



ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

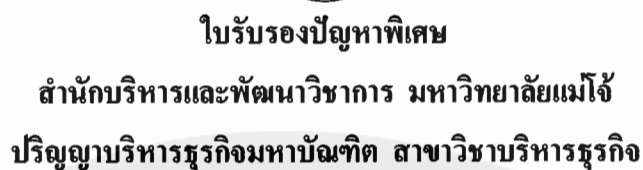


จิรุตติกาญจน์ กอคำ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2552

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ฐิติภาณุจน์ กอคำ

วันที่ 9 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2532

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นางสาวฐิติกาญจน์ กอคำ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด 3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกต่อการบริการธุรกิจสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยทำการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ ที่กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนระดับ 0.05 จำนวน 170 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมาเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยและค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.90 มีอายุ 41-50 คิดเป็นร้อยละ 30.6 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 61.8 ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30.6 โดยมีรายได้ 5,000-6,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีมูลค่าหุ้นที่ถือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 จำนวนเงินที่ถูกเงินส่วนใหญ่กู้เงินจำนวน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 ประเภทเงินกู้สามัญ ส่วนใหญ่ กู้เงินจำนวน 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.7 ปริมาณเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ มีการฝากเงิน 500 บาท และ 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.3

การศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด พบว่าสมาชิกปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ฯ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.54 ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ปัจจัยด้านสถานที่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.61 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)

ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.21 ปัจจัยด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.53 ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.52 สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการทางด้านการตลาดของสหกรณ์ด้วยค่าไคสแควร์ (χ^2 -test) พบว่าพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ปัญหาและอุปสรรคพบว่าด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย) อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.45 ด้านปัจจัยด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ย) อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.33 ด้านปัจจัยด้านสถานที่ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.32 ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน) อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.45 ด้านปัจจัยด้านพนักงานอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.48 ด้านปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.49 ด้านปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.3

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์เป็นสหกรณ์ออมทรัพย์แต่มีการกู้มากกว่าการออมเงิน ดังนั้นควรมีการระดมเงินฝากมากๆ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นคงให้แก่สมาชิก เมื่อสมาชิกเกษียณหรือออกจากงาน จะได้มีเงินไว้ใช้ได้

Title	Satisfaction of Botanical Garden Organization Savings Cooperative Ltd. Members towards the Cooperative Service Using
Author	Miss Thirattikarn Korkham
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Ayooth Yooyen

ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the following: 1) level of satisfaction of Botanical Garden Organization Savings Cooperative Ltd. members towards the cooperative service using; 2) characteristics of the members and their level of satisfaction towards the cooperative service using; and 3) problems encountered of the cooperative members towards the cooperative service using. Primary data were collected by using simple random sampling with an error value of 0.05. Respondents in this study consisted of 170 members of the Botanical Garden Organization Savings Cooperative Ltd. A set of questionnaires was also used for data collection and analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences Program. Percentage, mean, standard deviation, weight-mean score and Chi-square were used in the statistical process.

Findings showed that more than one-half (52.90 percent) of the respondents were male. Less than one-half (30.6 percent) were 41-50 years old. More than one-half (61.8 percent) were married. Less than one-half (30.6 percent) were elementary school graduates. About one-fourth (26.5 percent) of the respondents had a monthly income of 5,000-6,000 baht. Less than one-half (38.8 percent) of the respondents had share holding of 501-1,000 baht. Less than one-half (35.5 percent) of the respondents got an emergency loan for 5,000 baht and below. Less than one-half (34.7 percent) of the respondents got a loan with a sum of 50,001-100,000 baht. For an amount of special savings, only 1.2 percent deposited 500 and 20,000 baht. More than one-half (55.3 percent) of the respondents had been members of the cooperative for more than 4 years.

With regards to satisfaction of the respondents with the cooperative service using, it was found that they had a high level of satisfaction with the cooperative services ($X=2.54$), price ($X=2.56$), and place ($X=2.6$). However, the respondents had a moderate level of satisfaction with

marketing or provision of loans ($X = 2.21$) but a high level of satisfaction process or services ($x=2.56$), and physical environment ($x=2.52$) Findings also showed that there was no relationship between socio-economic factor and level of satisfaction of the respondents with the cooperative services.

For problems encountered, findings showed that there was a low level of problems concerning with product factor (share value, loans, and interest) with a mean score of 1.45, place factor ($x=1.32$), market promotion (loaning) with a mean score of 1.32, staff factor ($x=1.48$), services ($x=1.49$), and physical environment ($x=1.3$). It could be advisable that the cooperative should highly promote savings for financial security of its members since loaning was found to be higher than savings.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยได้รับคำแนะนำคำปรึกษาและความกรุณาในการแก้ไขปรับปรุงในการทำการศึกษาค้นคว้าทำให้ผลการศึกษาสำเร็จลุล่วงจากอาจารย์ ดร.อายุส หยุ่งเย็น ประธานกรรมการที่ปรึกษาศาสตราจารย์พิเศษ ดร.บรรยง สิทธิชัย และอาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์ กล่อมทรงเจริญ กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาได้แนะนำที่เป็นประโยชน์และช่วยเหลือตรวจสอบแก้ไขปัญหาพิเศษของข้าพเจ้ามาโดยตลอด จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และอาจารย์ ดร.ภุชณิสสา เดชเถลิง ประธานกรรมการบริหารประจำหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ที่ให้การชี้แนะตลอดระยะเวลาของการศึกษา ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูงมาก ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความกรุณาแนะนำขั้นตอนในการทำปัญหาพิเศษให้ลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ สมาชิกสภามหาวิทยาลัยอ้อมกอดมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จักรวรรดิ พร้อมทั้งคณะกรรมการและฝ่ายจัดการสภามหาวิทยาลัยอ้อมกอดมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ จักรวรรดิ ที่กรุณาให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า พร้อมกันนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัวและผู้มีอุปการะทุกท่าน ตลอดจนเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รุ่นที่ 13 ทุกๆ ท่านที่ได้ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ศึกษาตลอดมา จนกระทั่งสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ ข้าพเจ้าจะใช้องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาให้เป็นประโยชน์ในหน้าที่การงาน สังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป

จิรุตติกาญจน์ กอคำ

ตุลาคม 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
การดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด	8
แนวความคิดด้านสหกรณ์ออมทรัพย์	10
แนวความคิดด้านการบริหารสหกรณ์	15
แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด	16
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
ภาคสรุป	39
กรอบแนวคิด	40
สมมติฐานการวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
สถานที่ดำเนินการวิจัย	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
เครื่องมือในการวิจัย	45
ทดสอบแบบสอบถาม	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46

	(9)
	หน้า
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	49
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด	49
ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการ	
ในด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์	
ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด	53
ส่วนที่ 3 ปัญหา และ อุปสรรค ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการ	
ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด	60
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	67
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	71
สรุปผลการวิจัย	71
อภิปรายผลการวิจัย	72
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	76
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	83
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	84
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	91

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ข้อมูลวิเคราะห์การเจริญเติบโตของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปี 2549- 2550	3
2 การแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามหน่วยงานและจำนวนตัวอย่างในแต่ละหน่วยงาน	44
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง 170 คน	49
4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย)	53
5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ย)	55
6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่	56
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)	57
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์	58
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการในการให้บริการ	59
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	60
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย)	61
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ย)	62
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางด้านสถานที่	63
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)	63
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านพนักงาน	64

ตาราง

หน้า

16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	65
17	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านลักษณะ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	66
18	ภาพรวมการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ ต่อระดับ ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาด	67



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์	11
2 รูปแบบของการตลาด 3 แบบในอุตสาหกรรมการให้บริการ	25
3 การแสดงความสอดคล้องทางความคิด	31
4 การแสดงความไม่สอดคล้องทางความคิด	31
5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	40

บทที่ 1

บทนำ

การออมทรัพย์นั้นทุกคนมีความต้องการที่จะทำการออมไม่ว่าจะเป็นการออมทางการเงินหรือการออมในรูปสินทรัพย์ แต่ถ้าปล่อยตามลำพังตนเองแล้วมักทำการออมไม่สำเร็จ เนื่องจากว่าบรรดาคนมีเงินเดือนนั้นอยู่ในสังคมชาวเมือง ซึ่งมีการใช้จ่ายเพื่อการสังคมและความฟุ่มเฟือยแทบไม่มีข้อจำกัด ดังนั้นเมื่อได้เงินมากก็ใช้มาก ได้เงินน้อยก็ใช้น้อยเป็นเงาตามตัวด้วย เหตุนี้คนมีเงินเดือน จึงต้องการองค์การอันถาวรของตนเพื่ออำนวยความสะดวกและควบคุม การดำเนินงานอย่างใกล้ชิดให้ผู้มีเงินเดือนออมทรัพย์ไว้ได้อย่างจริงจัง องค์การที่จะทำหน้าที่ดังกล่าวนี้ได้ก็คือสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งเป็นองค์การหนึ่งในหลายๆ องค์การที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการออม แต่สหกรณ์เป็นองค์การรูปพิเศษ ที่แตกต่างจากองค์การอื่น คือสหกรณ์จะดำเนินธุรกิจโดยมิได้มุ่งแสวงหากำไรจากสมาชิกเพราะสมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์

สหกรณ์ หมายถึง องค์การธุรกิจ (Business Organization) อีกประเภทหนึ่งที่มีกลุ่มบุคคลตั้งแต่สิบคนขึ้นไป รวมตัวกันจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพเดียวกันโดยวิธีการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือ ซึ่งกันและกันตามหลักวิธีการสหกรณ์โดยมิได้มุ่งเน้นผลกำไรเป็นหลักแต่มุ่งตอบสนอง ความต้องการของสมาชิก จากคำจำกัดความที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การรวมกันเป็นสหกรณ์นั้นจะเน้นในเรื่องของการรวมกลุ่มบุคคล มิได้มุ่งเน้นของการรวมเงินทุน เมื่อรวมกันแล้วจะส่งเสริมให้มีการแก้ไขปัญหาโดยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีความเป็นอยู่ทางด้านสังคมที่ดีขึ้น ซึ่งองค์การธุรกิจที่เรียกว่า “สหกรณ์” มีการบริการธุรกิจเช่นเดียวกับการบริการขององค์การธุรกิจต่างๆ กล่าวคือ มีหลักการแนวทาง ในการปฏิบัติเพื่อจะได้บรรลุเป้าหมายทางองค์การธุรกิจที่ตั้งไว้ (Business Goal) โดยต้องการให้สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีความเสมอภาคร่วมกัน แต่องค์การธุรกิจประเภทอื่น มีหลักการและแนวทางในการปฏิบัติเพื่อจะได้บรรลุเป้าหมายทางองค์การธุรกิจที่ตั้งไว้ (Business Goal) โดยมุ่งเน้นกำไรสูงสุด ฉะนั้นการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของสหกรณ์จึงมีการจัดตั้งสหกรณ์ ตามวัตถุประสงค์หรือความต้องการหลักของสมาชิกสหกรณ์โดยมุ่งการช่วยเหลือตนเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภทองค์การธุรกิจตามกฎหมาย (กองวิชาการ กรมส่งเสริมสหกรณ์ , 2542)

สหกรณ์ออมทรัพย์ (Saving & Credit Cooperatives) เป็นสหกรณ์อีกประเภทหนึ่งและเป็นสถาบันการเงินซึ่งต้องจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 โดยมีสมาชิก ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอาชีพอย่างเดียวกันหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือ ซึ่งกันและกัน รวมทั้งส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินเมื่อเกิดความ

จำเป็นโดยสมาชิก เป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการ(Co-owner & Co-customer)โดยสหกรณ์เป็นผู้ตอบสนองบริการ แก่สมาชิก วัตถุประสงค์หลักขององค์การธุรกิจประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ คือ การส่งเสริมการออมทรัพย์ และการให้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ (สุภาพร ยังสุก,2548) ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจรูปแบบสหกรณ์ออมทรัพย์ในปัจจุบันจะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องอาศัย ปัจจัยหลายด้าน เช่น คณะกรรมการบริหารสหกรณ์มีศักยภาพ ในด้านนโยบายการบริหารงาน สหกรณ์ ฝ่ายจัดการสหกรณ์มีความสามารถในการบริหารจัดการสหกรณ์ เป็นต้น แต่ปัจจัยหลัก สำคัญของการประสบความสำเร็จของธุรกิจประเภทสหกรณ์ ออมทรัพย์ คือสมาชิกมีทัศนคติหรือ ความพึงพอใจที่ดีต่อสหกรณ์ เพราะถ้าหากสมาชิกสหกรณ์ ไม่มีความพึงพอใจ สมาชิกสหกรณ์ ก็ อาจจะไม่มีส่วนร่วมต่อธุรกิจของสหกรณ์ โดยอาจสูญเสียโอกาสในทางธุรกิจเนื่องจากสมาชิก สหกรณ์หันไปใช้บริการสถาบันการเงินอื่นและในทางกลับกัน เมื่อสมาชิกสหกรณ์ได้รับความพึง พึงพอใจจากการใช้บริการ สหกรณ์ก็จะมีคามเข้มแข็งในทางธุรกิจรวมถึง สหกรณ์ก็ย่อมจะมีข้อมูล ในการพัฒนางานสหกรณ์ต่อไป

ความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 100 ถนนเมรัย-สะเมิง ตำบลแม่แรม อำเภอเมรัย จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มจัดตั้งเมื่อปี 2545 สหกรณ์มีการบริการในรูปแบบ ของสหกรณ์ออมทรัพย์มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 293 คน สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ประกอบด้วย บุคลากรขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ แต่ในปัจจุบันสมาชิกสหกรณ์ประกอบด้วยสมาชิกซึ่งเป็น พนักงาน ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราวรายวัน และลูกจ้างโครงการขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ ซึ่งเป็นผู้มีรายได้ประจำในแต่ละเดือน วัตถุประสงค์หลักในการเข้าเป็นสมาชิก คือ การออมทรัพย์ ทั้งในรูปแบบการสะสมหุ้นหรือการออมทรัพย์พิเศษ การกู้ยืมเงินจากสหกรณ์และการจัดสวัสดิการ ให้สมาชิก สหกรณ์มีนโยบายมุ่งหวังให้สมาชิกได้รับบริการที่ประทับใจและให้ได้รับผลประโยชน์ สูงสุด การดำเนินกิจการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด มีการจัดทำ รายงาน ของกิจการสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นประจำทุกปี จากการศึกษาเอกสารรายงานกิจการของ สหกรณ์และเอกสารการวิจัยเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ได้แสดงให้เห็นถึงปริมาณธุรกิจดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ข้อมูลวิเคราะห์การเจริญเติบโตของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
ปี 2549 – 2550

รายการ	ปี 2549 (บาท)	ปี 2550 (บาท)	เพิ่ม (ลด) (บาท)	คิดเป็นร้อยละ
เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ	2,575,911.54	2,457,674.06	(118,237.48)	(4.59)
เงินกู้	11,660,491.00	16,670,830.94	5,010,339.94	30.05
กำไร	369,256.40	521,948.32	152,691.92	29.25

ที่มา : สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด (2551)

แม้ว่าสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์มีผลกำไรประจำปี 2549 จำนวน 369,256 บาท ปี 2550 จำนวน 521,948 บาท แต่ธุรกิจเงินฝากออมทรัพย์ลดลง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า สหกรณ์ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจ โดยมีปัจจัยหลักสำคัญคือการตอบสนองความต้องการของสมาชิกด้านการให้สินเชื่อหรือการกู้ยืม แต่ปริมาณธุรกิจด้านการฝากเงินกลับลดลง ซึ่งมีใช้หลักของการของสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มุ่งเน้นให้สมาชิกส่งเสริมการออม เป็นหลัก เพราะฉะนั้นในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของสหกรณ์ที่จะประสบผลสำเร็จ จึงจำเป็นต้องทราบถึงความต้องการของสมาชิกหรือความพึงพอใจของสมาชิกซึ่งเป็นหลักการขององค์กรธุรกิจประเภทสหกรณ์

ฉะนั้นจึงเป็นประเด็นปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของสมาชิก ที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด และผู้วิจัยจะนำข้อมูล ที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขการบริการของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนากิจการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกต่อการบริการธุรกิจสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ทั้งในด้านการให้บริการธุรกิจสินเชื่อและธุรกิจรับฝากเงิน
เพื่อคณะกรรมการและฝ่ายจัดการสามารถใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงการให้บริการ
แก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่
มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
3. คณะกรรมการและฝ่ายจัดการสามารถทราบถึงปัญหาและอุปสรรค สามารถใช้เป็น
ข้อมูลในการวางแผนการบริการของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคตได้
4. สหกรณ์ออมทรัพย์อื่น ๆ สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการ
ให้บริการของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. ผลการศึกษานี้นี้อาจใช้เป็นแนวทางเพื่อประกอบการค้นคว้าและงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้องสำหรับผู้สนใจที่จะศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 293 คน
โดยคิดตามตัวอย่าง จำนวน 170 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านการตลาดของสหกรณ์ ฯ ได้แก่

- ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสหกรณ์มีการดำเนินงาน ได้แก่ การสะสม/ค่าหุ้น
การรับฝากเงิน การให้เงินกู้ การค้าประกัน การจัดสวัสดิการ การให้บริการของพนักงาน/เจ้าหน้าที่
และความเหมาะสมของคณะกรรมการ

- ปัจจัยทางด้านราคา ในรูปแบบ เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้แก่สมาชิกที่ได้จากการสะสมหุ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญและลูกหนี้ที่สหกรณ์ออมทรัพย์เรียกเก็บ และ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

- ปัจจัยทางด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด การจัดเก็บเอกสาร ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกการจัดสัดส่วนและตกแต่งภายใน ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ฯ

- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ และรวดเร็วทันเหตุการณ์ การจัดรายการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าให้ลูกค้าได้ทราบ เช่น การจัดทำแผ่นพับ การจัดป้ายประชาสัมพันธ์

- ปัจจัยทางด้านพนักงาน (People) ได้แก่ บุคลากรในการบริการ การบริการของพนักงานเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะเป็นปัจจัยสำคัญหลักต่อการให้บริการ ศักยภาพของพนักงานและเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นหลัก

- ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ(Process) ได้แก่ กระบวนการให้บริการ วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ การออกแบบกระบวนการในการให้บริการอย่างเหมาะสมจะทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ

- ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ องค์ประกอบทางกายภาพ ความสวยงาม ความสะอาดหรือความสะอาดสบาย ของบรรยากาศในการให้บริการ มีผลต่อความต้องการและความคาดหวังของสมาชิก ความสะดวก ความรวดเร็ว และความถูกต้อง

ศึกษาปัญหา และอุปสรรคของสมาชิกต่อการบริการธุรกิจสหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

3. ขอบเขตด้านสถานที่ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จังหวัดเชียงใหม่, ศูนย์รวมพรรณไม้ บ้านร่มเกล้าในพระราชดำริ จังหวัดพิษณุโลก, ศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น, ศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออก จังหวัดระยอง

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ประมาณ 16 เดือนตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2551 - กันยายน 2552

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ระดับความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกหรือทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยจำแนกออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

สมาชิก หมายถึง บุคคลซึ่งมีสถานภาพเป็นสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

คณะกรรมการ หมายถึง คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

พนักงาน หมายถึง ผู้ที่สหกรณ์จ้างไว้ปฏิบัติงานประจำในตำแหน่งผู้จัดการและพนักงานตำแหน่งต่างๆ

ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (7P's) หมายถึง ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริการด้านการตลาด ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(Product) (2) ปัจจัยด้านราคา(Price) (3) ปัจจัยด้านสถานที่(Place) (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) (5) บุคลากรในการบริการ(People) (6) กระบวนการให้บริการ(Process) (7) องค์ประกอบทางกายภาพ(Physical Evidence) (ยุวณิตย์ ทิศสกุล, 2545)

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง การสะสม/ค่าหุ้น การรับฝากเงิน การให้เงินกู้ (ประเภทสามัญ) การให้เงินกู้ (ประเภทลูกเงิน) การค้าประกัน การจัดสวัสดิการและการให้บริการของพนักงาน/เจ้าหน้าที่

ปัจจัยทางด้านราคา หมายถึง เงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้แก่สมาชิกที่ได้จากการสะสมหุ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญและลูกเงินที่สหกรณ์ออมทรัพย์เรียกเก็บ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ปัจจัยทางด้านสถานที่ หมายถึง สถานที่ตั้งและอาคารสำนักงานของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด การจัดเก็บเอกสาร ความทันสมัยของวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดสัดส่วนและตกแต่งภายใน ความสะดวกในการเข้ามติดต่อกับสหกรณ์

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของ สหกรณ์อย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ และรวดเร็วทันเหตุการณ์ การจัดรายการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้าให้ลูกค้าได้ทราบ เช่น การจัดทำแผ่นพับ การจัดป้าประชาสัมพันธ์

ปัจจัยทางด้านพนักงาน หมายถึง นุคลากรในการบริการ การบริการของพนักงาน เจ้าหน้าที่สหกรณ์จะเป็นปัจจัยสำคัญหลักต่อการให้บริการ ศักยภาพของพนักงานและเจ้าหน้าที่ สหกรณ์เป็นหลัก

ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ หมายถึง กระบวนการให้บริการ วิธีการและ ขั้นตอนการดำเนินงานของสหกรณ์ การออกแบบกระบวนการใน การให้บริการอย่างเหมาะสมจะ ทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง องค์ประกอบทางกายภาพ ความ สวยงาม ความสะอาดหรือความสะดวกสบาย ของบรรยากาศในการให้บริการมีผลต่อความต้องการ และความคาดหวังของสมาชิก ความสะดวก ความรวดเร็ว และความถูกต้อง

เงินค่าหุ้น หมายถึง การฝากเงินในสหกรณ์ในรูปของเงินค่าหุ้น โดยจะต้องสะสม สม่ำเสมอทุกเดือน

เงินกู้ หมายถึง เงินกู้ที่สมาชิกกู้จากสหกรณ์ อันได้แก่ เงินกู้สามัญ และ/หรือเงินกู้ฉุกเฉิน

เงินรับฝากออมทรัพย์พิเศษ หมายถึง เงินรับฝากจากสมาชิกสหกรณ์ผู้ฝากรายหนึ่งอาจเปิด บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ในสหกรณ์เมื่อใดก็ได้

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัย เรื่องความพึงใจของสมาชิกที่ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 การดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
- 2.2 แนวความคิดด้านสหกรณ์ออมทรัพย์
- 2.3 แนวความคิดด้านการบริหารสหกรณ์
- 2.4 แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด
- 2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ได้จัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2545 โดยใช้ชื่อว่า “สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด” ได้ดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิก โดยวิธีช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักวิธีการสหกรณ์

สมาชิกมี 2 ประเภท คือ สมาชิกสามัญ และสมาชิกสมทบ

คุณสมบัติของสมาชิกสามัญ

1. เป็นผู้เห็นชอบในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
2. เป็นบุคคลธรรมดาและบรรลุนิติภาวะ
3. ก. เป็นพนักงาน หรือลูกจ้างประจำสังกัด องค์การสวนพฤกษศาสตร์ หรือ
ข. เป็นลูกจ้างขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ ซึ่งได้รับค่าจ้างเงินงบประมาณ หมวดค่าจ้างชั่วคราว หรือ เป็นลูกจ้างโครงการขององค์การสวนพฤกษศาสตร์
- ค. เป็นเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์นี้
4. เป็นผู้มีความประพฤติและนิสัยดีงาม
5. มิได้เป็นสมาชิกในสหกรณ์ออมทรัพย์อื่นที่มีวัตถุประสงค์ในการให้กู้ยืมเงิน

คุณสมบัติของสมาชิกสมทบ

1. เป็นผู้เห็นชอบในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
2. เป็นบุคคลธรรมดาและบรรลุนิติภาวะและยังไม่บรรลุนิติภาวะ ในกรณีที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองเป็นลายลักษณ์อักษร
3. เป็นผู้มีความประพฤติและนิสัยดีงาม
4. เป็นผู้ที่จะปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งของสหกรณ์
5. มิได้เป็นสมาชิกในสหกรณ์ออมทรัพย์อื่นที่มีวัตถุประสงค์ในการให้กู้ยืมเงิน

คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการอำนวยการ 5 คน
2. คณะกรรมการพิจารณาเงินกู้ 5 คน
3. คณะกรรมการศึกษาและประชาสัมพันธ์ 5 คน
4. ผู้จัดการ 1 คน
5. ผู้ตรวจสอบกิจการ 1 คน
6. พนักงานสหกรณ์ 2 คน

กิจกรรมของสหกรณ์ ประกอบด้วย 3 กิจกรรม คือ

1. การสะสม/ค่าหุ้น การออกหุ้น สหกรณ์ออกหุ้นได้โดยไม่จำกัดจำนวน มีมูลค่าหุ้นละสิบบาท การถือหุ้น สมาชิกทุกคนต้องชำระค่าหุ้นเป็นรายเดือนตั้งแต่เดือนแรกที่เข้ามา เป็นสมาชิกตามอัตราส่วนของจำนวนเงินเดือนของตน

2. การรับฝากเงิน เงินฝากออมทรัพย์ (พิเศษ) ผู้ฝากรายหนึ่งอาจเปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ในสหกรณ์เมื่อใดก็ได้โดยจำนวนเงินฝากในบัญชีนั้นในเวลาหนึ่งเวลาใดต้องไม่น้อยกว่า 100 บาท และผู้ฝากจะส่งเงินฝากเพิ่มขึ้นเมื่อใด โดยจำนวนเท่าใดก็ได้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากร้อยละ 3.25 ต่อปี

3. การให้บริการด้านสินเชื่อ (เงินกู้) สหกรณ์ให้เงินกู้แก่สมาชิก 2 ประเภท คือ

3.1 เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เป็นการกู้เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน เช่น อุบัติเหตุ ค่าพาหนะ ค่ารักษาพยาบาล การกู้ฉุกเฉินนี้สมาชิกกู้ได้ทันทีและทุกวันทำการ เงินกู้ประเภทนี้อยู่ภายใต้วงเงิน 1 เท่าของเงินเดือนหรือค่าจ้าง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ร้อยละ 9.00 ต่อปี การชำระคืนไม่เกิน 10 เดือน หลังจากวันที่กู้

3.2 เงินกู้สามัญ เป็นเงินกู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงพัฒนาอาชีพ ช่อมแซมที่อยู่อาศัยปลดเปลื้องหนี้สิน เงินกู้ประเภทนี้อยู่ภายใต้วงเงิน 30 เท่า ของเงินเดือนหรือค่าจ้างและ

ต้องไม่เกินจำนวน 500,000.00 บาท (ห้าแสนบาทถ้วน) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ร้อยละ 9.00 ต่อปี การชำระคืนไม่เกิน 84 เดือน หลังจากวันที่กู้ (สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด , 2545)

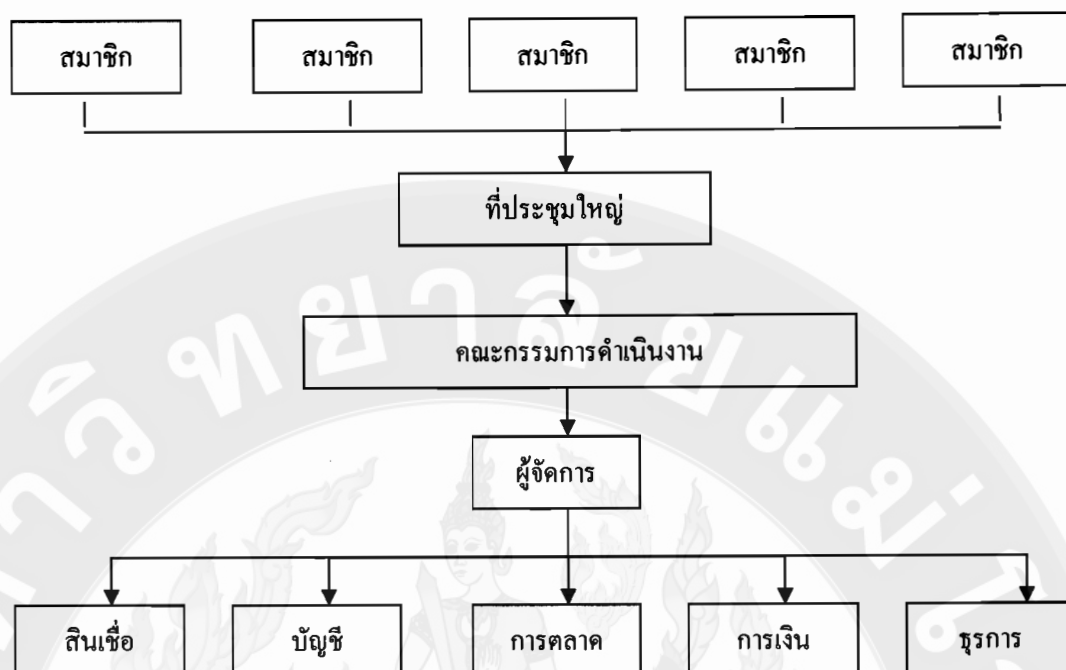
แนวความคิดด้านสหกรณ์ออมทรัพย์

เชิญ บำรุงวงศ์ (2543:28) สรุปไว้ว่า สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสหกรณ์การเงิน (Financial Cooperatives) ซึ่งจัดอยู่ในประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ (Savings and Credit Cooperatives) เป็นสถาบันการเงินที่ยึดถือหลักการ วิธีการสหกรณ์ในการดำเนินการรับฝากเงิน และให้เงินกู้หรือสินเชื่อแก่บรรดาสมาชิก โดยสมาชิกเป็นเจ้าของและเป็นผู้ใช้บริการในเวลาเดียวกัน มีการควบคุมตามหลักความเป็นธรรม วัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์ คือ การระดมทุนจากสมาชิกและจากแหล่งเงินทุนภายนอก เพื่อนำมาใช้บริการแก่สมาชิกที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ทั้งนี้ได้จัดแบ่งสหกรณ์ออมทรัพย์ออกเป็นรูปแบบย่อย ๆ จำนวน 9 รูปแบบ ตามลักษณะกลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพในลักษณะเดียวกันดังนี้ คือ ตำรวจ ทหาร ครู ข้าราชการ กระทรวงศึกษาธิการ มหาวิทยาลัยรัฐวิสาหกิจ โรงพยาบาล ส่วนราชการ ภาคเอกชน และอื่น ๆ

ในปัจจุบันสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ประกอบด้วยบุคคลซึ่งประกอบอาชีพเดียวกัน และสังกัดสำนักงานหรือสถานประกอบการเดียวกันไม่ว่าจะอยู่ในภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น ครู ตำรวจ ข้าราชการพลเรือน พนักงานรัฐวิสาหกิจ ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การส่งเสริมให้สมาชิกประหยัดและออมทรัพย์ไว้กับสหกรณ์ การให้กู้และการให้บริการทางการเงินอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ทางสังคมแก่สมาชิก ได้แก่ การดำเนินกิจกรรมทางการศึกษา สาธารณสุข การกีฬา และสาธารณกุศลต่าง ๆ ในองค์การที่สมาชิกสังกัดอยู่

โครงสร้างการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ทุกประเภทจะมีโครงสร้างของการบริการเดียวกัน คือ การรวมตัวของสมาชิกมีการประชุมใหญ่เพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการบริการ เพื่อบริหารงานสหกรณ์ และคณะกรรมการบริการจะจัดจ้างฝ่ายจัดการ เพื่อปฏิบัติงานแทนฝ่ายจัดการที่จัดจ้าง เช่น ผู้จัดการ พนักงานสินเชื่อ พนักงานบัญชี พนักงานการเงิน ฯลฯ โดยมีแผนภูมิโครงสร้างดังนี้



ภาพ 1 โครงสร้างการบริหารของสหกรณ์
ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2535: 78)

การบริการสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีต่อสมาชิก

การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อให้แก่สมาชิกจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ และจำกัดขอบเขตอยู่ภายใต้กรอบของกฎหมายสหกรณ์ โดยทั่วไปสหกรณ์ออมทรัพย์ให้บริการ 3 ด้าน ดังนี้ (จุฑาทิพย์ ภัทราวาท, 2540:19)

1. ธุรกิจด้านการเงิน

การดำเนินงานด้านการเงินของสหกรณ์มุ่งเน้นการส่งเสริมการออมเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจแก่สมาชิกและการให้กู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาการครองชีพและสนองความต้องการทางเศรษฐกิจตามความจำเป็นของสมาชิกมีบริการดังนี้

การระดมหุ้น เป็นการส่งเสริมการออมของสมาชิกโดยการบังคับ ซึ่งสหกรณ์ออมทรัพย์โดยทั่วไปกำหนดมูลค่าหุ้นราคาหุ้นละ 10 บาท และกำหนดให้สมาชิกส่งเงินค่าหุ้นรายเดือนตั้งแต่เดือนแรกที่เข้าเป็นสมาชิกตามเกณฑ์การถือหุ้นที่สหกรณ์กำหนดไว้ในระเบียบว่าด้วยการถือหุ้น สมาชิกสหกรณ์รายหนึ่งรายใดอาจส่งเงินค่าหุ้นรายเดือนในอัตราสูงกว่าที่สหกรณ์กำหนดหรืออาจซื้อหุ้นเพิ่มอีกเมื่อใดก็ได้ แต่จะต้องไม่เกินหนึ่งในห้าของจำนวนหุ้นทั้งหมดในระหว่างที่ยังเป็นสมาชิกสหกรณ์อยู่การกระจายเงินปันผลค่าหุ้นแก่สมาชิกจะต้องกระทำภายหลังจากการ ประชุมสามัญประจำปีเพื่ออนุมัติอัตราการจ่ายตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ แต่ต้องไม่เกินอัตราที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงซึ่งเงินปันผล ค่าหุ้นสหกรณ์นี้ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การบริการรับฝากเงิน การบริการรับฝากเงินของสหกรณ์เป็นวิธีการส่งเสริมการออม ที่ให้บริการแก่สมาชิกตามความสมัครใจ

- เงินฝากออมทรัพย์ เป็นเงินฝากประเภทที่สมาชิกสามารถฝากเพิ่มหรือถอนเมื่อใดเป็นจำนวนเท่าใดก็ได้เสมอ อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินฝากประเภทประจำ และดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์นี้ ได้รับการยกเว้นการเสียภาษีเงินได้นุคคลธรรมดา

- เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ เป็นเงินฝากประเภทที่สมาชิกสามารถฝากเพิ่มหรือถอนเมื่อใดจำนวนเท่าใดก็ได้ แต่ให้ถอนได้เพียงเดือนละหนึ่งครั้งโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมหากถอนเกินกว่าเดือนละหนึ่งครั้ง ต้องเสียค่าธรรมเนียมการถอนตามที่สหกรณ์กำหนดอัตราดอกเบี้ยให้ตามระยะเวลา ที่ฝากต่ำกว่าเมื่อกำหนด หรืออาจคิดให้อัตราดอกเบี้ยประเภทเงินฝากออมทรัพย์

- เงินฝากประจำ เป็นเงินที่สมาชิกฝากเพิ่มเมื่อใดจำนวนเท่าใดก็ได้ แต่การถอนต้องรอให้ครบกำหนดระยะเวลาฝากที่กำหนดไว้ 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากบุคคลธรรมดาในอัตราร้อยละ 15 ของยอดเงินรายได้ดอกเบี้ยรับโดยสหกรณ์หัก ณ ที่จ่ายและนำส่งสรรพากรเขตท้องที่ ในกรณีสมาชิกถอนเงินฝากประจำก่อนกำหนดหรืออาจคิดให้อัตราดอกเบี้ยประเภทเงินฝากออมทรัพย์

การให้บริการเงินกู้ เป็นการให้บริการแก่สมาชิกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือแก้ไขปัญหาการครองชีพและปัญหาทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการไม่ใช้อย่างฟุ่มเฟือย สหกรณ์ทั่วไปมีการให้บริการเงินกู้ 3 ประเภท ดังนี้

- เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เป็นเงินกู้ระยะสั้น (อาจเรียกว่าเงินกู้ไม่มีหลักประกัน) เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เช่น ค่ารักษาพยาบาล เป็นต้น เงินกู้ชนิดนี้เป็นเงินจำนวนน้อยและระยะเวลาการชำระหนี้สั้นกว่าการกู้ประเภทสามัญ

- เงินกู้สามัญ เป็นเงินกู้ที่ระยะเวลาดำเนินและเงินกู้ระยะยาวเวลาปานกลางเรียกว่าเงินกู้มีหลักประกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกนำไปใช้ในกิจการต่าง ๆ ที่จำเป็นและมีประโยชน์ การกำหนดวงเงินกู้ประเภทสามัญของสหกรณ์ออมทรัพย์ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละสหกรณ์ โดยกำหนดตามระดับรายได้ของสมาชิก โดยมีหลักประกันคือผู้กู้ต้องมีเงินรายได้ต่อเดือนเพียงพอในการผ่อนชำระต้นและดอกเบี้ย รวมทั้งหนี้เงินกู้ประเภทอื่นและเงินค่าหุ้นประจำเดือนที่สหกรณ์กำหนด อาจใช้บุคคลที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ค้ำประกัน ทุนเรือนหุ้น เงินฝากหรือสังหาริมทรัพย์อื่นเป็นหลักประกัน ซึ่งคณะกรรมการเห็นสมควร ระยะเวลาในการชำระหนี้เงินกู้สามัญมีระยะยาวตั้งแต่ 12 ถึง 60 งวด

- เงินกู้พิเศษ เป็นเงินกู้ระยะยาวเพื่อส่งเสริมฐานะความมั่นคงหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มพูนแก่สมาชิก ได้แก่ เงินกู้เพื่อการเคหะสงเคราะห์ เพื่อซื้อยานพาหนะ เพื่อการ

ลงทุนประกอบอาชีพโดยทั่วไปสหกรณ์กำหนดวงเงินกู้พิเศษไว้มากกว่าเงินกู้สามัญขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้กู้ ระยะเวลาในการชำระหนี้เงินกู้พิเศษ กำหนดตามความเหมาะสม เช่น ไม่เกิน 180 งวด หรือชำระให้เสร็จสิ้นภายในอายุสมาชิกไม่เกิน 65 ปี โดยหลักประกันเงินกู้อาจใช้สมาชิกสหกรณ์ค้ำประกันร่วมกับหลักทรัพย์เป็นหลักประกันหรือใช้สังหาริมทรัพย์เป็นประกัน

2. การให้บริการด้านการศึกษาอบรม

สหกรณ์จัดให้มีการศึกษาอบรมแก่กรรมการดำเนินงาน เจ้าหน้าที่สหกรณ์และบรรดาสมาชิกสหกรณ์ ในด้านอุดมการณ์สหกรณ์ หลักวิธีการสหกรณ์ หน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสหกรณ์เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ และปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบของตนได้อย่างเหมาะสม เพื่อความสำเร็จของสหกรณ์ และดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดสรรเป็นงบประมาณจ่ายประจำปีของสหกรณ์ มีวิธีการกระทำได้ 3 วิธี คือ การจัดส่งบุคลากรเข้ารับการศึกษอบรมในโครงการของชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทย จำกัด หรือของสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย หรือการเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความรู้แก่บุคลากรของสหกรณ์

3. การให้สวัสดิการแก่สมาชิก

การให้สวัสดิการแก่สมาชิกเป็นการบริการที่มุ่งเสริมฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิก ให้ดีขึ้น มีประเด็นในการพิจารณา 3 ประเด็น คือ

1. วิธีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก แบ่งเป็นจัดสวัสดิการแบบให้เช่าเปล่าโดยการจัดสรรเงินงบประมาณดำเนินการประจำปีหรือกำไรสุทธิของสหกรณ์ อีกวิธีเป็นแบบให้สมาชิกเป็นผู้จ่ายเงินเพื่อสวัสดิการของตนโดยสหกรณ์เป็นผู้อำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก เช่น การประกันชีวิต ประกันสุขภาพ

2. รูปแบบการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก

การจัดสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือครอบครัวสมาชิก เช่น

- การจัดให้มีทุนการศึกษานูตรสมาชิกที่ยากจนและเรียนดี
- การจัดประกันการเจ็บป่วยเป็นกลุ่ม
- สวัสดิการช่วยเหลือสมาชิกที่เจ็บป่วย

การจัดสวัสดิการเพื่อช่วยเหลือบรรเทาความทุกข์แก่สมาชิก เช่น

- โครงการฌาปนกิจสงเคราะห์
- โครงการประกันชีวิตหมู่
- โครงการประกันหนี้สมาชิก

การจัดสวัสดิการเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายสมาชิก เช่น

- การให้สิทธิในการซื้อสินค้าราคาถูก

- การจัดบริการจัดรถรับ – ส่ง

- การจัดสถานที่เลี้ยงเด็ก

3. การจัดสวัสดิการแก่สมาชิก ต้องคำนึงถึงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับประเภทธุรกิจ ได้แก่

- ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

- ประมวลกฎหมายอาญา

- ประมวลรัษฎากร

- ประมวลกฎหมายที่ดิน

- พ.ร.บ.แรงงานสัมพันธ์

- พ.ร.บ.แรงงานสัมพันธ์

- พ.ร.บ.ประกันสังคม

- พ.ร.บ.กฎกระทรวง ประกาศกระทรวง ระเบียบ และกฎข้อบังคับ

การจัดการสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ

อรุณ รักธรรม (2532 อ้างใน สานนท์ ฉายเรืองโชติ, 2537: 13) ได้กล่าวเน้นถึงการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพของสหกรณ์ว่าจะต้องดำเนินการดังนี้

1. สหกรณ์ต้องมีความรู้ส่งเสริมให้สมาชิกมีคุณภาพสูง ได้เน้นการให้การศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการดำเนินการและฝ่ายจัดการ พร้อมกับส่งเสริมสมาชิกให้รู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองและสำนึกในการเป็นเจ้าของสหกรณ์ด้วย

2. สหกรณ์ต้องให้ความสะดวกในด้านต่างๆ ต่อสมาชิกให้ดี โดยฝ่ายจัดการจะต้องเน้นการบริการที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกและบริการที่มีความประทับใจ

3. ให้ความเป็นธรรมต่อสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการที่ดี ฝ่ายจัดการที่ดี จะต้องให้ความเป็นธรรมในทุกด้านที่สมาชิกทำธุรกิจกับสหกรณ์จะทำให้สมาชิกศรัทธาและเข้ามามีส่วนร่วมกับสหกรณ์

4. พนักงานสหกรณ์ต้องบริการเป็นอย่างดีกับสมาชิก โดยสร้างความประทับใจในบทบาทของการบริการระหว่างพนักงานสหกรณ์กับสมาชิกและมีความสำนึกเสมือนว่าสหกรณ์เป็นของตนเอง กระทำทุกขั้นตอนที่สมาชิกมาติดต่อกับสหกรณ์เพื่อบริการที่ดีเยี่ยมอันส่งผลย้อนกลับนำความมั่นคงสู่ธุรกิจของสหกรณ์ต่อไป

5. ต้องวิเคราะห์ธุรกิจทุกระยะ เพื่อปรับปรุงการบริการทั้งด้านการให้เงินกู้ร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย รับฝากเงินและธุรกิจใดควรปรับปรุงหรือขยายหรือต้องยกเลิกก่อนวิเคราะห์ควรมี

ข้อมูลที่สมบูรณ์เข้ามาประกอบการพิจารณาแล้วตัดสินใจค้นหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดเพื่อความก้าวหน้าของสหกรณ์

6. ต้องจ่ายอย่างประหยัด มีการควบคุมการใช้จ่ายต่างๆให้เป็นไปตามงบประมาณ และการใช้จ่ายต้องให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในลักษณะสมเหตุผลและประหยัด

แนวความคิดด้านการบริหารสหกรณ์

เจลิมพล ดุลสัมพันธ์ (2538:48) มีแนวความคิดด้านการบริหารสหกรณ์ว่าด้วยเหตุที่สหกรณ์ออมทรัพย์มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศต่อสมาชิกและต่อชุมชน ความยั่งยืนของสหกรณ์ออมทรัพย์จึงเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายต้องคำนึงถึง ท่ามกลางกระแสความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้สถาบันการเงินทั้งหลายประสบความล้มเหลวในการบริการสหกรณ์ออมทรัพย์ซึ่งจัดเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่งก็มีความจำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้ภายใต้กระแสกดดันทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการสำรวจตัวเอง การปรับกลยุทธ์การบริหารเพื่อให้สหกรณ์ออม-ทรัพย์ดำรงอยู่ได้อย่างราบรื่น จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้บริหารสหกรณ์ออมทรัพย์ต้องคำนึงหลักการบริหารสหกรณ์ออมทรัพย์ที่สำคัญได้แก่

1. การวางแผน มีการวางแผนกำหนดแนวทางการบริหารแต่ละด้าน และกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจน
2. การจัดการ มีการปรับโครงสร้างให้เป็นรูปแบบการจัดการแบบสถาบันการเงินโดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตของสหกรณ์ออมทรัพย์ในอนาคต โดยการขยายสาขาเพื่อให้บริการ แก่สมาชิกที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลอย่างทั่วถึงและคำนึงอยู่เสมอว่าสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสมาชิกไม่ใช่หน่วยราชการ จึงไม่ควรยึดติดกับระบบราชการซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการบริหารการเงินแบบธุรกิจที่มีการแข่งขัน
3. ระบบการทำงาน ต้องจัดระบบการบริหารงานให้ชัดเจน กระชับสายการบังคับบัญชา สั้นลงการกำหนดคำพรรณนาหน้าที่การปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ชัดเจน (Job Descriptions & Position Descriptions)
4. บุคลากร คุณภาพของบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรจึงต้องคำนึงถึงความรู้ ความสามารถ ความกระตือรือร้น ซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลัก ต้องคัดเลือกบุคลากรอย่างมีคุณธรรม ไม่ใช่ระบบอุปถัมภ์หรือเส้นสายฝากมา
5. การสื่อสารและการรับรู้ข่าวสาร ผู้บริหารต้องติดตามข่าวสารที่เกิดประโยชน์ต่อการบริหาร มีการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ และเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อ

สหกรณ์ออมทรัพย์ตลอดจนมีการสื่อสารระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์กับสมาชิกอย่างรวดเร็ว นับไวทันต่อเหตุการณ์

6. การให้บริการ ผู้บริหารสหกรณ์ออมทรัพย์จะต้องพยายามสร้างสรรค์บริการทางการเงิน และบริการเสริมใหม่ ๆ เพื่อให้บริการแก่สมาชิกโดยคำนึงว่าการให้บริการนั้นช่วยสร้างอนาคต และคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่เป็นการสร้างภาระหรือสร้างนิสัยฟุ่มเฟือยแก่สมาชิก

7. เทคโนโลยี ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการ การบริหาร และการให้บริการแก่สมาชิก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และเป็นการสร้างสรรค์ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจให้แก่สมาชิก

8. การพัฒนา ต้องพยายามพัฒนาสหกรณ์ออมทรัพย์ในทุกด้าน ทั้งด้านบุคลากร การบริหารจัดการ การให้บริการ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์

9. การติดตามงานต้องติดตามประเมินผลงานการบริหารงานทุกด้านซึ่งตรงบรรลุเป้าหมายของแผนงานที่วางไว้เพียงใด ศึกษาจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และปัญหาอุปสรรคเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อไป

10. การควบคุมภายในและการตรวจสอบ ต้องจัดระบบการควบคุม ตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ และรอบคอบรัดกุม เพื่อให้มีความมั่นใจในความถูกต้องและป้องกันปัญหาทุจริตที่อาจเกิดขึ้น

11. ความเป็นเอกภาพ ต้องผสมผสานสร้างความเป็นเอกภาพ ความกลมเกลียวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทีมงานบริหาร เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการแบ่งพรรคแบ่งพวก อันจะนำมาซึ่งความแตกแยก ความขัดแย้ง ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการบริหารงานสหกรณ์

แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด

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

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ คือ การมุ่งพัฒนาให้มีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ ในที่นี้ได้แก่ การบริการที่ให้แกสมาชิก

2. ราคา (price) หมายถึง การกำหนดราคาให้เหมาะสมที่สุดที่จะผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่แล้วให้ออกไปสู่ที่มีความต้องการ โดยวิธีการส่งเสริมการจำหน่ายที่ดีเหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ดอกเบี้ย อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

3. สถานที่ (place) หมายถึง หน้าที่และชนิดของสถาบันต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบแล้วไปยังตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ท่าเรือที่ตั้ง บรรยากาศภายในสหกรณ์

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

แนวความคิดนี้ส่วนผสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์สถานที่การส่งเสริมการตลาดและราคา ซึ่งสหกรณ์เป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องมีส่วนผสมทางการตลาดครบถ้วน โดยกระตุ้นให้มีการสมัครเข้าเป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้นและยังคงรักษาสมาชิกเดิมให้คงอยู่ต่อไป

สหกรณ์เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จะตอบสนองความต้องการของสมาชิก และเป็นการขายบริการโดยไม่มีสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องโดยเฉพาะบริการฝากเงินและ กู้เงิน มีหลายประเภท และมีอัตราดอกเบี้ยแตกต่างกัน มีระดับราคาที่ย่อยต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน จัดไว้ให้บริการเพื่อให้เกิดความพอใจและได้รับผลประโยชน์ทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ลักษณะที่สำคัญของธุรกิจบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดมี 4 ประการ ดังนี้

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

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

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

ก. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี

ข. ต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้าโดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลของลูกค้า และการเปรียบเทียบ จะทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perish ability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะของบริการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการเพื่อดึงดูดความสนใจทั้ง 7 องค์ประกอบ ทั้ง ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ขั้นตอนการให้บริการ ภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของ ดังนี้

สิ่งสำคัญในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม ธุรกิจต้องมีสิ่งที่จะนำเสนอต่อลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญซึ่งรู้จักกันดี เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps สำหรับส่วนประสมการตลาด 4Ps จะทำงานได้ดีกับสินค้า แต่ธุรกิจบริการต้องให้ความสนใจกับปัจจัยตัวอื่นเพิ่ม ฉัตรพร เสมอใจ (2547: 51-55) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการจะประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์บริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์หลักหรือคุณประโยชน์หลัก เป็นบริการหลักของการให้บริการ จะเป็นสิ่งพื้นฐานที่ลูกค้าต้องได้รับจากบริการนั้น ๆ ลูกค้าจะไม่มี ความคาดหวังจากคุณประโยชน์หลัก ซึ่งธุรกิจบริการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติหลักของบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานที่มีต่อผลิตภัณฑ์

การขยายส่วนเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์บริการ เป็นการเชื่อมต่อจากการให้บริการหลักโดยนำเสนอบริการอื่น ๆ เข้าไปด้วย เพื่อเพิ่มประโยชน์แก่บริการหลักได้มากขึ้น และสิ่งที่เพิ่มการสนใจที่บริการหลัก ต้องพิจารณาจากความจำเป็นว่าต้องมีบริการเสริมหรือไม่ หรือเพียงแค่เพิ่มสิ่งจูงใจเพื่อที่จะเพิ่มประโยชน์ให้กับบริการหลักมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์เสริมหรือคุณประโยชน์ส่วนเสริม เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าได้มากขึ้น โดยธุรกิจจะต้องพัฒนาคุณสมบัติส่วนเสริมหรือบริการส่วนเสริมที่ช่วยขยายคุณประโยชน์หลักของบริการ ซึ่งสามารถแบ่งออกมาเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มแรก บริการส่วนเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวก เป็นบริการส่วนเพิ่มที่ช่วยให้การใช้บริการหลักให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น หรือมีส่วนจำเป็นในการนำส่งบริการ

กลุ่มที่สอง บริการส่วนเสริมที่ช่วยขยายศักยภาพของบริการหลัก เป็นบริการส่วนเสริมที่อาจช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ลูกค้า อันเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า

สรุปได้ว่าบริการส่วนเสริมสามารถแบ่งออกเป็น 8 ประเภท โดยประกอบด้วย บริการส่วนเสริมที่ช่วยอำนวยความสะดวก 4 ประเภท คือ การให้ข้อมูล การรับคำสั่งซื้อ การออกใบเสร็จ และการรับชำระค่าบริการ ส่วนบริการส่วนเสริมที่ช่วยขยายศักยภาพของการบริการ 4 ประเภท คือ การให้คำปรึกษา ความสะดวกสบาย การคุ้มกัน และการยกเว้น

ข้อมูล (Information) ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทุกคนต้องการข้อมูลในการสร้างคุณค่าสูงสุดจากการรับบริการสำหรับตนเอง โดยเฉพาะลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่ไม่เคยมีข้อมูลและไม่เคยใช้บริการมาก่อนจะมีความต้องการข้อมูลมากเป็นพิเศษ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

การรับคำสั่งซื้อ (Order Taking) การจัดเตรียมกระบวนการด้านการสั่งซื้อ การจอง และการจัดเข้ารับบริการ กระบวนการทั้งหมดต้องอยู่บนพื้นฐานของความสุภาพ รวดเร็ว และแม่นยำ เพื่อที่จะไม่ต้องให้ลูกค้าเสียเวลา เสียความรู้สึก หรือใช้ความพยายามมากเกินไปการออกเอกสาร (Billing) การออกบิลเกี่ยวข้องกับธุรกิจทุกประเภท และสิ่งที่จะสร้างความไม่พึงพอใจแก่ลูกค้าได้ มักจะเกิดจากความไม่แม่นยำ ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือไม่สมบูรณ์ของการออกบิลนั้น ๆ และไม่ว่าจะออกบิลด้วยรูปแบบใด สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความถูกต้อง และรวดเร็ว

การชำระเงิน (Payment) กระบวนการในการรับชำระเงินจากลูกค้าควรสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ

การให้คำปรึกษา (Consultation) การให้คำปรึกษาช่วยขยายศักยภาพของการบริการให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และสร้างความพึงพอใจ บางครั้งลูกค้าก็ต้องการความคิดเห็นเพื่อยืนยันความต้องการแนะนำเพื่อช่วยในการตัดสินใจ หรือคำแนะนำในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องเหมาะสม

การให้ความสะดวกสบาย (Hospitality) การให้ความสะดวกสบายเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกสบายและให้เกิดความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งธุรกิจที่ต้องเผชิญหน้าแบบตัวต่อตัวกับลูกค้าควรจะต้องมี โดยแต่ละธุรกิจบริการอาจใช้รูปแบบการสร้างความสะดวกสบายและสร้างความรู้สึกดีให้แก่ลูกค้าที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม

การคุ้มกัน (Safekeeping) ในขณะที่อยู่ในกระบวนการและอยู่ในสถานที่ให้บริการลูกค้า มักจะต้องการบริการที่ช่วยให้ลูกค้ารู้สึกวางใจและรู้สึกสะดวกสบาย ทำให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะเข้ามาใช้บริการง่ายขึ้น ไม่ต้องกังวลในสิ่งที่ลูกค้านำมาด้วย เช่น การดูแลสิ่งที่ลูกค้านำมาด้วย, การดูแลสินค้าที่ลูกค้าซื้อหรือเช่า

การยกเว้นเป็นกรณีพิเศษ (Exceptions) งานที่นอกเหนือจากการบริการปกติที่ส่งมอบให้ลูกค้า อาจต้องมีการปรับกระบวนการให้มีความยืดหยุ่น สำหรับลูกค้าบางรายตลอดจนพนักงานต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือและต้องมีการเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการให้ข้อยกเว้นต่าง ๆ อาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น คำขอพิเศษ, การรับมือกับคำแนะนำและคำบ่นคำหยา, การแก้ปัญหา, การชดเชย

2. ราคา (Pricing) การกำหนดราคาบริการ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

การกำหนดราคาเดียว เป็นลักษณะการตั้งราคาบริการเพียงอย่างเดียวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ ราคาเดียวสำหรับลูกค้าทุกกลุ่ม และราคาเดียวสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะสถานการณ์เดียวกัน

การกำหนดหลายราคา เป็นการตั้งราคาค่าบริการที่มีความแตกต่างกันแม้จะอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขัน ต้นทุนผันแปร อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ หรือความสามารถในการจ่ายได้ของลูกค้าและความต้องการของตลาด

การกำหนดส่วนลด เป็นการให้ส่วนลดจากราคามาตรฐาน เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อง่ายขึ้นหรือมากขึ้น หรือเป็นการให้รางวัลแก่ลูกค้าที่ดีของธุรกิจ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่ง ธุรกิจจะใช้นโยบายให้ส่วนลดต้องมีหน่วยบริการและราคามาตรฐานและจะให้ส่วนลดด้วยส่วนลดปริมาณหรือส่วนลดเงินสด

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place) ประกอบด้วย

ทำเลที่ตั้ง การบริการมักเป็นการติดต่อโดยตรงระหว่างผู้ขายหรือผู้ให้บริการกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ ทำเลที่ตั้งมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการ โดยพิจารณาถึงแหล่งชุมชน การเดินทาง และการอำนวยความสะดวก จะเห็นได้จากร้านค้าต่าง ๆ ที่พยายามหาทำเลที่ตั้งใกล้ถนน การเดินทางสะดวก และอยู่ในย่านชุมชนมีพื้นที่เพียงพอในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และในด้านสถานที่จอดรถ เนื่องจากคนมีรถมากขึ้น และส่วนใหญ่เป็นรถส่วนตัวในการเดินทาง

การจัดการเวลาการบริการขึ้นอยู่กับธรรมชาติของการบริการแต่ละประเภทและพฤติกรรมของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงจึงส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย ระยะเวลาในการให้บริการของธุรกิจบริการบางประเภทจึงต้องปรับตัวตามไปด้วย การที่ธุรกิจสามารถให้บริการได้ตลอดจึงสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าอย่างมาก

การส่งมอบบริการแก่ลูกค้า เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง อยู่ในกระบวนการด้วยมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้า และบริการบางประเภทลูกค้าต้องเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการแทบจะตลอดเวลา

กลยุทธ์ในการทำธุรกิจไม่ได้มีเพียงการ โจมตีเพียงอย่างเดียว หลายครั้งธุรกิจก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี ธุรกิจอาจใช้การร่วมมือกับธุรกิจพันธมิตรอื่นในการพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ทางธุรกิจได้ โดยเฉพาะในการขยายช่องทางได้หลายรูปแบบ ทั้งการหาตัวแทน (Agent) การขยายสาขา (Branch) หรือการขายแฟรนไชส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กร เพื่อเพิ่มความต้องการซื้อ และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง

การติดต่อสื่อสารโดยใช้บุคคล (Personal Selling) การติดต่อสื่อสาร โดยใช้บุคคลเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งการใช้ส่วนประสมทางการตลาดมักจะมุ่งเน้นที่การขาย โดยใช้พนักงานขาย ซึ่งหลายครั้งยากที่จะแยกการใช้พนักงานออกจากผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ เราสามารถใช้การติดต่อสื่อสารโดยใช้บุคคลได้หลายวิธี เช่น การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางโทรศัพท์

การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบการใช้จ่ายในการให้ข้อมูลและเสนอขายผลิตภัณฑ์โดยไม่ใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ สามารถระบุผู้อุปถัมภ์ และผู้อุปถัมภ์ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อโฆษณา ซึ่งเป็นสื่อที่มักถูกเลือกใช้เป็นอันดับต้นๆ ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ป้าย เป็นต้น

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีจุดมุ่งหมายในการเพิ่มความพยายามในการขายของพนักงานขาย ผู้จำหน่าย และผู้ค้าปลีก ให้ขายผลิตภัณฑ์หนึ่ง และเพื่อให้ลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ตรานั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขายส่งเสริมให้เกิดการตลาด ส่งเสริมให้เกิดการใช้ นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ปรับความต้องการซื้อและสร้างความตระหนัก

- การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)
- การให้ข่าว การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า/บริการแบบไม่ใช้บุคคล
- การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์กร เพื่อชักจูงกลุ่ม

สาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

5. ขั้นตอนการให้บริการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นขั้นตอนการให้บริการจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติเพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสนทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกัน และงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ

6. บุคลากร (People) การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคนทั้งคู่ให้ผู้รับบริการคนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ องค์กรต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญตั้งแต่ การสรรหา รับ ฝึกอบรม และการกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

7. ภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขององค์กร (Physical Evidence) เป็นองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ เช่น อาคารสำนักงาน การตกแต่ง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ สัญลักษณ์ของบริษัท สิ่งพิมพ์ที่บริษัทจัดทำหรือเลือกใช้ และสิ่งที่มองเห็นได้ต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของบริษัท ถึงบางครั้งสิ่งที่มีตัวตนบางอย่างอาจไม่มีส่วนช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากนัก แต่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และเป็นการสะท้อนถึงรสนิยมของลูกค้าไปด้วย ซึ่งจะเป็น

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

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

งานที่สำคัญของธุรกิจบริการคือ ความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งในด้านนวัตกรรมบริการพื้นฐานและบริการเสริมคุณภาพการให้บริการ มีการรักษาระดับการให้บริการเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเกณฑ์ที่ลูกค้าพิจารณาคุณภาพให้บริการ ได้แก่

- การเข้าถึงลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่และทำเล
- การติดต่อสื่อสาร การอธิบายถูกต้อง ภาษาเข้าใจง่าย
- ความสามารถ
- ความมีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเอง
- ความน่าเชื่อถือ
- ความไว้วางใจ บริการที่สม่ำเสมอ ถูกต้อง
- การตอบสนองลูกค้า มีความรวดเร็ว
- ความปลอดภัย
- การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก
- การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

แนวความคิดด้านการบริการ

สุมนา อยู่โพธิ์ (2540:8-9) ได้ให้ความหมายของคำว่า บริการว่า หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า การบริการที่มีคุณภาพ (Quality Service) คือ บริการที่มีลักษณะจำเพาะทางคุณภาพที่สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ารับบริการไปแล้ว

1. ลักษณะจำเพาะทางคุณภาพของการบริการ หมายถึง

1. ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ประเมินหรือตัดสินว่า การบริการนั้นมีคุณภาพหรือไม่
2. ตัวชี้วัดที่องค์กรบริการใช้ในการสื่อสารกันภายในระหว่างกัน
3. เกณฑ์ที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารงานบริการ การจัดสรรทรัพยากร และในการวัดคุณภาพการดำเนินการ
4. ผู้ปฏิบัติงานใช้ในการบริหารงานบริการ การจัดสรรทรัพยากร และในการวัดคุณภาพการดำเนินการ

2. คุณภาพของบริการ ได้แก่

1. อาคารสถานที่ มีความโอ่โถง สะดวก สะอาด ปลอดภัย เป็นสัดส่วนน่ารื่นรมย์ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาติดต่อ
2. อุปกรณ์เครื่องใช้มีสภาพดีเหมาะสมต่อการใช้งาน มีความทันสมัยทันต่อเทคโนโลยี ความรวดเร็ว แม่นยำ ความน่าเชื่อถือ
3. บุคลากร มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญ มีมารยาทดี การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเหมาะสม
4. ขั้นตอนการใช้บริการ มีความรวดเร็ว สะดวก สมเหตุสมผล ถูกต้องแม่นยำ
5. การจัดการ / อำนาจการ มีระบบการบริหารจัดการที่ดี

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing strategies for service firms)

บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการลูกค้าซึ่งลักษณะบริการที่สำคัญ แบ่งได้ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคลเครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา ดังนั้นกลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ไขปัญหาข้อจำกัดเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการให้รวดเร็วเพื่อจะให้บริการได้มากขึ้นหรือจัดลูกค้าในรูปของกลุ่มแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาช่วย

3. ความไม่แน่นอน ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไร ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้สึกถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้ซื้อก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้าซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (product)
2. ราคา (price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (promotion)

5. บุคคล (people) หรือพนักงาน (employees) ซึ่งอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรมการจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ(physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม

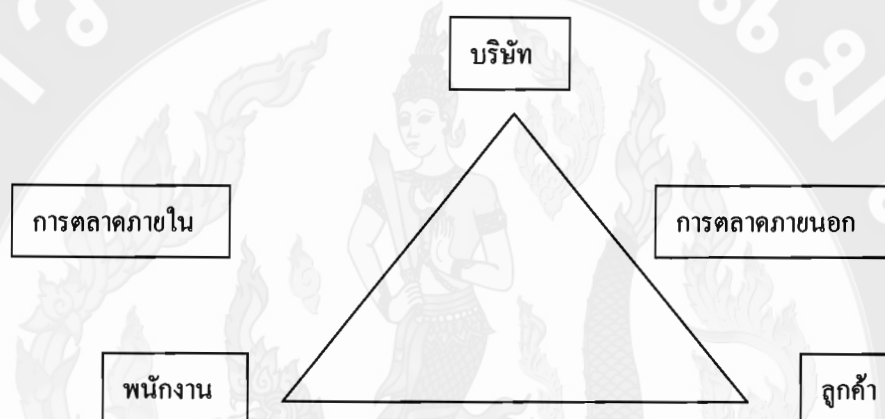
7. มีกระบวนการ (process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้เฉพาะการตลาดภายนอกหรือกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดนั้นไม่เพียงพอ จะต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วยและต้องอาศัยการตลาดภายนอก โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดภายนอก เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หมายถึงการสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้ายอมรับหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ ความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการโดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพด้านเทคนิค คุณภาพด้านหน้าที่ คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ คุณภาพด้านประสบการณ์ คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง



ภาพ 2 รูปแบบของการตลาด 3 แบบในอุตสาหกรรมการให้บริการ
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2534)

ดังนั้น งานสำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการ คือความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นคุณภาพ การให้บริการประสิทธิภาพของการให้บริการ

1. การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน งานการตลาดของผู้ขาย จะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการ เป็นการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยทั่วไปลูกค้าใช้เกณฑ์พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการดังนี้

1.1 บริการที่นำเสนอ โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ประกอบด้วย การให้บริการพื้นฐานและลักษณะการให้บริการเสริมเพิ่มเติมจากบริการพื้นฐานและลักษณะการให้บริการเสริมเพิ่มเติมจากบริการพื้นฐานโดยทั่วไป

1.2 การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งโดยการตอบสนองความคาดหวัง ในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

1.3 ภาพลักษณ์โดยอาศัยสัญลักษณ์ คราสินค้าโดยอาศัยเครื่องมือในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรมเป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของกลุ่มแข่งขัน รวมทั้งการสร้างแตกต่างในด้านภาพพจน์จากสัญลักษณ์และตราสินค้า

2. คุณภาพการให้บริการจะมีลักษณะดังนี้

- 2.1 การเข้าถึงลูกค้า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาสถานที่แก่ลูกค้า
- 2.2 การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
- 2.3 ความสามารถบุคลากรต้องมีความชำนาญและความรู้ความสามารถในงาน
- 2.4 ความมีน้ำใจบุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์มีความเป็นกันเองมี
- 2.5 ความน่าเชื่อถือ บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยนำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
- 2.6 ความไว้วางใจบริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
- 2.7 การตอบสนองลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ไขปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
- 2.8 ความปลอดภัยบริการที่ให้อาจปราศจากอันตรายความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ
- 2.9 การสร้างบริการเป็นที่รู้จักลูกค้า พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. การบริหารประสิทธิภาพในการให้บริการ สามารถทำได้ 6 วิธี

- 3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้นโดยการจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม
- 3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการโดยขอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง
- 3.3 เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ
- 3.4 การให้บริการที่ปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ
- 3.5 การออกแบบบริการให้มีบริการหรือสินค้าอื่น ๆ
- 3.6 การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539: 335-342)

ในสมัยปัจจุบันที่เทคโนโลยีก้าวหน้าและระดับการพัฒนามีสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ลูกค้ายุคใหม่ต้องการการตอบสนองที่แปลกใหม่หลากหลาย การพัฒนาได้มีส่วนทำให้ชนิดของ

บริการมีความแปลกใหม่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันที่ขนาดของการแข่งขันของการบริการก็มีมากขึ้นตามไปด้วย ในการให้บริการนอกจากความพร้อมด้านอาคารสถานที่ที่จัดเตรียมเพื่อให้บริการลูกค้าแล้ว ปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่มีความสำคัญในการให้บริการดังนี้ ธงชัย สันติวงษ์ (2542:85-88) ได้เสนอแนะไว้ดังนี้ คือ

1. กำลังคน ซึ่งมีความสำคัญในด้านค่าจ้างเงินเดือนที่สูงกับประสิทธิภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างดีและถูกต้องคุณค่าจากบริการนั้นครบถ้วน

2. เครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้ช่วยทำบริการคู่กับคน ภายใต้กระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนี้เอง ธุรกิจต้องเสียหายน่ามาก เนื่องจากไม่อาจพัฒนาระบบการให้บริการให้สำเร็จและนำมาใช้ให้บริการลูกค้าไม่ทันตามกำหนดเกิดความล่าช้าและไม่คุ้มกับการลงทุน

3. ปัญหาด้านการบริหารจัดการ มีสาเหตุมาจากการไม่มีประสิทธิภาพในการบริหาร โดยเฉพาะเงินเดือนและค่าใช้จ่ายของผู้บริหารในสำนักงานใหญ่ที่สูงมาก โดยแลกกับผลงานที่ไม่เกี่ยวกับการทำบริการลูกค้าแต่อย่างใด ปัญหาด้านการปรับตัวไม่ทัน การจัดระบบบริการไม่สำเร็จ การต้องเผชิญกับสภาวะรายได้ตกจากคู่แข่งไม่ได้กับการถูกแย่งลูกค้าไป

ซึ่งทางออกที่จะสามารถต่อสู้ในยุคที่ลูกค้ามีสิทธิเลือกพร้อมด้วยบริการจากคู่แข่งรายใหม่ที่น่ามาเปรียบเทียบกับได้นั้น ต้องสร้างประสิทธิภาพให้สูงขึ้นควบคู่กับการลดต้นทุนภายในให้ต่ำลง โดยยังคงคุณค่าการบริการให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วนเพื่อให้สอดคล้อง กับข้อจำกัดใหม่ที่เกิดขึ้นแตกต่าง ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีและพนักงานที่ทำบริการให้กับลูกค้าโดยตรง

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ

จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่น หมายความว่าขอมตาม แปลว่า “ควร” เช่นพึงไป ว่าควรไป พึงใจหมายความว่าพอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ” หมายความว่าเท่าที่ต้องการ ควรแก่ความต้องการ ควรแก่ความต้องการ เต็มตามต้องการ เหมาะถูก ชอบ เช่นพอใจ เมื่อนำมาประสมกัน “พึงพอใจ” ก็หมายถึงความชอบใจ ถูกใจ สมใจ เหมาะสมตามที่ต้องการ

Kate Elihu and Brenda Danet (1973:60 อ้างใน รัชนิ เรื่องสุวรรณ, 2546:41) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนจากการให้บริการของรัฐบาลพบว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน เป็นหลักการที่ต้องการให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในวงจำกัดเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. การให้บริการที่เป็นลักษณะทางการ โดยไม่ยึดถือหลักของความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ให้บริการประชาชนอย่างเท่าเทียมกันตามกฎหมายเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. การวางตัวเป็นกลาง เป็นการให้บริการแก่ประชาชนโดยไม่นำเรื่องราวของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่มาเกี่ยวข้อง

Millet (1954:54 อ้างใน สุรศักดิ์ ศิลลาอาศน์, 2545:15) ได้ให้ทัศนะว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการของหน่วยงานรัฐนั้น พิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นจะได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันในแง่กฎหมายไม่มีการแบ่งแยก ได้รับปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้ฐานเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งสร้างความไม่พอใจแก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่อย่างเหมาะสม มิลเลท เห็นว่า ความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาไม่มีความหมายถ้ามีการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่สร้างความไม่ยุติธรรมแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการต่อเนื่อง หมายถึงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช้ความพึงพอใจว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือสามารถทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Good (1973:320 อ้างถึงใน วิทวัส วรินทร์เวช, 2545:16) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลจากความต้องการ ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติของบุคคลที่มีต่อกิจกรรม

ปัจจัยเบื้องต้นที่ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คือ โอกาสของความก้าวหน้าเงิน ความท้าทายของงาน การมีส่วนร่วมในการวางแผนปฏิบัติงาน การยกย่องและสถานภาพ ความรับผิดชอบและอำนาจ ความมั่นคงในอาชีพความเป็นอิสระในการทำงานโอกาสของความเจริญเติบโตส่วนบุคคลสภาพแวดล้อมของการทำงานที่ดี(สมยศ นาวิการ, 2525:434-6-69)

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ

5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจต่าง ๆ ของงาน และได้รับการตอบสนองความต้องการ (กิตติมา ปรีดีคลก, 2524:321-322)

ความพึงพอใจการปฏิบัติงานเกิดขึ้นเมื่อนักพลได้รับการสนองตอบต่อความต้องการทางด้านจิตวิทยา สรีระวิทยา และสิ่งแวดล้อม อันจะก่อให้เกิดความสุข ความสบายใจและกายแก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (เทวี บุญจับ, 2540:10)

ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกในทางที่ดีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง ทั้งทางด้านวัตถุประสงค์ทางด้านจิตใจ จึงทำให้ความเครียดของบุคคล ผู้ปฏิบัติงานลดน้อยลง ผลที่ตามมาคือผู้ปฏิบัติงานจะเกิดความรู้สึกตั้งใจหรือเต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ แม้ว่าจะมีอุปสรรคมากมายสักเพียงใดก็ตาม (สุทนต์ มุสิกะทัน, 2541:11)

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจนั้น ต้องให้ความสนใจในเรื่องของความ ต้องการ ซึ่งเกี่ยวข้องและมีผลต่อความพึงพอใจของบุคคล ดังนี้

ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow)

มาสโลว์ ได้แบ่งระดับความต้องการของมนุษย์โดยทั่วไปไว้ 5 ระดับ ทั้งนี้มาสโลว์มีความเชื่อว่า “มนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการในการแสวงหาสิ่งแปลกๆใหม่ๆ และความต้องการนี้จะพัฒนาขึ้นตามลำดับต่อไปนี้เรื่อยๆ แม้ว่าตนเองหรือบุคคลอื่นจะรู้ตัวมองเห็นหรือไม่ก็ตาม”

“ชีวิตของบุคคลจะมีความต้องการลำดับขั้น โดยจะมีความต้องการขั้นพื้นฐานเป็นลำดับแรกต่อเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานแล้วจะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป ตามลำดับโดยไม่ข้ามขั้น” โดยลำดับขั้นของความต้องการ มีดังนี้ (มุกดา ศรียงค์ และคณะ, 2539:229-237)

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย

เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อสนองตอบความอยู่รอดของคนเราเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ อันเป็นความต้องการทางสรีระได้แก่ ต้องการ น้ำ อาหาร อากาศ และอุณหภูมิที่เหมาะสมกับร่างกาย เป็นต้น จึงจูงใจให้คนเราเหมาะสมแสวงหาอาหารทั้งในแนวทางที่เหมาะสมและในทางมิชอบ

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง

เป็นความต้องการเพื่อให้ตนอยู่รอดอีกระดับหนึ่ง คือ การให้ตนเองมีความปลอดภัยจากอันตราย และโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ความต้องการระดับนี้จึงจูงใจให้คนเราหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดและอันตราย และโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ความต้องการระดับนี้จึงจูงใจให้คนเราหลีกเลี่ยงความ

เจ็บปวดและอันตรายแสงหารแหล่งที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย แสงหางานที่มั่นคง หาวีธีป้องกันตนเองให้ปราศจากโรคและอันตรายต่าง ๆ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ

ความต้องการที่จะมีความผูกพันกับบุคคลอื่น ทั้งในฐานะเป็นเจ้าของผู้อื่น และได้รับการจากผู้อื่น เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการรวบรวมกลุ่ม จึงต้องการมีส่วนร่วมในกลุ่มและต้องการสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ทำให้หุ้ใจให้คนเราสร้างครอบครัวเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม ชุมรมและสโมสรต่างๆ

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น

ความต้องการขั้นนี้ เป็นความปรารถนา ของบุคคลที่ต้องการให้บุคคลอื่นๆ ยกย่องชมเชย และให้เกียรติยอมรับในคุณค่าของเราจึงหุ้ใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมต่างๆ อาทิเช่น การทำกิจกรรมเพื่อสังคม อาสาสมัคร หรือเพียรพยายามฟันฝ่าอุปสรรคเพื่อให้ได้รับยกย่อง หรือแม้แต่บางคนมีการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย อดมั่งมี เพื่อให้บุคคลนับถือ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 ความต้องการประจักษ์ตน

ลักษณะความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่บุคคลพยายามกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อพิสูจน์ศักยภาพของตนเอง เป็นการสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองโดยที่สิ่งที่ได้รับจะเป็นความพึงพอใจและความภูมิใจที่ได้กระทำในสิ่งต่างๆ ที่เดิมความสามารถ และเหมาะสมกับตนเอง จึงถือว่าการค้นพบตนเองและความสุขที่แท้จริงเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์

จากที่กล่าวมาโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ ทั้งนี้ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ค่านิยม และประสบการณ์ที่ได้รับนอกจากนี้แล้วหน่วยงานที่ให้บริการ แก่ประชาชนยังต้องให้บริการด้วยความเสมอภาค สม่่าเสมอ เป็นกันเอง ทันเวลาและพัฒนาปรับปรุงการให้บริการคุณภาพการให้บริการอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

ทฤษฎี Fritz Heider 1964

หลักการของทฤษฎีนี้มีอยู่ว่าถ้าสมาชิกในสังคมหรือกลุ่มใด ๆ ก็ตามมีความรู้สึกหรือทำที่เป็นไปในทางที่สอดคล้องกันก็จะอยู่ด้วยกันได้ แต่ถ้ามีความรู้สึกแตกต่างจากสังคม หรือกลุ่มก็ต้องเปลี่ยนเจตคติให้สอดคล้องกันเพื่อจะอยู่ด้วยกันต่อไป เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่มและกิจกรรมการดำเนินธุรกิจสภาพเช่นนี้จะสมดุลกันอยู่หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบ ทั้งสามว่าเป็นในทางใด ซึ่งอาจจะเป็นไปในทางบวก (+)

หมายถึงมีความสอดคล้องกัน อันเป็นผลให้เกิดความชอบ ความพอใจ ความพึงพอใจ หรือในทาง
ลบ (-) หมายถึง มีความขัดแย้งไม่สอดคล้องกันเป็นผลให้เกิดความไม่ชอบ ไม่พอใจ ไม่พึงพอใจ

เครื่องหมาย + หมายถึง ชอบ, พอใจ , พึงพอใจ

เครื่องหมาย - หมายถึง ไม่ชอบ, ไม่พอใจ , ไม่พึงพอใจ



ภาพ 3 การแสดงความสอดคล้องทางความคิด

จากภาพ 3 แสดงให้เห็นว่าสมาชิกมีความเห็นสอดคล้องกันกับคณะกรรมการในเรื่องการ
ดำเนินธุรกิจความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสภาพการณ์เป็นเช่นนี้ ทำให้การส่งเสริมการลงตัว
หรือผนึกกำลังความคิด กำลังกาย กำลังทรัพย์ เพื่อร่วมมือกันทำธุรกิจของกลุ่มให้ประสบ
ความสำเร็จสามารถทำให้กลุ่มเกษตรกรกลุ่มนี้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานได้เป็น
อย่างดี ส่วนทฤษฎีความไม่สอดคล้องทางความคิด (Cognitive Dissonance Theory) เข้าของทฤษฎี
คือ Leon Festing หลักทฤษฎีมีว่าเมื่อบุคคลเกิดความขัดแย้งขึ้นเป็น 2 ทาง แต่ละทางไม่ลงรอยกัน
นั่นคือ หน่วยทั้ง 3 ซึ่งได้แก่ สมาชิก คณะกรรมการ และการดำเนินธุรกิจไม่สอดคล้อง สภาพ
สังคมจะอยู่ในลักษณะไม่สมดุล ทำให้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ และเพื่อ
การดำเนินกิจกรรมให้ได้ผล จึงจำเป็นต้องขจัดความขัดแย้งให้หมดไป ไม่ว่าจะขัดแย้งกับบุคคล
หรือวัตถุ หรือสถานการณ์ (man to objective or situation) โดยการปรับความรู้สึกให้เป็นไปใน
ทางบวก (+) ก็จะสามารถเปลี่ยนแปลงเจตคติได้ เช่น สมาชิกไม่ชอบวิธีการดำเนินกิจกรรมธุรกิจ
ของคณะกรรมการยังผลให้เกิดความขัดแย้งในสังคมนั้นอันจะเป็นผลให้เกิดความไม่ชอบ
ไม่พอใจได้



ภาพ 4 การแสดงความไม่สอดคล้องทางความคิด

จากภาพ 4 สมาชิกมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกับคณะกรรมการกลุ่ม จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อคณะกรรมการ (-) มีผลทำให้ความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจของคณะกรรมการด้วย (-) แม้ว่าคณะกรรมการจะพึงพอใจการดำเนินธุรกิจก็ตาม (+) ลักษณะสภาพเช่นนี้ กลุ่มนี้จะขาดเสถียรภาพในการทำงาน กลุ่มเกษตรกรก็ไม่สามารถก้าวหน้าได้ การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มก็เกิดความล้มเหลว ในที่สุด

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือเจตคติของบุคคลที่มีต่องานที่ทำ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจ ส่วนความพึงพอใจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการและสิ่งจูงใจต่าง ๆ ซึ่ง Barnard ในเกล็ดแก้ว รุ่งลือ (2528:16) ได้กล่าวถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องกระตุ้นบุคคลให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานไว้ ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานและสิ่งจูงใจที่เป็นโอกาสของบุคคลซึ่งไม่ใช่วัตถุ เช่น เกียรติภูมิ อำนาจ การใช้สิทธิพิเศษ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำรวมอันก่อให้เกิดความสุขทางกายในการทำงาน ได้แก่ สถานที่ทำงาน เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefactions) หมายถึง สมรรถภาพทางหน่วยงานที่สนองความต้องการของบุคคลในด้านความภูมิใจที่แสดงฝีมือ การได้มีโอกาสช่วยเหลือครอบครัวตนเองและผู้อื่น รวมทั้งการได้แสดงความภักดีต่อหน่วยงาน
4. ความดึงดูดในทางสังคม (Associational Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรภาพกับผู้ร่วมงาน อันจะทำให้เกิดความผูกพันและความพึงพอใจร่วมกับหน่วยงาน และสภาพของการอยู่ร่วมกัน ที่เป็นการพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการทำงาน
5. การปรับสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับวิธีการ และทัศนคติของบุคคล (Adaptation of Conditions to Habitual Method and Attitudes) หมายถึง การปรับปรุงตำแหน่งวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับความสามารถของบุคคลากร
6. โอกาสที่จะส่วนร่วมในการทำงาน (Opportunity of Enlarged Participation) คือ การเปิดโอกาสให้บุคคลรู้สึกมีส่วนร่วมในงาน

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2541:78-79) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลในองค์การมีผลต่อความสำเร็จของงานและองค์การรวมทั้งความสุขของผู้ทำงานด้านองค์การใดก็ตาม หากบุคคลในองค์การไม่มีความพึงพอใจในการทำงานก็จะเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานต่ำ คุณภาพของงานลดลง เมื่อมีการขาดงาน ลาออกจากงาน หรืออาจก่อให้เกิด

ปัญหาอาชญากรรมและปัญหาทางวินัย ได้อีกด้วยแต่ในทางตรงกันข้าม หากองค์การมีบุคคลที่มีความพึงพอใจในการทำงานสูงมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน และภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การ ดังนั้นถ้าหากหน่วยงานใดได้เห็นความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้เกิดขึ้นกับคนในหน่วยงานของตน และมีความเข้าใจในปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานอีกทั้งตระหนักอยู่เสมอว่าความรู้สึกพึงพอใจนั้นสามารถเปลี่ยนได้ตลอดเวลาตามสภาพการณ์หรือตามเวลา

การศึกษาในด้านความพึงพอใจงานเริ่มต้นจากการศึกษาของมาโย (Mayo) และคณะที่เมืองฮอว์ธอร์น (Hawthorne Studies) ในปี ค.ศ.1930 และความพึงพอใจงานก็ได้ปรากฏเป็นวิจัยครั้งแรกจากงานของฮอปพอค (Hop pock) เข้าได้ศึกษาความพึงพอใจงาน โดยรวมปัจจัยต่างๆที่เป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจ เช่น แรงจูงใจ ความสนใจสภาพทางด้านบุคคล เช่น อายุ ประสบการณ์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมในการทำงาน เช่น ลักษณะงาน ผู้บังคับบัญชาเพื่อนร่วมงาน สิ่งเหล่านี้เป็นมูลเหตุให้บุคคลรู้สึกว่าเขามีความพึงพอใจขึ้นในการทำงาน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐนิภา อุทรจักร (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ ด้านสถานที่ ด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ และด้านอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือสถานที่ตั้งของธนาคารควรปรับปรุงสถานที่จอดรถ พนักงานควรมีการพัฒนาคุณภาพ เสริมศักยภาพด้านประสบการณ์ และควรมีการศึกษาหาแนวทางปรับปรุงระบบการบริการของธนาคาร

ชนินทร์ เพชรไทย (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นประเด็นสำคัญต่างๆดังนี้ 1. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ 2.ความพึงพอใจในด้านการบริการหน้าเคาน์เตอร์ 3.ความพึงพอใจในเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน 4.ความพึงพอใจในด้านสถานที่ความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์

ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้ 1.ความคิดเห็นด้านการดำเนินงานของธนาคาร 2. ความคิดเห็นด้านความมั่นคงของธนาคาร

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 เมื่อพิจารณาทางด้านการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ และด้านการบริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านการประชาสัมพันธ์

โชติช่วง ภิรมย์ (2538) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการสินเชื่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่สำนักงานใหญ่และสาขาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และองค์ประกอบแต่ละด้านของความพึงพอใจในการบริการเรียงลำดับจากด้านที่พอใจมากที่สุด ไปถึงด้านที่พื่อน้อยที่สุด ดังนี้คือ การพัฒนาบริการสินเชื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ความเป็นธรรมในบริการสินเชื่อ พฤติกรรมพนักงาน นโยบายสินเชื่อความรวดเร็วฉับไวในการบริการสินเชื่อ และความเพียงพอของสินเชื่อและจำนวนพนักงานผู้ให้บริการสินเชื่อ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างด้านตัวแปรภูมิหลังกับความพึงพอใจในการบริการสินเชื่อ พบว่า สถานที่ให้บริการสินเชื่อ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ วัตถุประสงค์การกู้ และประสบการณ์การกู้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการสินเชื่อคือมีความสัมพันธ์ แต่ภูมิฐานะของลูกค้าและอาชีพของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการบริการสินเชื่อสูงกว่าลูกค้าสินเชื่อที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร และลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการมีความพึงพอใจในการบริการสินเชื่อสูงกว่า ลูกค้าที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

บุญบา จินะราช (2544) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 -60 ปี สมรสแล้ว มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 30,000 บาท และมีการติดต่อใช้บริการ ธ.ก.ส.สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มาแล้วมากกว่า 6 ครั้ง มีเวลาในการใช้บริการ 10-20 นาที ทางด้านความพึงพอใจ

ในการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์พบว่าผู้ใช้ บริการมีความพึงพอใจมากในด้านสถานที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการ การให้บริการ เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน การประชาสัมพันธ์และวัสดุสื่อสารและด้านสัญลักษณ์ ส่วนความพึงพอใจในด้านอัตราของราคาในการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทดสอบ ความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจของการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์ในด้านต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าสถิติ t (test-statistic) พบว่ามีความแตกต่างกันด้านความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจในสถานที่ ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง ส่วนความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อบพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ด้านสัญลักษณ์ ด้านบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านอัตราของราคาในการใช้บริการ เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการพบว่าความพึงพอใจในด้านสถานที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ไมตรี วิไลกิจ (2537) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ ด้านความสะดวกที่ได้รับ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการของลูกค้า ส่วนข้อมูล เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และจำนวนประเภทบัญชีฝากเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ

พูนพิสมัย พรหมภิบาล (2540) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ เครือสมมติเวช จำกัด สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการเรียงลำดับจากด้านที่พึงพอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พึงพอใจน้อยที่สุดดังนี้ คือ ด้านสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันหรือเป็นธรรม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้านการให้บริการสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ปัจจัยภูมิหลังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของสหกรณ์ ได้แก่ เพศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และอายุงานในบริษัท โดยสมาชิกเพศหญิงมีความพึงพอใจในการบริการมากกว่าเพศชาย สมาชิกที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 1 ปี มีความพึงพอใจในการบริการสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป และสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัท น้อยกว่า 5 ปี กับสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัทมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัท 5 ปี 10 ปี

วรวัธน์ ลิธินขจร (2542) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์ ศึกษากรณี สหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด โดยผล การศึกษาสรุปได้ว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการพึงพอใจของสมาชิกต่อ การให้บริการของสหกรณ์ ในภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางซึ่งเรียงลำดับ ความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ความคิดเห็นในด้านข่าวสารข้อมูลที่ได้รับการบริการ ด้านบุคลากร ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านระบบการให้บริการ และด้านผลตอบแทนที่ได้รับ

พิทยา กระจำวงศ์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์ ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ออมทรัพย์ศูนย์การบินทหารบก จำกัด ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้ในภาพรวมพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ในระดับพึง พอใจมาก แบ่งเป็นด้านการรับฝากเงิน ด้านการถอนเงิน และด้านการบริการสินเชื่อ ส่วนสาเหตุ ของความพึงพอใจของสมาชิก สรุปได้ว่าเป็นสาเหตุจากด้านระบบ 3 ประเด็น คือ สะดวกเงื่อนไข เพียงพอทั่วถึงและพัฒนาก้าวหน้า จากด้านกระบวนการ 3 ประเด็น คือ เอาใจใส่หน้าที่เสมอภาค และบุคลากร ท่าที มารยาท

นภาพรณ เปรมจิตต์ (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการ ของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกรมราชทัณฑ์ จำกัด โดยผลการศึกษาสรุปได้ว่าสมาชิกมีความพึง พอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดใ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ รองลงมาคือด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้าน การให้บริการอย่างพอเพียง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกต่อการ ให้บริการของสหกรณ์ ได้แก่ อายุ รายได้ ลักษณะการติดต่อกับสหกรณ์ ความคิดเห็นด้านเจ้าหน้าที่ ผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ประกอบการ และด้านข้อมูลที่ได้รับจากสหกรณ์ ส่วนปัจจัย ที่ไม่มี ความสัมพันธ์ ได้แก่ เพศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก วัตถุประสงค์ในการสมัครเป็นสมาชิก และ ประเภทบริการที่ติดต่อกับสหกรณ์

นุชธาดา ไศภรัชต์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพในการบริหารงานของสหกรณ์ออม ทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด พบว่า ประสิทธิภาพในการบริหารงานเมื่อเปรียบเทียบกับ อัตราส่วนทางการเงินเฉลี่ยของสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วประเทศ สหกรณ์มีสภาพคล่องทางการเงินมี ทรัพย์สินหมุนเวียนพอเพียงในการชำระหนี้ระยะสั้น แต่ไม่ควรก่อหนี้ผูกพันอีก มีความสามารถในการ ใช้สินทรัพย์มีความสามารถในการหาผลตอบแทนจากสินทรัพย์และจากทุนของสหกรณ์ มีความสามารถ ในการหากำไรอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

เรณู มงคลทรง (2546) ศึกษาการวิเคราะห์การบริหารเงินทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์ กรณีศึกษาสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

วิเคราะห์สภาพทั่วไปและความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่มาและทางใช้ไปวิเคราะห์ความแตกต่างและแนวโน้ม ระหว่างต้นทุนของเงินทุนกับผลตอบแทนการใช้เงินกู้ยืม วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินและแนวโน้ม เพื่อทราบถึงสภาพภาพและแนวโน้มการบริการของสหกรณ์ เสนอแนวทางเพื่อพัฒนาการบริหารการเงินให้สหกรณ์

ณัฏฐา พัฒนารพันธ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี พบว่า ผลการบริการทั่วไปของสหกรณ์ ในด้านจำนวนสมาชิก ทุนเรือนหุ้น ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจสินเชื่อ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุนสหกรณ์ รายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไรสุทธิ เพิ่มขึ้น สำหรับประสิทธิภาพการบริการในด้านสภาพคล่องในการใช้ทรัพย์สินความสามารถในการก่อหนี้ ความสามารถในการทำกำไรโดยเปรียบเทียบกับอัตราส่วนมาตรฐานทางการเงินของสหกรณ์ทั่วประเทศ และสหกรณ์ออมทรัพย์ขนาดกลางทั่วประเทศ พบว่าสภาพคล่องความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นต่ำกว่ามาตรฐาน ความสามารถในการก่อหนี้สหกรณ์ยังคงเพิ่มขึ้น ความสามารถในการทำกำไรดีกว่ามาตรฐาน อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์สหกรณ์สูงกว่ามาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนมาตรฐานทางการเงินของสหกรณ์ทั่วประเทศแต่ต่ำกว่า อัตราส่วนมาตรฐานทางการเงินของสหกรณ์ขนาดกลางทั่วประเทศ สำหรับแนวโน้มในการบริการของสหกรณ์ในธุรกิจฝากเงิน และธุรกิจสินเชื่อในอีก 3 ปี จะเพิ่มขึ้นทุกปี สหกรณ์ควรให้ความสำคัญในการระดมเงินทุน เช่น การส่งเสริมให้สมาชิกถือหุ้นมากขึ้น และประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังสมาชิกอย่างต่อเนื่อง

โยธิน ศันสนยุทธ (2548 อ้างใน นิคม พรหมน้อย, 2529:14) กล่าวว่า มาตรการวัดความพึงพอใจจริงๆ นั้นกระทำได้โดยวิธีดังต่อไปนี้

1. ใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีที่นิยมกันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยขอรับรองให้ผู้ที่เราต้องการแสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนด คำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามที่ถามอาจจะถามความพอใจในการบริหาร การควบคุมงาน เงื่อนไขต่างๆในการทำงานและอื่น ๆ
2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีวัดความพอใจทางตรงทางหนึ่ง แต่เป็นวิธีที่ต้องอาศัยกลวิธีและเทคนิคมากมายพอสมควร ไม่เช่นนั้นแล้วอาจไม่ได้ข้อเท็จจริงก็ได้
3. การสังเกต เป็นวิธีที่สามารถทราบถึงความพอใจในงานได้อีกวิธีหนึ่งโดยสังเกตจากพฤติกรรมการพูด กิริยาท่าทางแต่ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และมีระเบียบแบบแผน

ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คนใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC ในการวิเคราะห์

ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีต่อผลการให้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง

ดวงกมล คล่องการเขียน (2549) ศึกษาบทบาทในการให้บริการแก่สมาชิกสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย พึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ของสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย โดยเฉพาะการส่งเสริมและเผยแพร่กิจการสหกรณ์เพื่อจะนำผลในการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงบทบาทในการให้บริการแก่สมาชิกของสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วันทนา นามาน (2550) ได้ศึกษาการวิเคราะห์การบริหารจัดการธุรกิจและอัตราการเจริญเติบโตของสหกรณ์สยามเคนสถาน จำกัด ระหว่างปี พ.ศ.2535-2545 กล่าวว่าสหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขความเดือดร้อนของสมาชิกในด้านที่อยู่อาศัยตลอดจนให้บริการเงินกู้ รับฝากเงิน โดยมีสมาชิกเป็นเจ้าของผู้ควบคุมและผู้ใช้บริการ การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์จะต้องบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของฝ่ายบริหาร และได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกสหกรณ์

สุภาภรณ์ สุกวารี (2549) ศึกษาความคาดหวังของสมาชิกที่มีต่อการบริการสหกรณ์สามล้อมวลชน จำกัด กรุงเทพมหานคร จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า สหกรณ์สามล้อจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของสหกรณ์บริการ ดังนั้นการบริหารจึงถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้สหกรณ์เกิดการพัฒนาลักษณะการบริการเป็นที่พอใจกับสมาชิก สมาชิกจะมาเข้าร่วมทำกิจกรรมกับสหกรณ์เป็นจำนวนมากหากเมื่อใดสหกรณ์เกิดปัญหาในการให้บริการ สมาชิกก็จะไม่มาร่วมทำกิจกรรมและไม่เกิดความศรัทธาในตัวสหกรณ์ ดังนั้นสมาชิกเกิดความคาดหวังว่าถ้าสหกรณ์มีการบริการในสิ่งที่ตนเองต้องการแล้วก็จะเกิดแรงงูใจที่จะมาทำกิจกรรมร่วมกันและเกิดความศรัทธาขึ้นมาทันที ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีของ Maslow และ Vroom ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังเป็นผลจากการคิดกลั่นกรองอย่างมีเหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้ ความคาดหวังนั้นอาจเป็นการคาดการณ์ในอนาคตซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นหรือความเชื่อว่่าที่สิ่งที่ได้คาดหวังนั้น จะนำไปสู่เป้าหมายที่พึงประสงค์ กล่าวโดยสรุปแล้วทฤษฎีความคาดหวังคือแรงงูใจที่เกิดจากบุคคลที่มีความต้องการหลายอย่าง และเชื่อว่าถ้าดำเนินการวิธีนี้แล้วจะได้รับผลตอบแทนเช่นนั้น เมื่อเชื่อแล้วตัดสินใจกระทำให้ส่วนผลที่ได้รับนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจได้ แต่ก็มีแรงงูใจให้ทำตามความเชื่อว่่าจะเป็นอย่างทีคาดหวัง

ภาคสรุป

จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ถือได้ว่าเป็นองค์กรธุรกิจในรูปแบบหนึ่ง แม้ว่าไม่ได้มุ่งผลกำไรเป็นหลัก แต่ก็มีหลักในการดำเนินงานเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจอื่น ๆ มีความต้องการให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโต และขยายธุรกิจเพื่อสมาชิก โดยการรักษาสมาชิกเดิมให้มีความจงรักภักดีต่อสหกรณ์ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดสมาชิกใหม่ ๆ ซึ่งแนวทางหนึ่งก็คือการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด หรือ 7 P's ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรในการบริการ (People) กระบวนการให้บริการ (Process) องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Evidence) ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลจากการศึกษาทั้งทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด และปัญหาและอุปสรรค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยที่จะได้ทราบข้อมูล และเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้บริหารหรือผู้ที่สนใจจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงการให้บริการที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ ดังกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิด



ภาพ 5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

ในการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วข้างต้นมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมุติฐานเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัย ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
ตั้งอยู่ เลขที่ 100 หมู่ที่ 9 ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ 50180

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ที่เป็น
พนักงานและลูกจ้างองค์การสวนพฤกษศาสตร์ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูล โดยการ
สุ่มตัวอย่างจากสมาชิก ซึ่งมีจำนวนสมาชิก 293 คน โดยแบ่งเป็นหน่วยงานต่างๆ จำนวน 4
หน่วยงาน (ตาราง 2) เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมดได้ ดังนั้นจึง
ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ เพื่อใช้เป็นตัวแทนประชากรทั้งหมด (สุวรรณ ชูโชติ,
2541:48)ซึ่งมีขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรทั้งหมด (Population) ที่ทราบจำนวนแน่นอนได้จากรายชื่อสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 293 คน คำนวณหา
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยคิดคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (สุวรรณ ชูโชติ
,2541:90) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
และใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (0.05) หรือที่ยอมให้เกิดขึ้น

N = ขนาดของประชากรทั้งหมด

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่า $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$

$$n = \frac{293}{1+293(0.05)^2}$$

$$n = \frac{293}{1.7325}$$

$$n = 169.11$$

จึงกำหนดให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 170 คน

ขั้นตอนที่ 2 ในแต่ละหน่วยงาน จำนวนสมาชิกสหกรณ์ไม่เท่ากัน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม ต้องคำนวณสัดส่วนที่เหมาะสมแก่ประชากรในแต่ละกลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละส่วนการปฏิบัติงานในส่วนกลาง โดยใช้สูตรดังนี้

(Nagtalon, 1979 อ้างใน นำชัย ทนุผล, 2531:104)

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

n = จำนวนสมาชิกในหน่วยงาน

n_i = จำนวนตัวอย่างในหน่วยงาน

N_i = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด (170 ตัวอย่าง)

N = จำนวนประชากร (293 คน)

ตัวอย่าง แทนค่า องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จังหวัดเชียงใหม่

$$\begin{aligned} n_i &= \frac{259 \times 170}{293} \\ &= 150.27 \text{ หรือเท่ากับ } 150 \text{ คน} \end{aligned}$$

ตาราง 2 การแบ่งกลุ่มอย่างตามหน่วยงานและจำนวนตัวอย่างในแต่ละหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน	สมาชิกทั้งหมด (ราย)	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จังหวัดเชียงใหม่	259	150
ศูนย์รวมพรรณไม้บ้านร่มเกล้าในพระราชดำริ จังหวัดพิษณุโลก	19	11
ศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น	6	4
ศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออก จังหวัดระยอง	9	5
รวม	293	170

หมายเหตุ ศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น และศูนย์รวมพรรณไม้ภาคตะวันออก จังหวัดระยอง มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่าสิบคน เนื่องจากสมาชิกยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินการของสหกรณ์ จึงส่งผลให้บุคคลากรทั้งสองแห่งมีการเข้ามาเป็นสมาชิกน้อยมาก

ขั้นตอนที่ 3 จากแต่ละหน่วยงาน ตามจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้ในขั้นตอนที่ 2 จนครบ 170 ตัวอย่าง เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนแล้วทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย simple random sampling โดยวิธีการจับสลากรายชื่อแต่ละกลุ่ม เพื่อหาผู้ให้ข้อมูลในการกรอกแบบสอบถามโดยการติดต่อประสานงานกับแต่ละหน่วยงาน เนื่องจากองค์การสวนพฤกษศาสตร์ มีหน่วยงานที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดระยอง ในหน่วยงานที่จังหวัดเชียงใหม่ผู้ทำการวิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเองตามสำนักงาน และพื้นที่ในสวนขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ ส่วนจังหวัดพิษณุโลก จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดระยองนั้นทางหน่วยงานจังหวัดเชียงใหม่จะมีคณะกรรมการการเดินทางไปตรวจงาน 3 จังหวัดทุก ๆ สัปดาห์ผู้ทำการวิจัยจึงเดินทางไปพร้อมกับคณะกรรมการตรวจงาน เพื่อทำการเข้าไปเก็บข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ของสมาชิก (บาท/เดือน) มูลค่าของหุ้นที่ถือ (บาท) ปริมาณเงินฝาก (บาท) ปริมาณเงินกู้ยืม (บาท) ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

การทดสอบแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาดังนี้

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยจะนำไปให้คณะกรรมการที่ปรึกษาตรวจสอบพิจารณา แนะนำ และปรับปรุงแก้ไข

2. ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (reliability) ผู้วิจัยจะได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษาไปทดสอบกับสมาชิกสหกรณ์ ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขวิเคราะห์ เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้ของความสอดคล้องภายในของเนื้อหาโดยการนำผลการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์ α (α -Coefficient) ของ ครอนบาช (Cronbach) (ประคอง วรรณสูตร, 2531) มีสูตรดังนี้

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

โดย α = ความเชื่อมั่น
 n = จำนวนคำถามในแบบสอบถาม
 s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s^2x = ความแปรปรวนของคะแนนผู้ถูกทดสอบทั้งหมด

โดยแทนค่าในสูตรข้างต้นแล้ว จะได้ค่าสัมประสิทธิ์ α (α - Coefficient) ออกมามีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปเป็นเครื่องมือในการวัด หากข้อความหรือคำถามใดมีค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.70 จะต้องนำไปแก้ไขปรับปรุงใหม่แล้วนำมาทดสอบอีกครั้ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มาจาก 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยส่งให้กลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัยจากเอกสาร ตำรา รายงานการวิจัย หนังสือเว็บ บทความ และข้อมูลจากสื่อทุกประเภท

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) และโปรแกรมสำเร็จรูป (Microsoft Window Excel) โดยจะดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive method) เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ ประมวลผล และจัดระเบียบข้อมูลใหม่ให้สามารถลำดับเป็นขั้นตอนที่เข้าใจง่ายได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดโดยใช้สูตรการคำนวณค่าน้ำหนักเฉลี่ย (weight mean score : WMS) (ศิริพร ริพล, 2549) อัตราส่วนประเมินค่า (rating scale) ของ Likert แบ่งตามระดับความพึงพอใจของสมาชิกโดยกำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ ระดับค่าคะแนนจากมากไปหาน้อยคือ

ระดับความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับ

คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตามลำดับ แล้วนำคะแนนมาคำนวณหาค่าน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย(weight mean score : WMS)ของระดับความพึงพอใจตามแบบ ของ Likert (Thanupon,1986:44) ดังนี้

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

WMS = น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ/ความคิดเห็นของสมาชิก

f_1 = จำนวนของผู้เลือกตอบที่แสดงความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

f_2 = จำนวนของผู้เลือกตอบที่แสดงความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับมาก

f_3 = จำนวนของผู้เลือกตอบที่แสดงความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับปานกลาง

f_4 = จำนวนของผู้เลือกตอบที่แสดงความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับน้อย

f_5 = จำนวนของผู้เลือกตอบที่แสดงความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

TNR = จำนวนผู้ตอบข้อมูลทั้งหมด

การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยซึ่งใช้เกณฑ์มาตรฐาน เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่คำนวณได้ตามขั้นตอนที่ระบุไว้โดย (ศิริพร ริพล,2549) ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย

ความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย

2.34-3.00

มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับมาก

1.67-2.33

มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับปานกลาง

1.00-1.66

มีความพึงพอใจ/ความคิดเห็นในระดับน้อย

2.2 ไคสแควร์ (X^2 - test) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ซึ่งการวิเคราะห์คำนวณได้จากสูตร (ศิริชัย พงษ์วิชัย,2543:257)

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

X^2 = ค่าไคสแควร์ที่ต้องการคำนวณ

O_{ij} = ความถี่ค่าสังเกตในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

E_{ij} = ความถี่ของค่าคาดหวังในแถวอนที่ 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 จะใช้เมื่อข้อมูลที่น่ามาทดสอบมีจำนวนน้อย โดยปรับแก้สูตรของไคสแควร์เป็นดังนี้ (ศิริพร วิพล, 2549)

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

X^2 = ค่าไคสแควร์ที่ต้องการคำนวณ

O_{ij} = ความถี่ค่าสังเกตในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

E_{ij} = ความถี่ของค่าคาดหวังในแถวอนที่ i และแถวตั้งที่ j

r = จำนวนแถวอน $i = 1, 2, \dots, r$

c = จำนวนแถวตั้ง $j = 1, 2, \dots, c$

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ซึ่งการนำเสนอผลการวิจัยได้แยกออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรค ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ในการศึกษานี้ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 170 คน โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง

170 คน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	90	52.90
หญิง	80	47.10
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	4.7
20-30 ปี	49	28.8
31-40 ปี	45	26.5

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
41-50 ปี	52	30.6
51-60 ปี	15	8.8
สถานภาพครอบครัว		
โสด	58	34.1
สมรส	105	61.8
หย่าร้าง	6	3.5
อื่น ๆ ระบุ	1	0.6
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	52	30.6
มัธยมศึกษาตอนต้น	28	16.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	11	6.5
อนุปริญญา/ปวส./ปวท.	27	15.9
ปริญญาตรี	28	16.5
สูงกว่าปริญญาตรี	24	14.1
รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	44	25.9
5,000-6,500 บาท	45	26.5
6,501-8,000 บาท	8	4.7
8,001-9,500 บาท	25	14.7
9,501-11,000 บาท	26	15.3
มากกว่า 11,000 บาทขึ้นไป	22	12.9
มูลค่าหุ้นที่ถือครอง		
น้อยกว่า 500 บาท	61	35.9
501-1,000 บาท	66	38.8
1,001-1,500 บาท	30	17.6
1,501-2,000 บาท	9	5.3
2,001-2,500 บาท	3	1.8
มากกว่า 2,501 บาท	1	0.6

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณเงินที่ถูกเกณฑ์		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	60	35.3
5,001-10,000 บาท	45	26.5
10,001-15,000 บาท	4	2.4
15,001-20,000 บาท	7	4.1
20,001-25,000 บาท	3	1.8
มากกว่า 25,001 บาท	4	2.4
ปริมาณเงินกู้สามัญ		
ต่ำกว่า 50,000 บาท	36	21.2
50,001-100,000 บาท	59	34.7
100,001-150,000 บาท	7	4.1
150,001-200,000 บาท	6	3.5
200,001-250,000 บาท	2	1.2
มากกว่า 250,001 บาท	22	12.9
ปริมาณเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ		
ประเภทออมทรัพย์พิเศษ		
300 บาท	1	0.6
500 บาท	2	1.2
800 บาท	1	0.6
1,000 บาท	1	0.6
5,000 บาท	1	0.6
6,000 บาท	1	0.6
10,000 บาท	1	0.6
19,000 บาท	1	0.6
20,000 บาท	2	1.2
29,000 บาท	1	0.6

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก		
ต่ำกว่า 1 ปี	16	9.4
1 - 2 ปี	31	18.2
3 - 4 ปี	28	16.5
มากกว่า 4 ปี	94	55.3

จากตาราง 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.9 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.1 มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาคือ อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.8, 26.5, 8.8, และ 4.7 ตามลำดับ สถานภาพครอบครัว ส่วนใหญ่สมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ โสด หย่าร้าง และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 34.1, 3.5, 0.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาคือ ปริญญาตรี มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา/ปวส. ,สูงกว่าปริญญาตรี และมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 16.5, 16.5, 15.9, 14.1, และ 6.5 ตามลำดับ

รายได้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-6,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท 9,501-11,000 บาท 8,001-9,500 บาท มากกว่า 11,000 บาท และ 6,501-8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.9, 15.3, 14.7, 12.9 และ 4.7 ตามลำดับ

มูลค่าหุ้นที่ถือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมูลค่าหุ้นที่ถือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ น้อยกว่า 500 บาท 1,001 -1,500 บาท มากกว่า 2,501 บาท 1,501-2,000 บาท 2,001-2,500 บาท และ คิดเป็นร้อยละ 35.9, 17.6, 5.3 ,1.8 และ 0.6 ตามลำดับ

ประเภทเงินกู้ฉุกเฉิน ส่วนใหญ่กู้เงินจำนวนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท 15,001-20,000 บาท 10,001-15,000 บาท มากกว่า 25,001 บาทขึ้นไป และ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.5 , 4.1, 2.4, 2.4 และ 1.8 ตามลำดับ

ประเภทเงินกู้สามัญ ส่วนใหญ่ กู้เงินจำนวน 50,001-100,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท มากกว่า 250,001 บาท 100,001-150,000 บาท 150,001-200,000 บาท และ 200,001-250,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.2, 12.9, 4.1, 3.5 และ 1.2 ตามลำดับ

ปริมาณเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ จากกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกมีการฝากเงิน 500 บาท และ 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.2 รองลงมา 300 บาท 800 บาท 1,000 บาท 5,000 บาท 6,000 บาท 10,000 บาท 19,000 บาท และ 29,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากันหมด

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกมากกว่า 4 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ 1-2 ปี 3-4 ปี และต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.2, 16.5 และ 9.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านพนักงาน ปัจจัยทางด้านการบวนการในการให้บริการ ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์(มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย) มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย)ของสหกรณ์-ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย)			
1.1 การสะสมหุ้น			
1.1.1 สมาชิกสะสมเงินในลักษณะหุ้นสหกรณ์			
ขั้นต่ำ 200 บาทต่อเดือน	2.10	0.71	ปานกลาง
1.1.2 วิธีการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน			
และอัตราเงินได้รายเดือนของสมาชิก	2.44	0.54	มาก
1.1.3 การกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5			
ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์	2.21	0.61	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
1.1.4 การถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อลาออกเท่านั้น	2.58	0.63	มาก
1.2 การรับฝากเงินออมทรัพย์พิเศษ			
1.2.1 การได้รับยกเว้นภาษีรายได้			
จากดอกเบี้ยเงินฝาก	2.64	0.53	มาก
1.2.2 ความสะดวกในการฝาก- ถอนเงิน	2.40	0.67	มาก
1.3 การให้เงินกู้ประเภทสามัญ			
1.3.1 วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้สามัญครอบคลุม			
ตามความต้องการของสมาชิก	2.69	0.56	มาก
1.3.2 วงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้ 30 เท่าของเงินเดือน			
แต่ไม่เกิน 500,000 บาท ชำระคืนภายใน 84 งวด	2.61	0.65	มาก
1.3.3 เงื่อนไขในการให้กู้ เช่น กรณีที่สมาชิกกู้สามัญไปแล้ว			
และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระ	2.58	0.67	มาก
มาแล้ว 1 ใน 3 ของเงินกู้ทั้งหมด			
1.4 การให้เงินกู้ประเภทฉุกเฉิน			
1.4.1 วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้ฉุกเฉินครอบคลุม			
ตามความต้องการของสมาชิก	2.61	0.54	มาก
1.4.2 วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉินได้ 1 เท่าของเงินเดือน			
ชำระคืนภายใน 10 งวด	2.51	0.71	มาก
1.4.3 เงื่อนไขในการให้กู้ประเภทฉุกเฉิน เช่น กรณีที่สมาชิก			
กู้ฉุกเฉินไปแล้ว และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว			
ครึ่งหนึ่งของเงินกู้ทั้งหมด	2.82	0.38	มาก
1.5 การค้ำประกัน			
1.5.1 วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน	2.81	0.50	มาก
รวม	2.54	0.34	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ ฯ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.54 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่า มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เงื่อนไขในการให้กู้ประเภทฉุกเฉิน เช่น กรณีที่สมาชิกกู้

ถูกเงินไปแล้ว และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว ครึ่งหนึ่งของเงินกู้ทั้งหมด วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้สามัญครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก การได้รับยกเว้นภาษีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้ฉุกเฉินครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก วงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้ 30 เท่าของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 500,000 บาท ชำระคืนภายใน 84 งวด เงื่อนไขในการให้กู้ เช่น กรณีที่สมาชิกกู้สามัญไปแล้ว และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว 1 ใน 3 ของเงินกู้ทั้งหมด การถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อลาออกเท่านั้น วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉินได้ 1 เท่าของเงินเดือน ชำระคืนภายใน 10 งวด วิธีการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน และอัตราเงินได้รายเดือนของสมาชิกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82, 2.81, 2.69, 2.64, 2.61, 2.61, 2.58, 2.58, 2.51 และ 2.44 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ย) มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิก ปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ย)ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
2. ปัจจัยด้านราคา (อัตราดอกเบี้ย)			
2.1 การรับฝากเงินออมทรัพย์พิเศษ			
2.1.1 การได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก 3.25 % ต่อปี	2.49	0.72	มาก
2.2 การให้เงินกู้			
2.2.1 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ			
ร้อยละ 9 ต่อปี	2.58	0.62	มาก
2.2.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน			
ร้อยละ 9 ต่อปี	2.62	0.58	มาก
รวม	2.56	0.56	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน ร้อยละ 9 ต่อปี อัตรา

ดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ ร้อยละ 9 ต่อปี การได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก 3.25 % ต่อปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 2.58 และ 2.49 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านสถานที่ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิก ปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
3. ปัจจัยด้านสถานที่			
3.1 สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์	2.59	0.54	มาก
3.2 ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.82	0.39	มาก
3.3 ความสะอาดของสำนักงาน มีการจัดสัดส่วนการตกแต่งภายในสำนักงานสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย	2.48	0.52	มาก
3.4 การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ และค้นหาง่าย	2.55	0.54	มาก
3.5 การจัดเก็บเอกสาร / ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย	2.65	0.48	มาก
3.6 วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความทันสมัย	2.57	0.55	มาก
รวม	2.61	0.40	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.61 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ การจัดเก็บเอกสาร / ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความทันสมัย การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ และค้นหาง่าย ความสะอาดของสำนักงาน มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในสำนักงานสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 2.65 2.59 2.57 2.55 และ 2.48 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน) มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิก ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน) ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)			
4.1 สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์			
อย่างเพียงพอ	2.23	0.50	ปานกลาง
4.2 สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์			
ประโยชน์ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	2.23	0.52	ปานกลาง
4.3 สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์			
อย่างรวดเร็วและทันสมัยต่อสถานการณ์	2.19	0.47	ปานกลาง
4.4 สหกรณ์มีการจัดป้ายประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก	2.19	0.63	ปานกลาง
รวม	2.21	0.44	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน) มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.21 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่าผลต่อความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อันเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างรวดเร็วและทันสมัยต่อสถานการณ์ สหกรณ์มีการจัดป้ายประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 2.23 2.19 และ 2.19 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิก ปรากฏผลดังตาราง 8

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาด ด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์ ของสหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
5. ปัจจัยด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์			
5.1 เจ้าหน้าที่สหกรณ์			
5.1.1 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์	2.45	0.50	มาก
5.1.2 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและให้คำแนะนำ	2.54	0.52	มาก
5.1.3 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการรวดเร็ว ฉับไว	2.50	0.55	มาก
5.1.4 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีธรรมาภิบาลสุภาพเรียบร้อย ในการให้คำแนะนำมีมนุษยสัมพันธ์	2.68	0.52	มาก
5.1.5 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี	2.60	0.49	มาก
5.2 คณะกรรมการสหกรณ์			
5.2.1 คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม	2.48	0.50	มาก
5.2.2 คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหาร จัดการงาน	2.49	0.50	มาก
รวม	2.53	0.34	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.53 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีธรรมาภิบาลสุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำมีมนุษยสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและให้คำแนะนำ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการรวดเร็ว ฉับไว คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหาร จัดการงาน คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 2.60 2.54 2.50 2.49 2.48 และ 2.45 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิก ปรากฏผลดังตาราง 9

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการ ของสหกรณ์ออมทรัพย์-องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับความพึงพอใจ
6. ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ			
6.1 การคิดค่าบริการ เช่น ค่าธรรมเนียมเงินกู้ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ถูกต้องรวดเร็ว	2.72	0.45	มาก
6.2 การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิกที่ถูกต้องรวดเร็ว	2.59	0.49	มาก
6.3 การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ	2.61	0.54	มาก
6.4 ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ	2.42	0.56	มาก
6.5 การแจ้งข่าวสารการให้บริการแก่สมาชิก	2.42	0.58	มาก
6.6 มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	2.50	0.57	มาก
6.7 ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัย เชื่อถือได้	2.68	0.47	มาก
รวม	2.56	0.39	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การคิดค่าบริการ เช่น ค่าธรรมเนียมเงินกู้ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ถูกต้องรวดเร็ว ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัย เชื่อถือได้ การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิกที่ถูกต้องรวดเร็ว มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ การแจ้งข่าวสารการให้บริการแก่สมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 2.68 2.61 2.59 2.50 2.42 และ 2.42 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางการตลาด ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกปรากฏผลดังตาราง 10

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาด ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าSD	ระดับความพึงพอใจ
7. ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ			
7.1 ความสะอาดของอาคารสถานที่	2.57	0.62	มาก
7.2 สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอสั่ง มีที่สำหรับต้อนรับ			
ลูกค้าเพียงพอสั่ง มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร	2.61	0.49	มาก
7.3 การให้ความดูแลและบริการสมาชิก			
เสมือนญาติพี่น้อง	2.56	0.50	มาก
7.4 การให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้แก่สมาชิก	2.35	0.65	มาก
รวม	2.52	0.46	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.52 ในประเด็นย่อยที่กลุ่มสมาชิกตัวอย่างเห็นว่ามีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอสั่ง มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอสั่ง มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร ความสะอาดของอาคารสถานที่ การให้ความดูแลและบริการสมาชิกเสมือนญาติพี่น้อง การให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้แก่สมาชิก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61, 2.57 2.56 และ 2.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหา และ อุปสรรค ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ได้ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการ ใช้บริการด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของสมาชิกสหกรณ์ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยทางด้านพนักงาน ปัจจัยทางด้านกระบวนการ ในการให้บริการ ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การ สวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย) ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้ และอัตราดอกเบี้ย) ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย)			
1.1 การให้บริการด้านการสะสมค่าหุ้น	1.49	0.55	น้อย
1.2 การให้บริการด้านการรับฝากเงิน	1.49	0.55	น้อย
1.3 การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์	1.44	0.50	น้อย
1.4 การให้บริการด้านสวัสดิการของสหกรณ์	1.39	0.56	น้อย
1.5 การให้บริการฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์	1.42	0.57	น้อย
รวม	1.45	0.44	น้อย

จากตาราง 11 พบว่าด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย) ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.45 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ การให้บริการด้านการสะสมค่าหุ้น การให้บริการด้านการรับฝากเงิน การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ การให้บริการฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ การให้บริการด้านสวัสดิการของสหกรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.49, 1.49 1.44, 1.42 และ 1.39 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ย) ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราราคาดอกเบี้ย) ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
2. ปัจจัยด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราราคาดอกเบี้ย)			
2.1 การให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (เงินปันผล)	1.28	0.45	น้อย
2.2 การให้ผลตอบแทนเงินให้กู้ (เฉลี่ยคืน)	1.35	0.48	น้อย
2.3 การให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 3.25 ต่อปี)	1.45	0.53	น้อย
2.4 อัตราราคาดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน (ร้อยละ 9 ต่อปี)	1.35	0.48	น้อย
2.5 อัตราราคาดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ (ร้อยละ 9 ต่อปี)	1.23	0.42	น้อย
รวม	1.33	0.37	น้อย

จากตาราง 12 พบว่าด้านปัจจัยด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราราคาดอกเบี้ย) ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.33 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ การให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 3.25 ต่อปี) การให้ผลตอบแทนเงินให้กู้ (เฉลี่ยคืน) อัตราราคาดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน (ร้อยละ 9 ต่อปี) การให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (เงินปันผล) อัตราราคาดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ (ร้อยละ 9 ต่อปี) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45 1.35 1.35 1.28 และ 1.23 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านสถานที่ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางด้านสถานที่
ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์
จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
3. ปัจจัยด้านสถานที่			
3.1 สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์	1.29	0.51	น้อย
3.2 การติดต่อกับสหกรณ์มีความสะดวก	1.37	0.51	น้อย
3.3 การจัดสำนักงาน ความสะอาด			
และการตกแต่งภายในของสำนักงาน	1.28	0.45	น้อย
3.4 การจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์	1.26	0.47	น้อย
3.5 วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก	1.40	0.52	น้อย
มีความทันสมัยเหมาะสมต่อการใช้งาน			
รวม	1.32	0.43	น้อย

จากตาราง 14 พบว่าด้านปัจจัยด้านสถานที่ ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.32 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยเหมาะสมต่อการใช้งาน การติดต่อกับสหกรณ์มีความสะดวก สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์ การจัดสำนักงาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในของสำนักงาน การจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.40 1.37 1.29 1.28 และ 1.26 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด(การให้กู้ยืมเงิน) ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏดังตาราง 14

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน) ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)			
4.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์เพียงพอ	1.45	0.57	น้อย
รวม	1.45	0.57	น้อย

จากตาราง 14 พบว่าด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์-จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.45 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์เพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.45

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านพนักงาน ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านพนักงานของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
5. ปัจจัยทางด้านพนักงานเจ้าหน้าที่สหกรณ์			
5.1 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์	1.52	0.50	น้อย
5.2 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนบุคลากร เพียงพอต่อการให้บริการ	1.34	0.49	น้อย
5.3 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีอัตราค่าตอบแทน สุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำ	1.29	0.53	น้อย

ตาราง 15 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
คณะกรรมการสหกรณ์			
5.4 คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม	1.56	0.50	น้อย
5.5 คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถ ในการบริหาร จัดการงาน	1.66	0.47	น้อย
รวม	1.48	0.37	น้อย

จากตาราง 15 พบว่าด้านปัจจัยด้านพนักงาน ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.48 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหาร จัดการงาน คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์ เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีอัตราสัณยสัมพันธ์สุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.66 1.56 1.52 1.34 และ 1.29 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดัง ตาราง 16

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
6. ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ			
6.1การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิก และ การคิดค่าบริการ ถูกต้องและรวดเร็ว	1.42	0.54	น้อย

ตาราง 16 (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
6.2การแจ้งข่าวสารของสหกรณ์ในการให้บริการ			
แก่สมาชิกมีความรวดเร็ว	1.57	0.54	น้อย
รวม	1.49	0.46	น้อย

จากตาราง 16 พบว่าด้านปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.49 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่า เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย ได้แก่ การแจ้งข่าวสารของสหกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิกมีความรวดเร็ว การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิก และการคิดค่าบริการ ถูกต้องและรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.57 และ 1.42 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคปัจจัยทางการตลาด ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปรากฏผลดัง ตาราง 17

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาและอุปสรรคปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัญหาและอุปสรรค	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ระดับปัญหาและอุปสรรค
7. ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ			
7.1 สหกรณ์มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอ มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร			
	1.36	0.53	น้อย
รวม	1.36	0.53	น้อย

จากตาราง 17 พบว่าด้านปัจจัยด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ระดับปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.3 ในประเด็นย่อยที่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเห็นว่า เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการให้บริการในระดับน้อย

ได้แก่ สหกรณ์มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอ มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.36

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย คือ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยใช้สถิติ Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด กับ ปรากฏผลดังตาราง 18

ตาราง 18 ภาพรวมการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

รายการ	ค่าไค-สแควร์ (chi-square)	ระดับอิสระ (df)	ระดับนัยสำคัญ P-Value (sig)	ผลของปัจจัย
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์				
1.1 สมาชิกสะสมเงินในลักษณะหุ้น				
สหกรณ์ขั้นต่ำ 200 บาทต่อเดือน	181.320	30	0.000	มีผล
1.2 วิธีการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน				
และอัตราเงินได้รายเดือนของสมาชิก	132.545	30	0.000	มีผล
1.3 การกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้น				
ทั้งหมดของสหกรณ์	190.120	30	0.000	มีผล
1.4 การถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อ				
ลาออกเท่านั้น	233.382	30	0.000	มีผล
1.5 การได้รับยกเว้นภาษีรายได้				
จากดอกเบี้ยเงินฝาก	162.918	30	0.000	มีผล

ตาราง 18 (ต่อ)

รายการ	ค่าไค-สแควร์ (chi-square)	ระดับอิสระ (df)	ระดับนัยสำคัญ P-Value (sig)	ผลของปัจจัย
1.6 ความสะดวกในการฝาก- ถอนเงิน	225.357	30	0.000	มีผล
1.7 วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภท	235.459	30	0.000	มีผล
1.8 เงินกู้สามัญครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก วงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้ 30 เท่าของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 500,000 บาท ชำระคืนภายใน 84 งวด	229.918	30	0.000	มีผล
1.9 เงื่อนไขในการให้กู้ เช่น กรณีที่สมาชิกจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว 1 ใน 3 ของเงินกู้ทั้งหมด	168.254	30	0.000	มีผล
1.10 วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้ฉุกเฉินครอบคลุมตามความต้องการ ของสมาชิก	226.400	30	0.000	มีผล
1.11 วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉินได้ 1 เท่า ของเงินเดือน ชำระคืนภายใน 10 งวด	269.075	30	0.000	มีผล
1.12 เงื่อนไขในการให้กู้ประเภทฉุกเฉินเช่น กรณีที่สมาชิกกู้เงินไปแล้ว และมีความ ต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว ครึ่งหนึ่ง ของเงินกู้ทั้งหมด	82.316	15	0.000	มีผล
1.13 วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน	180.546	30	0.000	มีผล
2. ปัจจัยด้านราคา				
2.1 การได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก 3.25 % ต่อปี	303.359	30	0.000	มีผล
2.2 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ ร้อยละ 9 ต่อปี	254.638	10	0.000	มีผล
2.3 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน ร้อยละ 9 ต่อปี	244.564	10	0.000	มีผล
3. ปัจจัยทางด้านการกระบวนการในการให้บริการ				
3.1 การคิดค่าบริการ เช่น ค่าธรรมเนียมเงินกู้ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ถูกต้องรวดเร็ว	134.825	7	0.000	มีผล
3.2 การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิกที่ถูกต้อง รวดเร็ว	138.571	7	0.000	มีผล

ตาราง 18 (ต่อ)

รายการ	ค่าไค-สแควร์ (chi-square)	ระดับอิสระ (df)	ระดับนัยสำคัญ P-Value (sig)	ผลของปัจจัย
3.3 การจัดลำดับก่อนหลังใน การให้บริการ	165.951	14	0.000	มีผล
3.4 ความรวดเร็วและตรงต่อเวลา ในการให้บริการ	165.375	14	0.000	มีผล
3.5 การแจ้งข่าวสารการให้บริการ แก่สมาชิก	244.713	14	0.000	มีผล
3.6 มีระบบการรักษา ความปลอดภัยที่ดี	169.562	14	0.000	มีผล
3.7 ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัย เชื่อถือได้	91.085	7	0.000	มีผล

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 19 ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อความสะดวกในการอธิบายผลการวิจัย โดยจะแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ผลจากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยใช้ค่าสถิติทดสอบ คือ ค่าไค-สแควร์ โดยระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.05 ซึ่งปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย) มีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยทดสอบใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ซึ่งทำให้ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

2. ปึงจัด้้านราคา (อัตราดอกเบี้ย)

ปึงจัด้้านราคา (อัตราดอกเบี้ย) มีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยทดสอบไ้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ซึ่งทำให้ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างปึงจัด้้านราคากับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

3. ปึงจัด้้านกระบวนการในการให้บริการ

ปึงจัด้้านกระบวนการในการให้บริการมีผลต่อความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยทดสอบไ้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบมีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ซึ่งทำให้ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างปึงจัด้้านกระบวนการในการให้บริการกับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการด้านการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด โดยจากแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 170 ชุด เมื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการสมมติฐาน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาประถมศึกษา รายได้ 5,000 – 6,500 บาทต่อเดือน มูลค่าหุ้นที่ถือครอง 501 - 1,000 บาท จำนวน เงินกู้ฉุกเฉินต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวนเงินกู้สามัญ 50,001 – 100,000 บาท จำนวนเงินออมที่ฝากกับสหกรณ์ ประเภทออมทรัพย์พิเศษ 500 บาท และ 20,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 4 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานและลูกจ้างขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ และไม่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์อื่น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีส่วนร่วมกิจกรรมของสหกรณ์โดยกิจกรรมที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ การประชุมใหญ่สามัญประจำปีของแต่ละปี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ดีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออม-ทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

จากการศึกษาเกี่ยวกับความถึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวน-พฤกษศาสตร์ จำกัด มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ปัจจัยในด้านสถานที่มีระดับมาก ปัจจัยด้านพนักงานมีระดับมาก ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการมีระดับมาก ปัจจัยทางด้านลักษณะและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

มีระดับมาก และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับปานกลาง จากที่ผ่านมาทางสมาชิกสหกรณ์ฯ รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ ไม่ทั่วถึง เนื่องจากสมาชิกส่วนมากจะอยู่ในพื้นที่ในสวนกระจัดกระจายกัน ทำให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงแต่ละบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ปัญหา และ อุปสรรค ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับน้อย ปัจจัยด้านราคาในระดับน้อย ปัจจัยในด้านสถานที่มีระดับน้อย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับน้อย ปัจจัยด้านพนักงานมีระดับน้อย ปัจจัยทางด้านการกระบวนการในการให้บริการมีระดับน้อย ปัจจัยทางด้านลักษณะและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีระดับน้อย สำหรับภาพรวมของปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด เมื่อเฉลี่ยรวมจากระดับของปัญหาและอุปสรรค ในปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านดังกล่าว อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการสมมติฐานระดับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านการกระบวนการในการให้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านโดยรวมที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในส่วนการให้กู้ทั้งประเภทฉุกเฉินและประเภทสามัญ การสะสมหุ้นรายเดือน และการรับฝากเงินออมทรัพย์พิเศษ ถึงแม้ว่า สมาชิกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากก็ตาม สหกรณ์ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไข และระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ให้ชัดเจนและรัดกุมให้มากยิ่งขึ้นทั้งในเรื่องการให้สินเชื่อและการรับฝากเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิทยา กระจ่างวงษ์ (2542) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์

ออมทรัพย์ศูนย์การbinทหารบก จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ในภาพรวมพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ในระดับพึงพอใจมาก แบ่งเป็นด้านการรับฝากเงิน ด้านการถอนเงิน และด้านการบริการสินเชื่อ ส่วนสาเหตุของความพึงพอใจของสมาชิก สรุปได้ว่าเป็นสาเหตุจากด้านระบบ 3 ประเด็น คือ สะดวกเงื่อนไข เพียงพอทั่วถึง และพัฒนาก้าวหน้า จากด้านกระบวนการ 3 ประเด็น คือ เอาใจใส่หน้าที่ เสมอภาค และบุคลากร ทำที่ มารยาท

ซึ่งปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สมาชิกมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับปานกลาง และสหกรณ์ควรมีการปรับปรุง ในเรื่องการที่สมาชิกสะสมเงินในลักษณะหุ้นสหกรณ์ขั้นต่ำ 200 บาท ต่อเดือน และการกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์ ซึ่งสองส่วนนี้อยู่ในระดับปานกลาง การที่อยู่ในระดับปานกลางนั้นสมาชิกยังคงไม่เข้าในในระเบียบของสหกรณ์เท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้แก่สมาชิก สหกรณ์ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับระเบียบและข้อบังคับของสหกรณ์แก่สมาชิก ว่าด้วยหุ้นของสหกรณ์ แก่สมาชิก

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ในส่วนของ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ และสมาชิกที่ใช้บริการการกู้เงินกับทางสหกรณ์ ฯ สมาชิกยังได้รับเงินเฉลี่ยคืน ณ วันสิ้นปีงบประมาณ ซึ่งส่งผลเท่ากับว่าสมาชิกไม่เสียดอกเบี้ย ที่ 9% ต้องขึ้นอยู่กับผลกำไรของสหกรณ์ด้วย ถ้ากำไรมากก็เฉลี่ยมาก ถ้ากำไรน้อยก็เฉลี่ยคือน้อย และดอกเบี้ยเงินฝาก 3.25 % ต่อปี ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของสหกรณ์ให้อัตราดอกเบี้ยมากกว่าสถาบันการเงินบางส่วนเสียอีก และสหกรณ์ไม่ต้องเสียภาษีการฝากเงินกับสหกรณ์ สมาชิกตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌฐนิภา อุทรจักร(2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านราคา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียม

ปัจจัยด้านสถานที่ กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งได้แก่ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ การจัดเก็บเอกสาร / ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความทันสมัย การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ และคั่นหาง่าย ความสะดวกของสำนักงาน มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในสำนักงานสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย สหกรณ์ยังอาศัยสำนักงานขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ อยู่ ซึ่งสหกรณ์ยังเป็นสหกรณ์ขนาดเล็กที่ยังไม่มีทุนการดำเนินการมาก จึงยังใช้พื้นที่ที่ใช้ดำเนินการขององค์การสวนพฤกษศาสตร์อยู่ จึงส่งผลให้สมาชิกมีความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ฌูนิภา อุทธจักร (2545) โดยศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือสถานที่ตั้งของธนาคารควรปรับปรุงสถานที่จอดรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่ง สหกรณ์ยังมีการประชาสัมพันธ์น้อย และการประชาสัมพันธ์เข้าถึงตัวสมาชิกยาก เนื่องจากสมาชิกมีการอาศัยอยู่กระจัดกระจาย ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นพนักงานและเป็นลูกจ้างขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ ลูกจ้างส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ในสวนอยู่กันกระจัดกระจาย ทำให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงตัวสมาชิกยาก และประกอบกับสมาชิกในส่วนของลูกจ้างมีความรู้ที่น้อย ทำให้สมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ และสหกรณ์ยังเป็นสหกรณ์ขนาดเล็กซึ่งมีทุนการดำเนินงานน้อย จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์มีน้อย และประชาสัมพันธ์ไม่ได้เต็มที่ จึงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศริต 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 พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า 5 ปีขึ้นไป โดยใช้บริการบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร่วมกับทางด้านความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ และด้านการบริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านการประชาสัมพันธ์

ปัจจัยทางด้านพนักงาน กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฯ เป็นคนในพื้นที่ จึงส่งผลให้เจ้าหน้าที่มีอรรถาศัยดีสุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้วยสหกรณ์เป็นสหกรณ์ขนาดเล็ก จึงมีการจ้างเจ้าหน้าที่สหกรณ์ จำนวน 2 คน ซึ่งส่งผลให้ มีเพียงพอต่อการให้บริการและให้คำแนะนำแก่สมาชิก และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่รับเข้ามาทำงานในด้านสหกรณ์มีความรู้ความสามารถทางด้านสหกรณ์ และในส่วนคณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการซึ่งคณะกรรมการสหกรณ์เป็นพนักงานและลูกจ้างที่มีความรู้ทางด้านบริหารและมีประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งในเดือนหนึ่งๆ คณะกรรมการจะมีการประชุมกันทุกเดือน เพื่อจะช่วยกันวางแผนและแก้ไขปรับปรุงให้การ

ดำเนินการของสหกรณ์เป็นไปอย่างถูกต้อง จึงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญบา จินะราช (2544) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทางด้านความพึงพอใจในการให้บริการด้านหน้าเคาน์เตอร์พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากในด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ การให้บริการสินเชื่อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงาน ด้านสัญลักษณ์ ด้านบริการ

ปัจจัยทางด้านการกระบวนการให้บริการ กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การคิดค่าบริการ และสหกรณ์มีการนำโปรแกรมสหกรณ์มาใช้ในการดำเนินงานสหกรณ์ ทำให้ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัย เชื่อถือได้ และมีความถูกต้องรวดเร็ว จึงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พูนพิสมัย พรหมภิบาล (2540) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ เครือสมมติเวช จำกัด สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการเรียงลำดับจากด้านที่พึงพอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พึงพอใจน้อยที่สุดดังนี้ คือ ด้านสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันหรือเป็นธรรม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้านการให้บริการสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ปัจจัยภูมิหลังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของสหกรณ์ ได้แก่ เพศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และอายุงานในบริษัท โดยสมาชิกเพศหญิงมีความพึงพอใจในการบริการมากกว่าเพศชาย สมาชิกที่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 1 ปี มีความพึงพอใจในการบริการสูงกว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 1 ปี ขึ้นไป และสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัท น้อยกว่า 5 ปี กับสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัทมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุงานในบริษัท 5 ปี 10 ปี

ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กลุ่มสมาชิกตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก สหกรณ์มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอ มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร ในส่วนการทำความสะดวกของอาคารสำนักงาน ทางองค์การสวนพฤกษศาสตร์ จะมีการจ้างแม่บ้านทำความสะอาด ซึ่งทางแม่บ้านก็จะดูแลในส่วนสหกรณ์ให้ด้วย และเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นคนในพื้นที่จึงทำให้การดูแลสมาชิกเสมือนญาติพี่น้องและสมาชิกมีปัญหาก็สามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาแก่สมาชิกได้ จึงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พูนพิสมัย พรหมภิบาล (2540) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ เครือสมมติเวช จำกัด สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการเรียงลำดับจากด้านที่พึงพอใจมากที่สุดไปถึงด้านที่พึงพอใจ

น้อยที่สุดดังนี้ คือ ด้านสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันหรือเป็นธรรม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ด้านการให้บริการสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ปัจจัยภูมิหลังที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของสหกรณ์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องความพึงพอใจสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกิจให้มากขึ้น ซึ่งอาจเป็นแนวทางการเพิ่มกำไรสุทธิของสหกรณ์ การเพิ่มปริมาณธุรกิจโดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อาจอยู่ในรูปแบบเงินฝากชนิดใหม่ เช่น เงินฝากออมทรัพย์พิเศษประจำ 3 เดือน เงินฝากออมทรัพย์ประจำ 6 เดือน เพื่อเป็นการเพิ่มแหล่งที่มาของเงินทุนภายใน เพื่อการขยายธุรกิจของสหกรณ์ได้
2. สหกรณ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร การให้บริการของสหกรณ์ แก่สมาชิกทั่วถึง รวดเร็วและสม่ำเสมอ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิก
3. สหกรณ์ควรมีการสร้างความรู้เข้าใจแก่สมาชิก โดยการเปิดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกด้านการบริการในด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝากและด้านบริหารงานสหกรณ์แก่สมาชิก
4. สหกรณ์ควรมีการจัดทำแผ่นพับ แจกให้กับสมาชิกสหกรณ์ ๆ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ฯ แก่สมาชิก
5. สหกรณ์ควรมีการทำเว็บไซต์ของสหกรณ์เพื่อเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิก
6. สหกรณ์ควรมีการจัดสถานที่อาคารสำนักงาน เป็นสัดส่วน กว้างขวาง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้เข้ามาติดต่อกับสหกรณ์ ควรมีการตกแต่งสำนักงานให้เหมาะสม สวยงาม และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัญหาของผู้ใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนารัฐกิจของสหกรณ์อื่น ในอนาคตควบคู่ไปกับการพัฒนารัฐกิจเสริมอื่นๆ ของสหกรณ์
2. ควรมีการศึกษารับรู้ระดับข้อบกพร่อง และหลักเกณฑ์การดำเนินงานรวมถึงข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ ที่มีต่อการใช้บริการของสมาชิก
3. ควรมีการประเมินระดับความพึงพอใจของสมาชิก เพื่อจะได้พัฒนาการบริหารและการจัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องสภาวการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งมีผลทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจในระดับสูงต่อไป
4. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการตามขอบเขตสหกรณ์เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยที่กว้างและเจาะลึก เช่น ความต้องการของสมาชิกที่นอกเหนือจากการใช้บริการ เช่น ความต้องการมีส่วนร่วมในการบริหารงานสหกรณ์ ความต้องการสวัสดิการของสมาชิก

บรรณานุกรม

- กฤษฎา สุรชาติชัยกุล. 2543. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตเอกชนใน
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2542. การบริหารสหกรณ์ออมทรัพย์. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมสหกรณ์.
- กิตติมา ปรีดีลภ. 2524. ทฤษฎีการบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร.
- เกล็ดแก้ว รุ่งสือ. 2528. ความพึงพอใจในการทำงานของเจ้าหน้าที่ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน.
กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท. 2540. การจัดการสหกรณ์ออมทรัพย์. กรุงเทพฯ: พิมพ์อักษร.
- จรัส กาใหญ่. 2527. สถิติ 1. เชียงใหม่ : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เฉลิมพล ดุลสัมพันธ์. 2538. ทิศทางการบริหารการเงินสหกรณ์ออมทรัพย์ยุคโลกาภิวัตน์. ประมวล
บทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ เล่ม 9. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์
ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด.
- ชนินทร์ เพชรไทย. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ. 2538. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้า
ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาคริต สันทราย. 2544. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน)สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
แม่โจ้.
- เชิญ บำรุงวงศ์. 2543. บทบาทของสหกรณ์ออมทรัพย์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม. ประมวล
บทความเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์เล่ม 14 . กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ออม
ทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด.
- โชติช่วง ภิรมย์. 2538. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ส่งเสริมการพิมพ์.
- ณัฐนิภา อุทรจักร. 2545. ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาท่าแพ
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- ณัฏฐา พัฒนวรพันธุ์. 2547. การศึกษาประสิทธิภาพและแนวโน้มนำการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี จำกัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ดวงกมล คล่องการเขียน. 2549. บทบาทในการให้บริการแก่สมาชิกของสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ทวิชพงษ์ พาสนิต. 2545. ความต้องการทางด้านปัจจัยการตลาดของผู้เลี้ยงกุ้งกุลาดำที่มีต่อผู้ผลิตอาหารกุ้ง. สุราษฎร์ธานี: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- เทวี บุญจับ. 2540. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชนสายสามัญศึกษาเขตบางใหญ่ กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไทว์ บุญเฉลย. 2539. ปัจจัยด้านการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้สนามกอล์ฟของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2533. การตลาดสำหรับนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- _____. 2542. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- นภาพรณัฏฐ์ เปรมจิตต์. 2543. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกรมราชทัณฑ์ จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นุชธาดา ไสกริชต์. 2546. ประสิทธิภาพในการบริหารงานของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นิคม พรหมย้อย. 2529. ความพึงพอใจในการทำงานของครูโรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ภาคใต้. สงขลา: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา.
- นำชัย ทนุผล. 2531. วิธีการเตรียมโครงการวิจัย. เชียงใหม่ : ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- บุษบา จินะราช. 2544. ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส) สาขาแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ประคอง กรรณสูตร. 2531. สถิติเพื่อการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปราการ กองแก้ว. 2546. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุกัณฑ์รายใหญ่ กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2541. จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

พูนพิสมัย พรหมภิบาล. 2540. ความพึงพอใจของสมาชิกในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
เครื่องมือเวช จำกัด. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
ศาสตร์.

พิทยา กระจางวงษ์. 2542. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์: ศึกษา
เฉพาะกรณีสหกรณ์ออมทรัพย์ศูนย์การบินทหารบก จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มุกดา ศรีรงค์ และคณะ. 2539. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: แสงจันทร์การพิมพ์.

ไมตรี วิไลกิจ. 2537. ความพึงพอใจของลูกค้าต่องานด้านบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) : ศึกษากรณีการให้บริการของส่วนบริการเช็คเรียกเก็บ สำนักงานใหญ่.
กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญนิตย์ ทิศสกุล. 2545. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้
บริการผ้าและภัตตาคารในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัย
แม่โจ้.

รัชณี เรืองสุวรรณ. 2546. การศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของข้าราชการที่มีต่อการปฏิรูป
ระบบราชการ กรณีศึกษาในสำนักงานเขตกลุ่มบูรพา กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ :
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

เรณู มงคลทรง .2546. วิเคราะห์การบริหารเงินทุนของสหกรณ์ออมทรัพย์กรณีศึกษาสหกรณ์
ออมทรัพย์ข้าราชการกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จำกัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

รวัดคู่ ลีรัตนขจร. 2542. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
กรณีศึกษา สหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรรณภรณ์ เสียมภักดี. 2543. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทยในเขต
อ. เมือง จ. เชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วารินทร์ สิ้นสูงสุด และ วันทิพย์ สิ้นสูงสุด. 2535. พัฒนาค้น พัฒนาบุคคล. กรุงเทพฯ: สถาบัน
เพิ่มผลผลิตบัณฑิตธรรม.

วิทวัส วรินทร์เวช. 2545. ความพึงพอใจของหัวหน้างานต่อการรับบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ:

ศึกษาเฉพาะกรณีการทำเรือแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วันทนา นาสาปาน. 2550. การวิเคราะห์การบริหารจัดการธุรกิจและอัตราการเจริญเติบโตของ

สหกรณ์สยามเคหสถาน จำกัด ระหว่างปี พ.ศ.2535-2545. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

सानนท์ ฉายเรืองโชติ. 2537. "ทิศทางของสหกรณ์ในอนาคต". ขบวนการสหกรณ์ 1 มิถุนายน: 13.

สุมนา อยู่โพธิ์. 2540. ตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

สุทนต์ มุสิกะทัน. 2541. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรม

สามัญศึกษา จังหวัดสระบุรี. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภาพรณ์ สุดวารี. 2549. ความคาดหวังของสมาชิกที่มีต่อการบริหารสหกรณ์ตามลัทธิมวลชน

จำกัด. เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุภาพร ยังสุก. 2548. ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์กรม

ขนส่งทางบก จำกัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุวรรณ ธูวโชติ. 2541. วิจัยวิจัยทางสหกรณ์ = Research methods in cooperatives. กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรศักดิ์ ศีลาอาสน์. 2545. การประเมินความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริหารงาน

ของโรงเรียนเขาสมิงวิทยาคม "จงจันต์รู้จิวังศ์อุปถัมภ์". ชลบุรี: ปัญหาพิเศษ,
มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมยศ นาวิการ. 2525. การพัฒนาองค์การและการอุ้งใจ. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์.

สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด. 2545 . รายงานกิจการประจำปี 2545 .

เชียงใหม่: สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด.

_____. 2551 . รายงานกิจการประจำปี 2551. เชียงใหม่: สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การ

สวนพฤกษศาสตร์ จำกัด.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ:

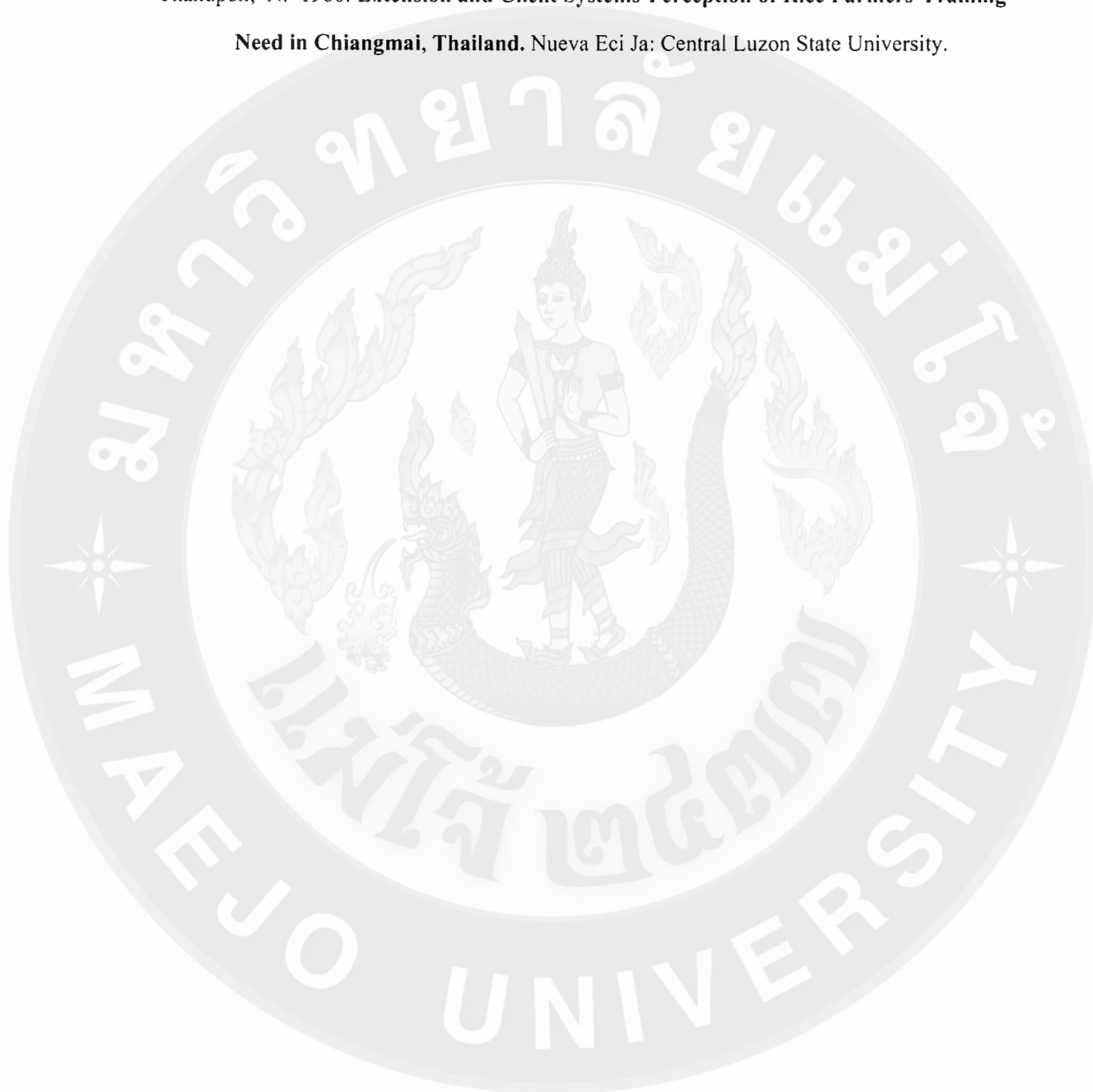
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร ธิพล. 2549. ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
แม่โจ้.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2534. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

Thanupon, N. 1986. **Extension and Client Systems' Perception of Rice Farmers' Training Need in Chiangmai, Thailand.** Nueva Eci Ja: Central Luzon State University.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่

แบบสอบถามเรื่อง

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการด้านส่วนผสมทางการตลาด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการให้บริการ กระบวนการให้บริการ องค์ประกอบทางกายภาพ และ ศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออม-ทรัพย์
องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

นางสาวฐิรติกาญจน์ กอคำ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ช่องหรือเติมข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. อายุของสมาชิก

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| () ต่ำกว่า 20 ปี | () 41 - 50 ปี |
| () 20 - 30 ปี | () 51 - 60 ปี |
| () 31 - 40 ปี | () มากกว่า 60 ปีขึ้นไป |

3. สถานภาพครอบครัว

- () โสด () สมรส () หย่าร้าง () อื่นๆ ระบุ

4. ระดับการศึกษา

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| () ประถมศึกษา | () มัธยมศึกษาตอนต้น |
| () มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. | () อนุปริญญา / ปวส. |
| () ปริญญาตรี | () สูงกว่าปริญญาตรี |

5. รายได้ของสมาชิกต่อเดือน

- | | |
|-----------------------|-------------------------------|
| () ต่ำกว่า 5,000 บาท | () 8,001 - 9,500 บาท |
| () 5,000 - 6,500 บาท | () 9,501 - 11,000 บาท |
| () 6,501 - 8,000 บาท | () มากกว่า 11,000 บาท ขึ้นไป |

6. มูลค่าของหุ้นที่ถือ

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| () ต่ำกว่า 500 บาท | () 1,501 - 2,000 บาท |
| () 501 - 1,000 บาท | () 2,001 - 2,500 บาท |
| () 1,001 - 1,500 บาท | () มากกว่า 2,501 บาท ขึ้นไป |

7. ปริมาณเงินกู้ยืม

ประเภทฉุกเฉิน

- | | |
|-------------------------|-------------------------------|
| () ต่ำกว่า 5,000 บาท | () 15,001 - 20,000 บาท |
| () 5,001 - 10,000 บาท | () 20,001 - 25,000 บาท |
| () 10,001 - 15,000 บาท | () มากกว่า 25,001 บาท ขึ้นไป |

ประเภทสามัญ

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| () ต่ำกว่า 50,000 บาท | () 150,001 - 200,000 บาท |
| () 50,001 - 100,000 บาท | () 200,001 - 250,000 บาท |
| () 100,001 - 150,000 บาท | () มากกว่า 250,001 บาท ขึ้นไป |

8. ปริมาณเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ บาท

9. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

() ต่ำกว่า 1 ปี

() 3 - 4 ปี

() 1 - 2 ปี

() มากกว่า 4 ปี

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
องค์การ-สวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ช่องหรือเติมข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย)				
ลำดับ	รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
	การสะสมหุ้น			
1.	สมาชิกสะสมเงินในลักษณะหุ้นสหกรณ์ขั้นต่ำ 200 บาทต่อเดือน			
2.	วิธีการสะสมกำหนดเป็นรายเดือน และอัตราเงินได้รายเดือนของสมาชิก			
3.	การกำหนดไม่ให้สมาชิกถือหุ้นเกิน 1 ใน 5 ของทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของสหกรณ์			
4.	การถอนเงินค่าหุ้นคืนได้เมื่อลาออกเท่านั้น			
	การรับฝากเงินออมทรัพย์พิเศษ			
1.	การได้รับยกเว้นภาษีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก			
2.	ความสะดวกในการฝาก-ถอนเงิน			
	การให้เงินกู้ประเภทสามัญ			
1.	วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้สามัญครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก			
2.	วงเงินให้กู้ประเภทสามัญได้ 30 เท่าของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 500,000 บาท ชำระคืนภายใน 84 งวด			
3.	เงื่อนไขในการให้กู้ เช่น กรณีที่สมาชิกกู้สามัญไปแล้ว และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว 1 ใน 3 ของเงินกู้ทั้งหมด			

ลำดับ	รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
	การให้เงินกู้ประเภทฉุกเฉิน			
1.	วัตถุประสงค์ของการให้กู้ประเภทเงินกู้ฉุกเฉินครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก			
2.	วงเงินให้กู้ประเภทฉุกเฉินกู้ได้ 1 เท่าของเงินเดือน ชำระคืนภายใน 10 งวด			
3.	เงื่อนไขในการให้กู้ประเภทฉุกเฉิน เช่น กรณีที่สมาชิกกู้ฉุกเฉินไปแล้ว และมีความต้องการที่จะกู้เพิ่มจะต้องผ่อนชำระมาแล้ว ครึ่งหนึ่งของเงินกู้ทั้งหมด			
	การค้ำประกัน			
1.	วิธีการขอกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน			
2. ปัจจัยด้านราคา (อัตราดอกเบี้ย)				
	การรับฝากเงินออมทรัพย์พิเศษ			
1.	การได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก 3.25 % ต่อปี			
	การให้เงินกู้			
1.	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ ร้อยละ 9 ต่อปี			
2.	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน ร้อยละ 9 ต่อปี			
3. ปัจจัยด้านสถานที่				
1.	สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์			
2.	ความสะดวกในการเข้ามาติดต่อกับสหกรณ์และมีสถานที่จอดรถเพียงพอ			
3.	ความสะดวกของสำนักงาน มีการจัดสัดส่วน การตกแต่งภายในสำนักงานสวยงาม และเป็นระเบียบเรียบร้อย			
4.	การจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบ และค้นหาง่าย			
5.	การจัดเก็บเอกสาร / ทรัพย์สิน มีความปลอดภัย			
6.	วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่สมาชิกมีความทันสมัย			
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)				
1.	สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างเพียงพอ			

ลำดับ	รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
3.	สหกรณ์ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของสหกรณ์อย่างรวดเร็วและทันสมัยต่อสถานการณ์			
4.	สหกรณ์มีการจัดป้ายประชาสัมพันธ์แก่สมาชิก			
5. ปัจจัยด้านพนักงาน/บุคคลของสหกรณ์				
	เจ้าหน้าที่สหกรณ์			
1.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์			
2.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการและให้คำแนะนำ			
3.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการรวดเร็ว อบอุ่น			
4.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีทัศนคติสุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำมีมนุษยสัมพันธ์			
5.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี			
	คณะกรรมการสหกรณ์			
1.	คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม			
2.	คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหาร จัดการงาน			
6. ปัจจัยทางด้านการบวนการในการให้บริการ				
1.	การคิดค่าบริการ เช่น ค่าธรรมเนียมเงินกู้ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ถูกต้องรวดเร็ว			
2.	การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิกที่ถูกต้องรวดเร็ว			
3.	การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ			
4.	ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาในการให้บริการ			
5.	การแจ้งข่าวสารการให้บริการแก่สมาชิก			
6.	มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี			
7.	ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัย เชื่อถือได้			
7. ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ				
1.	ความสะอาดของอาคารสถานที่			

ลำดับ	รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
2.	สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอ มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร			
3.	การให้ความดูแลและบริการสมาชิกเสมือนญาติพี่น้อง			
4.	การให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาให้แก่สมาชิก			

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ช่องหรือเติมข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

คำถาม ท่านพบปัญหาและอุปสรรคต่อไปนี้ระดับใด

ลำดับ	รายการ	ปัญหาและอุปสรรค		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (มูลค่าหุ้น เงินกู้และอัตราดอกเบี้ย)				
1.	การให้บริการด้านการสะสมค่าหุ้น			
2.	การให้บริการด้านการรับฝากเงิน			
3.	การให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์			
4.	การให้บริการด้านสวัสดิการของสหกรณ์			
5.	การให้บริการฝ่ายจัดการหรือเจ้าหน้าที่สหกรณ์			
2. ปัจจัยด้านราคา (เงินปันผล เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ย)				
1.	การให้ผลตอบแทนค่าหุ้น (เงินปันผล)			
2.	การให้ผลตอบแทนเงินให้กู้ (เฉลี่ยคืน)			
3.	การให้ผลตอบแทนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (ร้อยละ 3.25 ต่อปี)			
4.	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทฉุกเฉิน (ร้อยละ 9 ต่อปี)			
5.	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ประเภทสามัญ(ร้อยละ 9 ต่อปี)			
3. ปัจจัยด้านสถานที่				
1.	สถานที่ตั้ง และอาคารสำนักงานของสหกรณ์			
2.	การติดต่อกับสหกรณ์มีความสะดวก			
3.	การจัดสำนักงาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในของสำนักงาน			

ลำดับ	รายการ	ปัญหาและอุปสรรค		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
4.	การจัดเก็บเอกสารของสหกรณ์			
5.	วัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความทันสมัยเหมาะสมต่อการใช้งาน			
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การให้กู้ยืมเงิน)				
1.	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์เพียงพอ			
5. ปัจจัยทางด้านพนักงาน				
	เจ้าหน้าที่สหกรณ์			
1.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านสหกรณ์			
2.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ			
3.	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีอัตราสัณยคติมีมนุษยสัมพันธ์สุภาพเรียบร้อยในการให้คำแนะนำ			
	คณะกรรมการสหกรณ์			
1.	คณะกรรมการสหกรณ์มีประการณ์ในการทำงานร่วมกันเป็นทีม			
2.	คณะกรรมการสหกรณ์มีความรู้ความสามารถในการบริหาร จัดการงาน			
6. ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ				
1.	การจ่ายเงินกู้ให้แก่สมาชิก และการคิดค่าบริการ ถูกต้องและรวดเร็ว			
2.	การแจ้งข่าวสารของสหกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิกมีความรวดเร็ว			
7. ปัจจัยทางด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ				
1.	สหกรณ์มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่สำหรับต้อนรับลูกค้าเพียงพอ มีเก้าอี้ โต๊ะ สำหรับสมาชิกกรอกเอกสาร			

ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวจิรัตติกาญจน์ กอคำ
เกิดเมื่อ	20 กรกฎาคม 2523
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2542 โรงเรียนหอพระเชียงใหม่ พ.ศ. 2544 โรงเรียนพัฒนการศึกษานาเชียงใหม่ พ.ศ. 2546 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2547 เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2549 เจ้าหน้าที่บริหารงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ องค์การสวนพฤกษศาสตร์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่