เหมาะสม	3	50.0
รวม	118	100
5. การให้บริการของฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์		
ไม่มี	99	83.9
มี	19	16.1
- ไม่เข้มแข็งเข้มใส และขาดน้ำใจในการช่วยเหลือหรือให้บริการแก่สมาชิก	2	10.5
- ขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแก่สมาชิก	3	15.8
- ขาดความโปร่งใสในการทำงาน	8	42.1
- ขาดความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน	6	31.6
รวม	118	100

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาแสดงในตาราง 26 พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมในปัจจัยด้านราคาว่า สมาชิกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (ร้อยละ 4.50 ต่อปี) การให้ผลตอบแทนเงินเฉลี่ยคืน (ร้อยละ 2.00 ต่อปี) การให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 2.25 ต่อปี) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั้งประเภทสามัญและฉุกเฉิน (ร้อยละ 8 ต่อปี) มีความเหมาะสม ส่วนข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านราคานี้สมาชิกได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรกำหนดอัตราดอกเบี้ยไม่ให้ห่างจากธนาคารพาณิชย์มากเกินไป ควรเพิ่มผลตอบแทนเงินเฉลี่ยคืนขึ้นอีก ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้ลดลงจากที่เป็นอยู่ มีการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกทราบเกี่ยวกับชนิดและประเภทของเงินฝากและเงินกู้ของสหกรณ์

ตาราง 26 ปัญหาและอุปสรรคในปัจจัยด้านราคา

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
1. การให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (ร้อยละ 4.50 ต่อปี)		
เหมาะสม	114	96.6
ไม่เหมาะสม	4	3.4
รวม	118	100
2. การให้ผลตอบแทนเงินเฉลี่ยคืน (ร้อยละ 2.00 ต่อปี)		
เหมาะสม	109	92.4
ไม่เหมาะสม	9	7.6
รวม	118	100
3. การให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 2.25 ต่อปี)		
เหมาะสม	112	94.9
ไม่เหมาะสม	6	5.1
รวม	118	100
4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน (ร้อยละ 8 ต่อปี)		
เหมาะสม	115	97.5
ไม่เหมาะสม	3	2.5
รวม	118	100
5. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ (ร้อยละ 8 ต่อปี)		
เหมาะสม	110	93.2
ไม่เหมาะสม	8	6.8
รวม	118	100

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านสถานที่

ผลการศึกษาแสดงในตาราง 27 พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านสถานที่ คือ สถานที่ตั้งของสหกรณ์หายาก การคมนาคมเพื่อมาติดต่อกับสหกรณ์ไม่สะดวก อาคารสำนักงานของสหกรณ์มีความคับแคบ อากาศไม่ถ่ายเท

ความสะดวกในการมาติดต่อกับสหกรณ์พบว่า สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และอยู่ไกล สมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า ควรจัดหาอาคารสำนักงานใหม่ที่มีความกว้างขวาง และสะดวกในการเข้ามาติดต่อ เพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ของสำนักงานให้เพียงพอกับความต้องการใช้บริการของสมาชิก

ด้านการจัดสำนักงาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในของสำนักงานพบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นว่า การตกแต่งภายในยังไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ที่นั่งสำหรับสมาชิกที่มาติดต่อกับสหกรณ์ยังไม่เพียงพอกับจำนวนของสมาชิกที่เข้ามาติดต่อ โดยสมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า สถานที่คับแคบทำให้การตกแต่งภายในยังไม่ดีเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องจัดหาอาคารสำนักงานใหม่ให้มีความกว้างขวางกว่าเดิม

ด้านการจัดเก็บเอกสารยังไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย เอกสารยังหายาก สมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการระบบรักษาความปลอดภัยของเอกสาร

ด้านความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์ และอำนวยความสะดวก เพื่อความเหมาะสมในการใช้งาน สมาชิกมีความคิดเห็นว่า บุคลากรยังขาดประสิทธิภาพในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ อุปกรณ์ยังไม่ทันสมัย สมาชิกให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมี web site ที่ให้ข้อมูลแก่สมาชิก

ตาราง 27 ปัญหาและอุปสรรคในปัจจัยด้านสถานที่

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์		
เหมาะสม	55	46.6
ไม่เหมาะสม	63	53.4
- หายาก	3	4.8
- คับแคบ	55	87.3
- การคมนาคมไม่สะดวก	2	3.1
- อากาศไม่ถ่ายเท	3	4.8
รวม	118	100
2. ความสะดวกในการติดต่อกับสหกรณ์		
สะดวก	91	77.1
ไม่สะดวก	27	22.9
- ที่จอดรถไม่เพียงพอ	13	48.1
- ไกล	14	51.9
รวม	118	100
3. การจัดสำนักงาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในของสำนักงาน		
เหมาะสม	73	61.9
ไม่เหมาะสม	45	38.1
- การจัดสำนักงานไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	4	8.9
- ที่นั่ง ไม่เพียงพอสำหรับสมาชิก	41	91.1
รวม	118	100
4. การจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์		
เหมาะสม	94	79.7
ไม่เหมาะสม	24	20.3
- การจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ค้นหายาก	10	41.7
- ไม่สะดวกในการหิบบเอกสาร เช่น ใบขอกู้ หรือใบรับฝาก- ใบถอนเงิน เป็นต้น	14	58.3
รวม	118	100

ตาราง 27 (ต่อ)

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
5. สหกรณ์มีการจัดเก็บเอกสาร หรือทรัพย์สินต่าง ๆ		
เหมาะสม	84	71.2
ไม่เหมาะสม	34	28.8
- ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย	9	26.5
- ไม่รัดกุม เสี่ยงต่อการสูญหาย	24	70.6
- ขาดการดูแลเอาใจใส่ เสี่ยงต่อการชำรุด	1	2.9
รวม	118	100
6. วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยเหมาะสมต่อการใช้งาน		
เหมาะสม	82	69.5
ไม่เหมาะสม	36	30.5
- อุปกรณ์ไม่ทันสมัย ไม่ทันเหตุการณ์	11	30.6
- ประสิทธิภาพของบุคลากรในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอ	25	69.4
รวม	118	100

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาแสดงในตาราง 28 พบว่า สมาชิกมีข้อคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์ว่า ช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ยังไม่หลากหลาย ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ ทำให้สมาชิกไม่ทราบการเคลื่อนไหวของสหกรณ์ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ยังไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกเท่าที่ควร และการส่งข้อมูลข่าวสารยังมีความล่าช้า และไม่ทันต่อเหตุการณ์

สมาชิกให้ข้อเสนอแนะและวิธีแก้ไขว่า ควรมีการแจ้งให้สมาชิกทราบเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของสหกรณ์ให้สมาชิกทราบ มีการประชาสัมพันธ์งานของสหกรณ์ที่มากกว่าเดิม มีความต่อเนื่อง และทำสื่อประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารให้สมาชิกทุกคนได้ทราบการดำเนินงานของสหกรณ์ มีการจัดประชุมสมาชิกเพื่อชี้แจงนโยบายของสหกรณ์ และส่งข้อมูลข่าวสารให้ถึงตัวสมาชิกเพราะสมาชิกอยู่ในมหาวิทยาลัย

ตาราง 28 ปัญหาและอุปสรรคในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการปัญหา	ความถี่	ร้อยละ
สหกรณ์มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์เพียงพอหรือไม่		
เพียงพอ	56	47.5
ไม่เพียงพอ	62	52.5
1. ช่องทางในการส่งข่าวสารไม่หลากหลาย	25	40.3
2. ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่ทราบความเคลื่อนไหวของสหกรณ์	24	38.7
3. ข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับสมาชิก	7	11.3
4. การส่งข่าวสารล่าช้า ไม่ทันเหตุการณ์	6	9.7
รวม	118	100

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการด้านการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการใช้บริการสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

สรุปผลการศึกษา

ในการทำการศึกษานี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ simple random sampling โดยใช้วิธีจับฉลากจากรายชื่อสมาชิกสหกรณ์ในแต่ละหน่วยจำนวน 123 ตัวอย่าง แต่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 118 ตัวอย่าง จึงนำข้อมูลที่รวบรวมได้ดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) และสถิติไคสแควร์ (χ^2 - test) ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.4 มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.6 มีสถานภาพส่วนใหญ่โสด 64 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีอาชีพเป็นพนักงานตามสัญญาจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 75 คนหรือร้อยละ 63.6 มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 1 - 5 ปี จำนวน 77 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 65.3

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดของ สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

พบว่าสมาชิกมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก สำหรับภาพรวมของระดับความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด เมื่อเฉลี่ยรวมจากระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้านดังกล่าว อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ด้วยค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสถานที่ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ในด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนผสมด้านการตลาด

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการใช้บริการสหกรณ์ในปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด

การศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด ทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งสมาชิกพบปัญหา อุปสรรคที่ได้รับจากการรับบริการจากสหกรณ์เครดิตยูเนียน และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและแก้ไขเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกให้ความคิดเห็นว่าไม่ควรจำกัดสิทธิในการถือหุ้นตามความต้องการของสมาชิก ข้อเสนอแนะว่าให้ถอนเงินค่าหุ้น ได้ถ้ามีความจำเป็นไม่ต้องลาออกเท่านั้น การบริการรับฝาก – ถอน ให้มีการปฏิบัติเหมือนกันธนาคารพาณิชย์ ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมเมื่อมีการถอนเงินมากกว่า 1 ครั้ง/เดือน ควรเพิ่มวงเงินที่ให้กู้ทั้งประเภทสามัญ และฉุกเฉิน สำหรับการให้บริการของฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่ให้มีน้ำใจในการบริการแก่สมาชิก สร้างความน่าเชื่อถือ

และเพิ่มความโปร่งใสในการทำงาน ปัจจัยด้านราคา สมาชิกควรมีการให้เพิ่มวงเงินกู้ทั้งประเภทสามัญและฉุกเฉิน ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ปัจจัยด้านสถานที่สมาชิกให้ความคิดเห็นว่าควรจัดหาสถานที่ที่มีความเหมาะสม และกว้างขวางกว่าที่เดิม มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ จัดตกแต่งภายในอาคารสำนักงานให้มีความสะอาด สวยงาม จัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีการสื่อสารระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ให้มากกว่านี้ บริการข่าวสารที่รวดเร็วและทันเหตุการณ์ และต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้มากกว่าเดิม

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. แม้ว่าสมาชิกจะมีความพึงพอใจในการบริการต่าง ๆ ของสหกรณ์ในปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนิชา อุทรจักร (2545) โดยศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลในระดับมาก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ส่วนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านพนักงาน และพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ ด้านสถานที่ ด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ และด้านอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม แต่การกระตุ้นให้สมาชิกเก่าและดึงดูดสมาชิกใหม่ให้ทำธุรกิจกับสหกรณ์ให้สม่ำเสมอและสร้างความเจริญเติบโตให้แก่องค์กร สหกรณ์ควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1 – 5 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ปราการ กองแก้ว (2546) ศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกษภัณฑ์รายใหญ่ กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกซื้อด้านยี่ห้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้าน

การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดสุขภัณฑ์ของผู้ผลิตรายใหญ่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายสุขภัณฑ์ของผู้ผลิตรายใหญ่แตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. สหกรณ์ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจให้มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นแนวทางการเพิ่มกำไรสุทธิของสหกรณ์ การเพิ่มปริมาณธุรกิจโดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อาจอยู่ในรูปแบบเงินฝากชนิดใหม่ ๆ เช่น เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (1 เดือน) เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (3 เดือน) อันจะเป็นการเพิ่มแหล่งที่มาของเงินทุนภายใน เพื่อการขยายธุรกิจของสหกรณ์ได้
2. สหกรณ์ควรมีการประชาสัมพันธ์การให้บริการของสหกรณ์ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และสม่ำเสมอ เพื่อสร้างแรงจูงใจและความกระตือรือร้นในการทำธุรกิจแก่สมาชิก
3. สหกรณ์ควรมีการปรับปรุงในส่วน of สถานที่ให้อาคารสำนักงานมีความกว้างขวาง มีความสะดวกสบายในการเข้ามาติดต่อ ให้มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในได้ความเหมาะสม สวยงาม และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
4. สหกรณ์ควรมีการทำเว็บไซต์ของสหกรณ์เพื่อเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลการดำเนินงาน และประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์ เพื่อให้ทราบฐานะทางการเงินและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาในอดีตและปัจจุบัน เพื่อใช้ประโยชน์การวางแผน กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ในอนาคตควบคู่ไปกับการพัฒนาธุรกิจเสริมอื่น ๆ ของสหกรณ์
2. ควรศึกษาความต้องการของสมาชิกเฉพาะกิจกรรมเพื่อเป็นการเพิ่มระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น เพื่อนำมาประยุกต์การให้บริการของสหกรณ์

บรรณานุกรม

- กฤษฎา สุรชาติชัยกุล. 2543. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชน
ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนินทร์ เพชรไทย. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ. 2538. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของ
ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาคริต สันทราย. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- หม่อมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย. 2521. สหกรณ์เครดิตยูเนียน. กรุงเทพฯ: วีรธรรม.
- ณัฐนิภา อุทรจักร. 2545. ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ทวิชพงษ์ พาสนิต. 2545. ความต้องการทางด้านการปัจจัยการตลาดของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำที่มีต่อผู้ผลิต
อาหารกุ้ง. สุราษฎร์ธานี: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ไทว์ บุญเฉลย. 2539. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสมาชิกฟองของผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2533. การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
จำกัด.
- นิตยาภรณ์ วรรณศักดิ์. 2541. การบริหารการเงินของสหกรณ์เครดิตยูเนียนช้างเผือก จำกัด
จังหวัดเชียงใหม่ ปีทางบัญชี 2536-2540. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
แม่โจ้.
- นุสบา จินะราช. 2544. ความพึงพอใจของเกษตรกร ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ประคอง วรรณสูตร. 2531. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปราการ กองแก้ว. 2546. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกัณฑ์รายใหญ่ กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร.
กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณภรณ์ เสียมภักดี. 2543. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยในเขตอ.เมือง จ.เชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด และวันทิพย์ สิ้นสูงสุด. 2535. พัฒนาค้น พัฒนาบุคคล. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534. กลยุทธ์การตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา.
- สหกรณ์เครดิตยูเนียน. 2546. โครงการศึกษาด้วยตนเอง ชุด “ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์เครดิตยูเนียน”. กรุงเทพฯ: ชุมชุมสหกรณ์เครดิตยูเนียนแห่งประเทศไทย จำกัด.
- สหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด. 2547. รายงานประจำปี. เชียงใหม่: สหกรณ์.
- สุวรรณา ฐวโชติ. 2541. วิธีวิจัยทางสหกรณ์ = Research methods in cooperatives. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Thanupon, N. 1986. Extension and Client Systems' Perception of Rice Farmers' Training Needs in Chiangmai, Thailand. Nueva Eci ja: Central Luzon State University.
- Yamane, T. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. Singapore: Harper International Edition.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่.....

แบบสอบถามเรื่อง

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
- ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด
- ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

นางสาวศิริพร ริพล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ..... ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. มัธยมศึกษาตอนต้น ☐ 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
☐ 3. อนุปริญญา/ปวส. ☐ 4. ปริญญาตรี
☐ 5. สูงกว่าปริญญาตรี ☐ 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

4. สถานภาพสมรส

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส
☐ 3. หย่า ☐ 4. หม้าย

5. อาชีพ

☐ 1. อาจารย์/ข้าราชการพลเรือน ☐ 2. ลูกจ้างประจำ
☐ 3. พนักงานตามสัญญา ☐ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ บาท

7. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน ปี

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด

คำชี้แจง ข้อความต่อไปนี้ เป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อการให้บริการ
ของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การสะสมหุ้น					
1. สมาชิกสะสมเงินในลักษณะของหุ้นสหกรณ์ ขั้นต่ำ 100 บาท					
2. วิธีการการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน และตาม ความสามารถของสมาชิก					
3. การกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของ ทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์					
4. ถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อลาออกเท่านั้น					
การรับฝาก (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)					
3. การคิดค่าธรรมเนียมในการถอนเงิน เมื่อถอนเงิน เกิน 1 ครั้งต่อเดือน					
4. การกำหนดการถอนเงิน (ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน)					
5. การได้รับยกเว้นภาษีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก					
6. ความสะดวกในการฝาก - ถอน					
การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ					
7. วัตถุประสงค์ของการกู้ประเภทเงินกู้สามัญ ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก					
8. วงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้ 5 เท่าของทุนเรือน หุ้นแต่ไม่เกิน 100,000 บาท สำหรับระยะเวลาการ เป็นสมาชิก 6 เดือน ชำระคืนภายใน 6 เดือน					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. วงเงินให้กู้ประเภทสามัญ กู้ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้นแต่ไม่เกิน 150,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 3 ปี ชำระคืนภายใน 72 เดือน					
10. วงเงินให้กู้ประเภทสามัญ กู้ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้นแต่ไม่เกิน 300,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 ปี ชำระคืนภายใน 72 เดือน					
11. เงื่อนไขในการยื่นกู้					
การให้เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน					
12. วัตถุประสงค์ของการกู้ประเภทเงินกู้ฉุกเฉิน ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก					
13. วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉิน กู้ได้ 3,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 เดือน ชำระคืนภายใน 4 เดือน					
14. วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉิน กู้ได้ 10,000 บาท สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิก 12 เดือน ชำระคืนภายใน 4 เดือน					
15. เงื่อนไขในการยื่นกู้					
การค้ำประกัน					
16. วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน (สมาชิกค้ำประกันเพื่อนสมาชิก ไม่เกิน 3 คน)					
17. วิธีการขอกู้โดยใช้หุ้นค้ำประกัน					
การจัดสวัสดิการ					
18. สวัสดิการเงินกู้ (สก. 1)					
19. สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2)					
20. สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5)					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การให้บริการของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์					
18. ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้ความสามารถตามขอบข่ายงานที่ได้รับมอบหมาย					
19. ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องรวดเร็ว เอาใจใส่ ในการให้บริการ					
20. ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีน้ำใจในการให้บริการแก่สมาชิก					
21. ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้กับสมาชิก					
22. ฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความโปร่งใสเสมอภาค ซื่อสัตย์ สุจริต ในการปฏิบัติงาน					
23. ความน่าเชื่อถือหรือภาพพจน์ของฝ่ายจัดการ/เจ้าหน้าที่					

2. ปัจจัยด้านราคา

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การสะสมหุ้น					
1. ความเหมาะสมของอัตราเงินปันผล ร้อยละ 4.50 ต่อปี					
2. ความเหมาะสมของอัตราเงินเฉลี่ยคืน ร้อยละ 2.00 ต่อปี					
การรับฝากเงิน					
3. ความเหมาะสมของผลตอบแทนอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ร้อยละ 2.25 ต่อปี					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การให้กู้					
4. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท สามัญ ร้อยละ 8 ต่อปี					
5. ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภท ฉุกเฉิน ร้อยละ 8 ต่อปี					

3. ปัจจัยด้านสถานที่

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์มีความเหมาะสม					
2. ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
3. มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในได้เหมาะสมสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย					
4. ความสะอาดของสำนักงาน					
5. การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ ค้นหาได้ง่าย					
6. การจัดเก็บเอกสาร / ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย					
7. วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความเหมาะสมและทันสมัย					

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ					
2. สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อันเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ					
3. สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างรวดเร็วและทันต่อสถานการณ์					
4. สหกรณ์มีการจัดส่งเอกสาร แผ่นพับ และจัดป้ายประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก					

ตอนที่ 3 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. ท่านคิดว่าการให้บริการด้านการสะสมค่าหุ้น มีปัญหา และอุปสรรคหรือไม่

- () 1. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 2) () 2. มี

ท่านคิดว่ามีปัญหและอุปสรรคอย่างไร และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ
 ที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. การกำหนดมูลค่าหุ้นขั้นต่ำไม่เหมาะสม

ควรจะ.....

- () 2. การจำกัดสิทธิของสมาชิกในการถือหุ้นตามความต้องการของสมาชิก (สหกรณ์
 กำหนดให้สมาชิกถือหุ้นสหกรณ์ไม่เกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของ
 สหกรณ์)

ควรจะ

- () 3. การที่สหกรณ์ไม่ให้ถอนเงินค่าหุ้น จะถอนได้ก็ต่อเมื่อลาออกเท่านั้น

ควรจะ

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

.....

2. ท่านคิดว่าการให้บริการด้านการรับฝากเงิน มีปัญหา และอุปสรรคหรือไม่

- () 1. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 3) () 2. มี

ท่านคิดว่ามีปัญหและอุปสรรคอย่างไร และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ
 ที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. การคิดค่าธรรมเนียมในการถอนเงินเกิน (เมื่อถอนเกิน 1 ครั้งต่อเดือน) ไม่

เหมาะสม

ควรจะ

- () 2. การกำหนดการถอนเงิน (ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน) ไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 3. ความไม่สะดวกในการฝาก – ถอน

ควรจะ

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

ควรจะ

3. ท่านคิดว่าการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์มีปัญหา และอุปสรรคหรือไม่

- () 1. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 4) () 2. มี

ท่านคิดว่ามีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ ที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. วัตถุประสงค์ของการให้กู้เงินประเภทฉุกเฉินไม่ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก

ควรจะ

- () 2. วัตถุประสงค์ของการให้กู้เงินประเภทสามัญ ไม่ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก

- () 3. วงเงินสูงสุดที่ให้กู้ประเภทฉุกเฉินไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ควรจะ

- () 4. วงเงินสูงสุดที่ให้กู้ประเภทสามัญไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ควรจะ

- () 5. ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนเงินกู้ประเภทฉุกเฉินไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 6. ระยะเวลาในการผ่อนชำระคืนเงินกู้ประเภทสามัญไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 7. เงื่อนไขในการยื่นกู้ประเภทฉุกเฉิน (เช่น ต้องเป็นสมาชิกอย่างน้อยกี่ปี) ไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 8. เงื่อนไขในการยื่นกู้ประเภทสามัญ (เช่น ต้องเป็นสมาชิกอย่างน้อยกี่ปี กู้ได้ 5 เท่าของทุนเรือนหุ้น เป็นต้น) ไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 9. วิธีการค้ำประกันโดยใช้เพื่อนสมาชิกค้ำประกัน ไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 10. วิธีการค้ำประกันโดยใช้เงินค้ำหุ้นค้ำประกัน ไม่เหมาะสม

ควรจะ

- () 11. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

.....

4. ท่านคิดว่าการให้บริการด้านสวัสดิการของสหกรณ์มีปัญหา และอุปสรรคหรือไม่

- () 1. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 5) () 2. มี

ท่านคิดว่ามีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อ ที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. สวัสดิการเงินกู้ (สก. 1) ไม่เหมาะสม อย่างไร.....

ควรจะ

- () 2. สวัสดิการเงินสะสม (สก. 2) ไม่เหมาะสม อย่างไร.....

ควรจะ

- () 3. สวัสดิการกองทุนสมทบ (สก. 5) ไม่เหมาะสม อย่างไร

ควรจะ

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

5. ท่านคิดว่าการให้บริการของฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 6) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสม อย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. ขาดความรู้ความสามารถในงานที่รับผิดชอบ

ควรจะ

- () 2. ขาดความเอาใจใส่ ขาดความรอบคอบในการให้บริการ

ควรจะ

- () 3. บริการล่าช้า

ควรจะ

- () 4. ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส และขาดน้ำใจในการช่วยเหลือ หรือให้บริการแก่สมาชิก

ควรจะ

- () 5. ขาดความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแก่สมาชิก

ควรจะ

- () 6. ให้บริการด้วยความลำเอียง

ควรจะ

- () 7. ขาดความโปร่งใสในการทำงาน

ควรจะ

() 8. ขาดความความน่าเชื่อถือ ในการปฏิบัติงาน

ควรจะ

() 9. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

ปัจจัยด้านราคา

6. ท่านคิดว่าการให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (ร้อยละ 4.50 ต่อปี) มีความเหมาะสมหรือไม่

() 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 7) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร.....

ควรจะทำอย่างไร.....

7. ท่านคิดว่าการให้ผลตอบแทนเงินเฉลี่ยคืน (ร้อยละ 2.00 ต่อปี) มีความเหมาะสมหรือไม่

() 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 8) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร.....

ควรจะทำอย่างไร.....

8. ท่านคิดว่าการให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 2.25 ต่อปี) มีความเหมาะสมหรือไม่

() 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 9) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร.....

ควรจะทำอย่างไร.....

9. ท่านคิดว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน (ร้อยละ 8 ต่อปี) มีความเหมาะสมหรือไม่

() 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 10) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร.....

ควรจะทำอย่างไร.....

10. ท่านคิดว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ (ร้อยละ 8 ต่อปี) มีความเหมาะสมหรือไม่

() 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 11) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร.....

ควรจะทำอย่างไร.....

ปัจจัยด้านสถานที่

11. ท่านคิดว่าสถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์ มีความเหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 12) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. หยากร () 2. คับแคบ

- () 3. การคมนาคมไม่สะดวก () 4. อากาศไม่ถ่ายเท

- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

12. ท่านคิดว่าในการติดต่อกับสหกรณ์มีความสะดวก หรือไม่

- () 1. สะดวก (ข้ามไปตอบข้อ 13) () 2. ไม่สะดวก

ไม่สะดวกอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. ที่จอดรถไม่เพียงพอ () 2. ไกล

- () 3. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

13. ท่านคิดว่าการจัดสำนักงาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในของสำนักงาน มีความเหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 14) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย () 2. ที่นั่งไม่เพียงพอสำหรับสมาชิก

- () 3. ไม่สะอาดเพียงพอ

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

14. ท่านคิดว่าการจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์ มีความเหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 15) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย () 2. หาเอกสารยาก

- () 3. ไม่สะดวกในการหยิบเอกสาร เช่น ใบขอกู้ หรือใบรับฝาก - ใบถอนเงิน เป็นต้น

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

15. ท่านคิดว่าสหกรณ์มีการจัดเก็บเอกสาร หรือทรัพย์สินต่าง ๆ ความเหมาะสมหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 16) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย () 2. ไม่รัดกุม เสี่ยงต่อการสูญหาย

- () 3. ขาดการดูแลเอาใจใส่ เสี่ยงต่อการชำรุด

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

16. ท่านคิดว่าวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยเหมาะสมต่อการใช้งานหรือไม่

- () 1. เหมาะสม (ข้ามไปตอบข้อ 17) () 2. ไม่เหมาะสม

ไม่เหมาะสมอย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. วัสดุอุปกรณ์ไม่ทันสมัย ไม่ทันเหตุการณ์

- () 2. วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีมากเกินไปจนเป็น

- () 3. ประสิทธิภาพของบุคลากรในการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอ

- () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

17. ท่านคิดว่าสหกรณ์มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์เพียงพอหรือไม่

- () 1. เพียงพอ () 2. ไม่เพียงพอ

ไม่เพียงพออย่างไร (ตอบเพียง 1 ข้อที่คิดว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด)

- () 1. การส่งข่าวสารล่าช้า ไม่ทันเหตุการณ์

- () 2. ช่องทางในการส่งข่าวสารไม่หลากหลาย

- () 3. ข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับสมาชิก

- () 4. ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่ทราบความเคลื่อนไหวของสหกรณ์

- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุปัญหา และวิธีแก้ไข).....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวศิริพร ริพล	
เกิดเมื่อ	29 พฤศจิกายน 2517	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2538	อนุปริญญา (คอมพิวเตอร์) สถาบันราชภัฏ ลำปาง
	พ.ศ. 2540	ปริญญาตรี (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2538 - ปัจจุบัน	ถูกจ้างประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่