



คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2

SERVICES QUALITY THAT EFFECT TO SELECTION DECISION
OF SAVING COOPERATIVE FOR MEMBER
IN BANGKOK METROPOLITAN (AREA 1-2)

จิรวรรณ ศุขสมิตร
JEERAWAN SUKSAMITH

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2563



คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2

SERVICES QUALITY THAT EFFECT TO SELECTION DECISION
OF SAVING COOPERATIVE FOR MEMBER
IN BANGKOK METROPOLITAN (AREA 1-2)

จิรวรรณ สุขสมิตร
JEERAWAN SUKSAMITH

การค้นคว้าอิสระเสนอต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อการค้นคว้าอิสระ คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2

ชื่อ นามสกุล นางสาวจิรวรรณ สุขสมิตรี

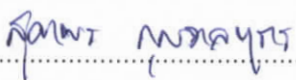
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชา การตลาด

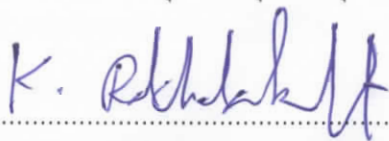
คณะ บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศพร มุ่งวิชา

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการค้นคว้าอิสระฉบับนี้แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณชลบุตร)

.....กรรมการ

(ดร.ธนากร รัชตกุลพัฒน์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศพร มุ่งวิชา)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับการค้นคว้าอิสระ

ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

.....คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(ดร.รัตนาวลี ไม้สัก)

วันที่ 17 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2
ชื่อ นามสกุล	นางสาวจีรวรรณ สุขสมิตร
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กลุ่มวิชา	การตลาด
คณะ	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มประชากรคือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2562 จำนวน 1,210,043 คน กลุ่มตัวอย่างทำการสุ่มจากประชากร โดยทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของทาโรยามาเน่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (Independent Sample T-test) การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาการให้บริการ การทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลคือ อายุ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

สหกรณ์ออมทรัพย์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขต กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสมาชิกสหกรณ์ที่อายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ น้อยกว่ากลุ่มที่อายุ 46 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ มากกว่ากลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6-10 ปี และกลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 - 15 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาคูณการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนากุณการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนากุณการที่ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจ, บริการสหกรณ์ออมทรัพย์

Independent Study Title	Services Quality that Effect to Selection Decision of Saving Cooperative for Member in Bangkok Metropolitan (Area 1-2)
Author	Miss Jeerawan Suksamith
Degree	Master of Business Administration
Field Study	Marketing
Academic Year	2020

Abstract

The objectives of this study were to study personal factors, service quality, and the decision to choose the service of savings cooperatives in Bangkok to study personal factors that affect the decision to choose the service of savings cooperative members in Bangkok, and to study the quality of service that affects the decision to choose the service of savings cooperative members in Bangkok. The population was 1,210,043 savings cooperative members in Bangkok in 2019. The samples were randomly selected from the population by Purposive Sampling of 400 people. The sample size was determined according to Taro Yamane method. The data was analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics were: independent sample T-test, one-way ANOVA analysis, Pearson's Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis.

The study results showed that the overall service quality level of savings cooperatives in Bangkok was high. The aspects that the sample group thought was of the highest quality was the facilities and responses to member services. The most important factors affecting the decision to use the services of the sample group were human resource development and service development. The study hypothesis test showed that personal factors namely age and membership duration in a savings cooperative affected the decision to use the service of savings cooperative member in Bangkok at a significant level of 0.05. The cooperative members aged 26-35 years focused on service development less than those aged 46 years and over at the statistical significance of 0.05. The group of 16-year membership focused more on

service development than those at the group of 6-10 year membership and the group of 11-15 years of membership at a significant level of 0.05. The service quality factors on trustworthiness, confidence, and knowing and understanding service recipients had a positive influence on the decision to use the savings cooperative service on cooperative business development aspect at the significant level of 0.05. The service quality factors on trustworthiness, confidence, and knowing and understanding service recipients had a positive influence on the decision to use the savings cooperative service on human resource development aspect at the significant level of 0.05. The service quality factors on trustworthiness and knowing and understanding service recipients had a positive influence on the decision to use the savings cooperative service on service development aspect at the significant level of 0.05. The service quality factors on confidence and facilities had a positive influence on the decision to use the savings cooperative service on service area development aspect at the significant level of 0.05.

Keywords: Quality of Service; Decision; Service of Savings Cooperatives



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศพร มุ่งวิชา อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นของการวิจัยมาโดยตลอด รวมทั้ง รองศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร และ ดร.ธนากร รัชตกุลพัฒน์ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการประจำหลักสูตรซึ่งคอยช่วยประสานงานด้วยดี รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือจากเพื่อนทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตลอดจนการสนับสนุนจากครอบครัวที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จิรวรรณ ศุขสมิตรี



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 คำถามของการวิจัย	5
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
1.7 ประโยชน์ของการวิจัย	6
1.8 คำนิยามศัพท์	7
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ และคุณภาพการให้บริการ	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	19
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสหกรณ์	26
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
3. วิธีดำเนินการวิจัย	45
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	47
3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานศึกษา	49
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	53
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	56
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก ของสหกรณ์ออมทรัพย์	58
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา	60
5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	79
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	86
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	91
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	99

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	ตารางแสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของยามานะ	46
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	53
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	53
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	53
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	54
4.5	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	54
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	55
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.8	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของการให้บริการ	55
4.9	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	57
4.10	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์	59
4.11	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ	61
4.12	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	62
4.13	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่	63
4.14	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส	64
4.15	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา	65

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.16	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	66
4.17	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	67
4.18	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามระยะเวลา การเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	67
4.19	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามระยะเวลา การเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นรายคู่	69
4.20	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้	70
4.21	การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภท ของการใช้บริการ	71
4.22	วิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้ บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร	72
4.23	วิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการ ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร	73
4.24	การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจ ของสหกรณ์กับคุณภาพการให้บริการ	74
4.25	การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนา บุคลากรกับคุณภาพการให้บริการ	75

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.26	การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนา การให้บริการกับคุณภาพการให้บริการ	76
4.27	การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนา สถานที่ให้บริการกับคุณภาพการให้บริการ	77
4.28	สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการบริการ และคุณภาพการให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร	77



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ จำนวนการคงอยู่ และการเลิกกิจการสหกรณ์	3
1.2	จำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร	3
1.3	กรอบแนวคิดการวิจัย	6



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากและเป็นเครื่องมือสำคัญของการทำงานทุกด้าน ทั้งด้านการศึกษา อุตสาหกรรม เกษตรกรรม พาณิชยกรรม สาธารณสุข การวิจัยและพัฒนา รวมถึงสหกรณ์ออมทรัพย์ ที่มีการแข่งขันกันสูงมากในปัจจุบัน เพื่อให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของคณะบุคคลที่ร่วมกันดำเนินกิจการสหกรณ์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และเป็นระบบมากยิ่งขึ้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกของการทำธุรกรรมต่าง ๆ และพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีการนำอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กึ่งรูปแบบต่าง ๆ หรือโทรศัพท์มือถือมาใช้เพื่อเพิ่มช่องทางการขยายฐานลูกค้าและหารายได้ ลดต้นทุนในการดำเนินงาน ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขันในธุรกิจนี้และเพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจต่าง ๆ ด้วย สหกรณ์ออมทรัพย์จัดเป็นสหกรณ์อีกประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน มีกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกออมและกักเงินได้เมื่อมีความจำเป็น โดยมีการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจการรับฝากเงินของสมาชิก การให้กู้ การให้บริการเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาของตนเอง ตลอดจนจนถึงการจัดสวัสดิการในรูปแบบการช่วยเหลือสมาชิก เช่น การจัดสวัสดิการทุนช่วยเหลือการศึกษาบุตรของสมาชิก สงเคราะห์สมาชิกในยามเจ็บไข้ การออกจางาน การเกษียณอายุราชการสำหรับผู้ประกอบอาชีพข้าราชการหรือลูกจ้างประจำ ในสถานประกอบการมีรายได้เป็นเงินเดือน ที่ประสบค่าครองชีพครุรายได้อาจจะไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น หากมีความเดือดร้อนจำเป็นต้องกู้ยืมเงิน จะกู้จากสถาบันการเงินอื่นอาจจะไม่ได้ รับการพิจารณา หากกู้จากนายทุนจะต้องจ่ายดอกเบี้ยที่สูง (วิมลสุตตา แจ่มเปล้า, 2559)

จากการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ ถือได้ว่า สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นการดำเนินธุรกิจในลักษณะของการให้บริการซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการให้บริการนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกโดยการสร้างคุณภาพการบริการพร้อมทั้งหยิบยื่นและส่งเสริมความประทับใจที่เป็นเลิศให้กับสมาชิกเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีและก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีให้กับสมาชิกต่อไปการสร้าง ความมั่นใจในคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิกจะส่งผลถึงสภาวะ

จิตใจของสมาชิกที่มารับบริการ หากคุณภาพในการให้บริการรวมถึงการบริการที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกปัญหา ดังกล่าวจะทำให้เกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับการพัฒนางานในองค์กร เป้าหมายหลักที่สำคัญของการให้บริการ คือ การพัฒนาคุณภาพการบริการที่มาจากกระบวนการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการที่มีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือบริการจัดการน้อยแต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมากคุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับความสนใจและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการทั้งในเรื่องการให้บริการและผลสัมฤทธิ์ของงานผู้รับบริการจะทำหน้าที่ที่เป็นทั้งผู้ประเมินและผู้เสนอแนะความเห็นในการปรับปรุงบริการต่อไปเรื่องคุณภาพการให้บริการนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับบริการมากที่สุดคุณภาพเกิด จากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น กล่าวโดยสรุปว่า คุณภาพการใช้บริการ คือ การบริการที่ดีโดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและรับรู้ในการให้บริการ หากผู้รับบริการได้รับบริการเป็นไปตามความคาดหวัง (อัจฉราภรณ์ ชูวงษ์, 2559)

ในปัจจุบันสหกรณ์จัดแบ่งเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน สหกรณ์มีบทบาทในการสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ทำธุรกิจเพื่อให้สวัสดิการแก่สมาชิก ดูแลด้านสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ ลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ สอดคล้องรับกับการเมืองภายในเชื่อมโยงนโยบายประเทศสู่การปฏิบัติงาน ดังนั้น สหกรณ์ควรเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ระบบร้านค้าออนไลน์ ระบบการชำระเงินออนไลน์ ระบบการประชุมอิเล็กทรอนิกส์ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ดังภาพ 1.1 แสดงจำนวนสมาชิกของสหกรณ์ จำนวนการคงอยู่ และการเลิกกิจการสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562)

ภาพ 1.1 จำนวนสมาชิกของสหกรณ์ จำนวนการคงอยู่ และการเลิกกิจการสหกรณ์

ประเภทสหกรณ์	สถานะสหกรณ์											
	ยังไม่เริ่มดำเนินการ			ดำเนินการ			เลิกสหกรณ์ (อยู่ระหว่างชำระบัญชี)			รวม		
	สหกรณ์	ชุมนุม สหกรณ์	รวม	สหกรณ์	ชุมนุม สหกรณ์	รวม	สหกรณ์	ชุมนุม สหกรณ์	รวม	สหกรณ์	ชุมนุม สหกรณ์	รวม
สหกรณ์ภาคการเกษตร	33	0	33	3,453	94	3,547	903	26	929	4,389	120	4,509
สหกรณ์การเกษตร	33	0	33	3,294	91	3,385	871	25	896	4,198	116	4,314
สหกรณ์ประมง	0	0	0	73	2	75	28	1	29	101	3	104
สหกรณ์นิคม	0	0	0	86	1	87	4	0	4	90	1	91
สหกรณ์นอกภาคการเกษตร	58	1	59	3,126	20	3,146	356	3	359	3,540	24	3,564
สหกรณ์ออมทรัพย์	19	0	19	1,389	10	1,399	67	0	67	1,475	10	1,485
สหกรณ์ร้านค้า	0	0	0	130	2	132	63	1	64	193	3	196
สหกรณ์บริการ	36	1	37	1,033	5	1,038	200	1	201	1,269	7	1,276
สหกรณ์เครดิตยูเนียน	3	0	3	574	3	577	26	1	27	603	4	607
รวม	91	1	92	6,579	114	6,693	1,259	29	1,288	7,929	144	8,073
	Active 6,785						Non-Active 1,288			Total 8,073		

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562)

ภาพ 1.2 จำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ที่	จังหวัด	สหกรณ์ออมทรัพย์			
		สหกรณ์	สมาชิก	ชุมนุม	สมาชิก
	รวมทั้งหมด	1,408	3,080,486	10	1,687
	กรุงเทพมหานคร	339	1,210,043	5	388
1	สำนักงานส่งเสริมสหกรณ์ พื้นที่ 1	161	642,942	2	178
2	สำนักงานส่งเสริมสหกรณ์ พื้นที่ 2	178	567,101	3	210

ที่มา: กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2562)

จากข้อมูลแสดงจำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่า มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นโดยมีการจัดจ้างเจ้าหน้าที่และขยายงานเพิ่มขึ้นทุกปี สหกรณ์ออมทรัพย์ควรที่จะพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการ รูปแบบการให้บริการ และวิธีการให้บริการ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในยุคโลกดิจิทัล ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับ “คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อให้การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

ให้บริการในรูปแบบที่ทันสมัย สามารถแข่งขันและรองรับการเปลี่ยนแปลงในยุคไทยแลนด์ 4.0 และสามารถขยายกิจการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เนื้อหาในการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

1.3.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

- ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และประเภทของการใช้บริการ
- คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

1.3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการพัฒนารูปร่างของสหกรณ์ ด้านการพัฒนามูลากร ด้านการพัฒนาการให้บริการ และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ

1.3.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2562 จำนวน 1,210,043 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562) โดยกลุ่มตัวอย่างกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ฯ จำนวน 400 คน

1.4 คำถามของการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไร

1.4.2 คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไร

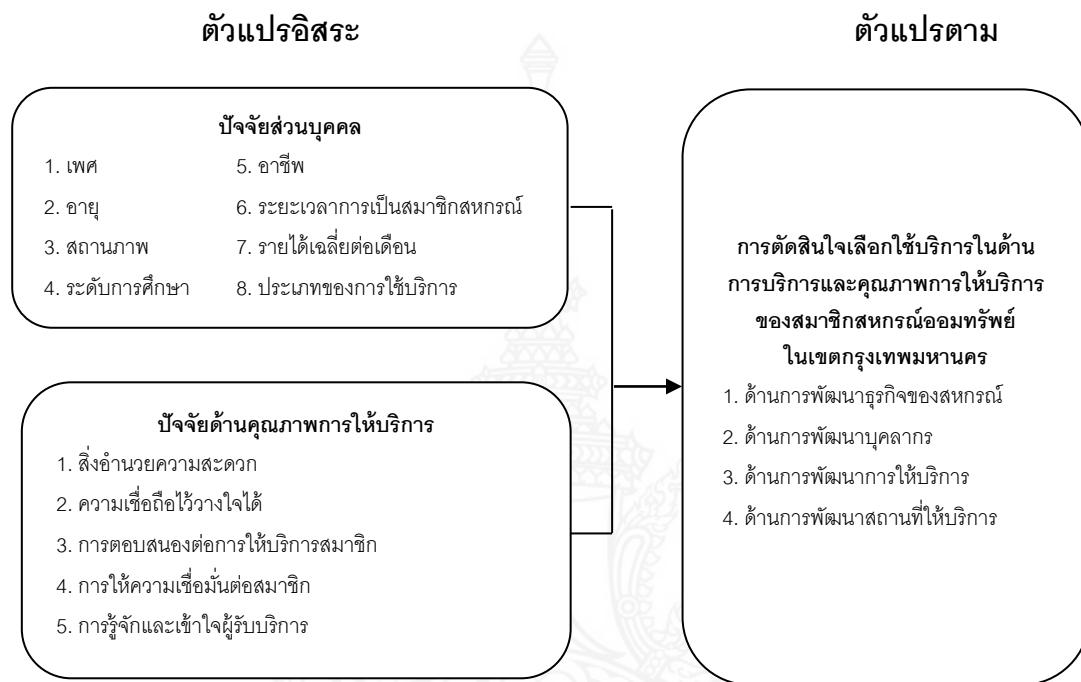
1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.5.2 คุณภาพการให้บริการ ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพ 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย



1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 นำผลวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ และพัฒนาด้านธุรกิจ ด้านการให้บริการของบุคลากร และสถานที่เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1.7.2 นำผลการศึกษาที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ทั้งทางด้านธุรกิจ การพัฒนากุณลักษณ์ การพัฒนาการให้บริการ

1.8 คำนิยามศัพท์

เพศ หมายถึง เพศของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

อายุ หมายถึง กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอายุระหว่าง ไม่เกิน 25 – 60 ปี

สถานภาพ หมายถึง สถานภาพ โสด แต่งงาน หย่าร้าง หรือเป็นหม้ายของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

อาชีพ หมายถึง อาชีพของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

ประเภทของการใช้บริการ หมายถึง ประเภทของการใช้บริการของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการงานด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มาติดต่อขอให้บริการของสหกรณ์ เช่น ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ลักษณะทางกายภาพทั่วไปที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในใช้บริการของสมาชิก เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายไปรับบริการ ส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานที่ทำงานของสมาชิก เมื่อสมาชิกมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก็สามารถให้ข้อมูลได้ทันที มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น Mobile Application สามารถติดต่อสอบถามได้ตลอดเวลา เงื่อนไขและเอกสารไม่ยุ่งยากในการทำเรื่องกู้เงินต่าง ๆ

ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง การรับรู้หรือความรู้สึกพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์ ในการให้ที่มีความครบถ้วน ถูกต้อง โปร่งใส ชัดเจนของระบบข้อมูล สมาชิกสามารถตรวจสอบผลการประกอบการของสหกรณ์ได้ เพราะมีการชี้แจงให้สมาชิกได้รับทราบทุกเดือน สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการบริหารงานได้ด้วยตัวเองจึงมีความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการบริหารงาน

การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก หมายถึง เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรผู้ให้บริการ มีความพร้อมในทุก ๆ ด้านและความเต็มใจที่จะบริการสมาชิก สามารถตอบคำถามชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาได้รวดเร็ว ถูกต้อง สมาชิกสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย มีการกระจายการบริการและประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ไปถึงสมาชิกอย่างทั่วถึง สามารถกำหนดขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสมกับสมาชิก

การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก หมายถึง ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการบริหารงานของสหกรณ์อย่างเป็นระบบ มีความซื่อสัตย์สุจริต ตั้งใจ มุ่งมั่น รับผิดชอบต่องานหน้าที่ของตน การดำเนินงานของสหกรณ์มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการให้บริการ มีความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อสมาชิก

การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง ความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่เข้าใจสมาชิกแต่ละรายให้บริการตรงตามความต้องการของสมาชิก และเข้าใจสภาพปัญหา ให้คำแนะนำที่เหมาะสม ดูแลใส่ใจได้ทั่วถึง สามารถจดจำข้อมูล รายละเอียดของสมาชิกแต่ละคนได้ การให้บริการด้วยความรัก เมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกพึงได้รับอย่างเหมาะสม การให้บริการมีความเสมอภาค

การตัดสินใจ หมายถึง ทักษะของสมาชิกสหกรณ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาการให้บริการ และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ

ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ หมายถึง การตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ ต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกิจของสหกรณ์ได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ฯ การขยายวงเงินกู้ยืมเพิ่มขึ้น ตามความจำเป็นของสมาชิก ธุรกิจรับฝากออมทรัพย์ จัดกิจกรรมที่ปลูกฝังหรือเสริมสร้างอุปนิสัยให้สมาชิกรักการออม มีวินัยการออม

ด้านการพัฒนาบุคลากร หมายถึง ทักษะของสมาชิกต่อการตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ในการพัฒนาการบริการของสหกรณ์ เจ้าหน้าที่ควรศึกษา / แสวงหาความรู้ ที่ทันสมัยเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย นโยบาย เพื่อนำมาเผยแพร่ให้กับสมาชิก เจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วยความสุภาพรวมทั้งการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อสมาชิก ให้บริการด้วยความเต็มใจ

ด้านการพัฒนาการให้บริการ หมายถึง การตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อสวัสดิการช่วยเหลือสมาชิก ด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา การมีรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ควรส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการที่ เป็นประโยชน์แก่สมาชิกอย่าง

สม่ำเสมอ ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและทั่วถึง ปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับสมาชิกและมีความยืดหยุ่นในบางกรณี

ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ หมายถึง การตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการพัฒนาสถานที่ของสหกรณ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และจัดห้องสำนักงานให้เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดบริเวณสถานที่ให้บริการให้มีความสะอาดและปลอดภัย มีการพัฒนาทัศนียภาพของสหกรณ์ใหม่ ให้มีความสวยงาม นำเข้ามาให้บริการ มีการพัฒนาการจัดกิจกรรมในสถานที่บริการ

สหกรณ์ออมทรัพย์ หมายถึง จำนวนสหกรณ์ออมทรัพย์ทั้งหมด 700 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2 โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสหกรณ์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560) คือ

1. เพศ (Sex) คือ เพศของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
2. อายุ หมายถึง กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีอายุระหว่าง ไม่เกิน 25 – 60 ปี
3. สถานภาพ หมายถึง สถานภาพ โสด แต่งงาน หย่าร้าง หรือเป็นหม้ายของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
4. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
5. อาชีพ หมายถึง อาชีพของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
6. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
8. ประเภทของการใช้บริการ หมายถึง ประเภทของการใช้บริการของกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ของสมาชิกสหกรณ์เท่านั้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการและคุณภาพการให้บริการ

2.2.1 ความหมายของการบริการ

การศึกษาเกี่ยวกับกับคุณภาพการให้บริการ พบว่า มีนักคิด นักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้

ชนะดา วีระพันธ์ (2558) ให้ความหมายคำว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำติดต่อกันและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง การจัดอำนวยความสะดวกก็เป็น การให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็น การให้บริการ การให้บริการจึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือให้แก่ผู้ใช้บริการ

Cronin & Taylor (2015) กล่าวว่าในแง่แนวคิดทางวิชาการแนวคิดพื้นฐานในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือเกินความต้องการสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการนั้น ผู้บริโภคจะดำเนินการเปรียบเทียบเพื่อจะทราบว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

การพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดข้างต้น กล่าวได้ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถประเมินได้จากทั้ง 3 องค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และลักษณะที่สอง คุณภาพการให้บริการสามารถประเมินได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลักเช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ โดยนักวิจัยส่วนใหญ่จะให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพ

การให้บริการในแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ของ Parasuraman (2015) ซึ่งเป็นอีกโมเดลหนึ่งในสายการตลาดที่เป็นบริการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางในการสร้างการบริการที่มีคุณภาพซึ่งระบุด้านหรือมิติที่สำคัญต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพไว้ 5 ด้านที่เรียกว่า RATER ดังนี้

1. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) คือ การที่ลูกค้ารู้สึกว่าจะไว้วางใจให้ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ การให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำไม่ผิดพลาด ตรงเวลา และตรงต่อความต้องการของผู้รับบริการ

2. การรับประกัน (Assurance) คือ การที่ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ สามารถรับประกันความเชื่อมั่นให้ลูกค้าได้ด้านนี้เกิดจากความรู้และอัธยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสถานบริการ

3. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) คือ การที่ลูกค้าได้มองเห็นความเพียบพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่าง ๆ ด้านนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องของเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ทุกอย่างที่ลูกค้าเห็น ห้องรับรอง การจัดรูปแบบสถานบริการ เครื่องแบบที่สวมใส่ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่รับรู้ได้จากการมองเห็นเกี่ยวกับพนักงานบริการ

4. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) คือ การที่ลูกค้ารู้สึกว่าสถานบริการเอาใจใส่ ด้านนี้คือ เรื่องการ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา” คือ การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นอย่างดีเอาใจใส่ในความต้องการที่แตกต่างแบบเฉพาะราย สามารถจดจำชื่อลูกค้า รวมถึงการเปิดให้บริการในวันเวลาที่สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของลูกค้า

5. ความรวดเร็วหรือการตอบสนอง (Responsiveness) คือ การที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการตอบสนอง ด้านนี้หมายถึง การไม่เคยปฏิเสธลูกค้าก่อน โดยต้องพยายามหาทางทำตามความต้องการ ตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้า ทันทีที่ลูกค้าถามทันทีที่ลูกค้าร้องขอ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (2015) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการจากการศึกษาของ Parasuraman และคณะ พบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขา

ได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ ลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสำคัญ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1. Reliability (ความไว้วางใจ) ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้องโดยที่มีต้องมีผู้ช่วยเหลือ
2. Tangibles (สิ่งที่สามารถจับต้องได้) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ
3. Responsiveness (การสนองตอบลูกค้า) ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า
4. Credibility (ความน่าเชื่อถือ) ความซื่อสัตย์เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ
5. Security (ความมั่นคงปลอดภัย) ปราศจากอันตรายความเสี่ยงและความลึกลับสงสัย
6. Access (ความสะดวก) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย
7. Communication (การสื่อสาร) การรับฟังลูกค้าและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้
8. Understanding the Customer (ความเข้าใจลูกค้า) พยายามที่จะทำความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า
9. Competence (ความสามารถ) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ในการให้บริการลูกค้า
10. Courtesy (ความสุภาพและความเป็นมิตร) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตรเกรงใจและให้เกียรติลูกค้า

จากการศึกษาข้างต้น กล่าวสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ เกิดจากการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการนั้น ๆ แล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 10 ด้าน 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ 3) ด้านการสนองตอบลูกค้า 4) ด้านความน่าเชื่อถือ 5) ด้านความมั่นคงปลอดภัย 6) ด้านความสะดวก 7) ด้านการสื่อสาร 8) ด้านความเข้าใจลูกค้า 9) ด้านความสามารถ และ 10) ด้านความสุภาพและความเป็นมิตร

2.2.2 ความสำคัญของการบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะบริการ คือ หัวใจที่สำคัญในของธุรกิจทุกธุรกิจ ธุรกิจใดที่สามารถเข้าไปช่วยเหลือให้ความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ยิ่งสามารถทำให้มียอดขายหรือผู้มาใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะธุรกิจที่มีสินค้าเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนชื่อนั้น จะประสบความสำเร็จได้ ก็จะต้องมีการบริการที่ดี ทำให้เกิดการซื้อซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนในองค์กรจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งชั้นหรือสูญเสียลูกค้าไป (เจตน์สฤทธิ สัจพันธ์, 2561)

ปัจจุบันนี้การบริการเป็นเรื่องของการบริการลูกค้า ที่มุ่งเน้นให้เกิดความสำคัญของการบริการ ฟังพอใจสูงสุด ความพึงพอใจเป็นหนึ่งในความรู้สึกของมนุษย์ ที่จะสามารถให้ความรู้สึกได้ทั้งบวก และลบ หากเป็นความรู้สึกที่เป็นทางบวกนั้นมนุษย์ก็จะรู้สึกมีความสุขด้วยการแสดงออกทางคำพูด อากัปกริยา เช่น การยิ้ม การพูดจาที่ดี แต่หากเป็นความรู้สึกด้านลบก็จะแสดงออกด้วยความไม่พอใจ อารมณ์โกรธ และนำมาซึ่งความไม่พอใจต่อการบริการนั้น ในทุกองค์กร และทุกสถานที่จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของความพึงพอใจ (อรุณพร อธิมาตร์ไมตรี, 2559)

สรุปได้ว่า บริการต่าง ๆ ควรทำให้เกิดผลต่อลูกค้าในทางบวก เพราะอย่างที่เรารับรู้ หากผลทางลบ ก็จะทำให้ผลเสียต่อตัวบริษัทหรือองค์กรนั้น ยกตัวอย่างเช่น ถ้าต้องการเข้าร้านอาหารสักร้าน ร้านนั้นอาหารอร่อยมาก แต่พนักงานไม่ใส่ใจลูกค้า ลูกค้าจึงมีสิทธิที่จะเลือกไม่รับบริการร้านนั้นได้ ซึ่งหากเป็นบอยร้านค้าก็จะไม่สามารถขายได้

2.2.3 องค์ประกอบของการบริการ

ธวรรณ สุริยะวรรณ (2559) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการบริการ ไว้ดังนี้

1. ผู้รับบริการ หรือลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการ คือ ความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ องค์ประกอบอื่น ๆ อีก 4 องค์ประกอบนั้นต่างก็ถูกกำหนดหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อการสร้าง ความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการทั้งสิ้น

2. หน่วยบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ และเป็นได้ทั้งหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชน หน่วยงานบริการจะมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจ ผู้บริหาร หน่วยงานมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดคุณภาพของการบริการ เนื่องจากอยู่ในฐานะผู้นำของ หน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรงและมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของหน่วยงาน

3. ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ เป็นผู้ที่ดำเนินการบริการ หรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการ โดยตรง โดยอาจจะมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวต่อผู้รับบริการหรือไม่ก็ได้

4. ผลลัพธ์บริการ เป็นกระบวนการ หรือวิธีการนำเสนออรรถประโยชน์หรือคุณค่าต่าง ๆ ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ

5. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า องค์ประกอบทางกายภาพจึงครอบคลุมถึงสิ่งต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ บรรยากาศและเครื่องแบบของพนักงาน

การให้บริการจะไม่มีปัญหา ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหาคือการบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป

2.2.4 แนวคิดของการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2559) ได้กล่าวถึง แนวคิดในการวัดคุณภาพของการให้บริการว่า ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพของการให้บริการ และผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับ เกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว กับความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ

ในการวัดคุณภาพของบริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ ซึ่งมี 5 ข้อ ได้แก่

1. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามสัญญา หรือควรจะเป็นอย่างถูกต้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของบริการ เช่น ธนาคารต้องการรักษาเงินในสมุดบัญชีให้อยู่ครบทุกบาททุกสตางค์

3. ความรวดเร็ว การตอบสนองต่อลูกค้าเป็นความรวดเร็วและตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ

4. การรับประกัน/ ความมั่นใจ เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถและความสุภาพ

5. การดูแลใส่ใจลูกค้าเป็นรายบุคคล เป็นการดูแลเอาใจใส่การให้บริการอย่างตั้งใจ ตั้งใจ เน้นการให้บริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

Parasuraman, Zeithamal & Berry (2016) ได้มีแนวคิดด้านการกำหนด เครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 22 รายการ ซึ่งกระจายมาจาก 5 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ คือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

1.1 ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น Mobile Application, ระบบโปรแกรมสหกรณ์ช่วยในการให้บริการที่รวดเร็ว

1.2 สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ สถานที่ที่ตั้งสะดวกในการใช้บริการของสมาชิก เพราะส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานที่ทำงานของสมาชิก

1.3 ระยะเวลาในการใช้บริการไม่นาน เพราะมีจำนวนของเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการ

1.4 เงื่อนไขและเอกสารที่ใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากในการทำธุรกรรม

2. ความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย

2.1 ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ถูกต้องและแม่นยำ

2.2 สมาชิกสามารถตรวจสอบผลประกอบการของสหกรณ์ได้

2.3 การให้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง โปร่งใสและชัดเจนของระบบข้อมูล

2.4 สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการในการบริหารงานได้

3. การตอบสนอง ประกอบด้วย

3.1 มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว

3.2 ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกด้วยความเต็มใจ

3.3 กำหนดขั้นตอนการให้บริการของสมาชิกแต่ละราย

3.4 ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการและมีการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ไปถึงสมาชิกอย่างทั่วถึง

4. การรับประกัน/ ความมั่นใจ ประกอบด้วย

4.1 ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการบริหารงานของสหกรณ์อย่างเป็นระบบ

4.2 การสร้างความปลอดภัยและเชื่อในการรับบริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ตั้งใจมุ่งมั่นรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตน

4.3 สหกรณ์มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ทุกขั้นตอน

4.4 พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นการให้บริการของสหกรณ์

5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ประกอบด้วย

5.1 การให้ความสนใจและเข้าใจสมาชิกแต่ละราย ให้บริการตรงตามความต้องการของสมาชิก

5.2 ดูแลใส่ใจได้ทั่วถึง สามารถจดจำข้อมูล รายละเอียดของสมาชิกแต่ละคนได้

5.3 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้วยความรัก เมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างเหมาะสม

5.4 ให้บริการด้วยความเสมอภาค

นวลอนงค์ วิเชียร (2559) ได้ทำการแบ่งองค์ประกอบของการรับรู้คุณภาพบริการเป็น 5 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (Convenient) การตอบสนองของลูกค้า (Responsiveness) สิ่งที่มีมองเห็นได้ (Tangibles) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) และความใส่ใจในคความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งแต่ละมิติมีรายละเอียด ดังนี้

1. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของบุคลากรในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ ดังนั้น สหกรณ์สามารถช่วยเหลือหรือทำตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ได้ เช่น การมีสวัสดิการให้กับบุคคลภายในสหกรณ์ได้จริง การได้รับการบริการจากสหกรณ์ในฐานะสมาชิกคนหนึ่ง เป็นต้น

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความไว้วางใจที่ผู้รับบริการมีต่อผู้ให้บริการที่ต้องมีความน่าเชื่อถือและสามารถเป็นที่ไว้วางใจให้กับผู้รับบริการได้ ดังนั้น สหกรณ์มีความน่าเชื่อถือและซื่อสัตย์ในการบริหารจัดการเงินออมทรัพย์ของสมาชิก มีการชี้แจงหรือบอกรายละเอียดในการใช้จ่ายอยู่เสมอ เพื่อให้สมาชิกทุกคนได้รับรู้และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

3. การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ดังนั้น สหกรณ์สามารถตอบสนองความต้องการหรือสามารถช่วยเหลือสมาชิกได้ เช่น การแบ่งเงินปันผลให้แก่สมาชิก การให้ความช่วยเหลือหรือบริการสมาชิกของสหกรณ์ในด้านต่าง ๆ เช่น ทางด้านการทำงาน เป็นต้น

4. การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก หมายถึง ความเชื่อมั่นนั้น ถือว่าเป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการนั้น มีความรู้ความสามารถ มีความสุภาพอ่อนน้อม และมีจริยธรรมในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ลูกค้าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐาน ปลอดภัย ไร้กังวล ดังนั้น สหกรณ์ต้องมีความใส่ใจและเพิ่มความมั่นใจให้กับสมาชิกทุกคนในสหกรณ์ เช่น สหกรณ์ต้องมีความชัดเจนและเปิดเผยในการกระทำต่าง ๆ สามารถตรวจสอบได้ เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นหรือความมั่นใจให้แก่สมาชิกที่มีต่อสหกรณ์

5. การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการอย่างตั้งใจ ถือเป็นเรื่องประกอบที่สำคัญอีกหนึ่งประการ เพราะจากการเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า นั้น ต้องได้รับการตอบสนองและมีการเน้นย้ำเรื่องการบริการ หรือถ้าเกิดมีปัญหารายบุคคลนั้น ๆ พนักงานต้องช่วยแก้ปัญหาให้ตาม วัตถุประสงค์ และทำการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้ ดังนั้น สหกรณ์มีความเข้าใจต่อตัวของสมาชิกในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น มีความจำเป็นในการใช้เงิน ค่าใช้จ่ายในเรื่องสุขภาพ หรือค่าใช้จ่ายของบุตร เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การให้บริการแก่ผู้มารับบริการถือเป็นหัวใจสำคัญของหน่วยงานที่เป็นการบริการ เช่น หน่วยงานราชการ ธนาคาร หรือศูนย์บริการต่าง ๆ รวมไปถึงสหกรณ์ออมทรัพย์และการบริการถือว่าเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการ สะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการตามองค์ประกอบความพึงพอใจคุณภาพบริการของแต่ละคนที่มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ตามที่วิรัชฐิตา แจ้งเปล่า (2559) ได้กล่าวไว้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะใช้องค์ประกอบของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ อันได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวก 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก และ 5) การรู้จักและเข้าใจผู้บริการ เพื่อนำมาทดสอบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ที่มีต่อสมาชิก

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการตัดสินใจ มีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามไว้ ดังนี้

กวี วงศ์พุ่ม (2559) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทาง ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Axelrod(2015) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทาง ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

Greco, Figueira & Ehr Gott (2016) การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่

Hunter (2017) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าการตัดสินใจนั้นถือเป็นกระบวนการสร้างหรือเลือกทางเลือกของผู้บริโภค โดยจะเริ่มจากตัวผู้บริโภคเกิดการตระหนักถึงความต้องการ (Need) หรือตระหนักถึงปัญหา (Problem) ซึ่งอาจเกิดจากความปรารถนาภายในหรือเกิดจากอิทธิพลภายนอกเข้ามา มีอิทธิพล เช่น การโฆษณา การรับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

Truman (2018) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกสิ่งหนึ่งหรือหลาย ๆ สิ่ง หรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ และวิธีการที่เลือกนั้นย่อมได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมหรือดีที่สุด และตรงกับเป้าหมายขององค์การด้วย

Luhmann (2018) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

White (2018) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจ

ซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายการตัดสินใจ สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจคือการเลือกจะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในทางเลือกที่มีหลายทางเลือก โดยจะมีกระบวนการในการเลือกของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป แต่โดยหลักแล้วจะมีกระบวนการตัดสินใจอยู่ 5 การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

2.3.2 องค์ประกอบการตัดสินใจ

ทรี วงศ์พุดม (2559) ได้แบ่งองค์ประกอบการตัดสินใจไว้ดังนี้

1. ตัวผู้ตัดสินใจ โดยผู้ตัดสินใจมีความสามารถในการประเมินคุณค่า ประโยชน์ หรือความสำคัญของทางเลือกแต่ละอย่าง
2. ทางเลือกของผู้ตัดสินใจที่จะเผชิญกับทางเลือกจำนวนหนึ่ง ซึ่งถ้าไม่มีทางเลือกก็ไม่ต้องเลือก
3. ผลของทางเลือกในอดีต จะขึ้นอยู่กับทางเลือก ซึ่งการเลือกแต่ละอย่างแตกต่างกันและไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการตัดสินใจมี 3 องค์ประกอบคือ ตัวผู้ตัดสินใจ ทางเลือก และผลของทางเลือกในอดีต

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Luhmann (2018) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค สามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอน ซึ่งสรุป ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem Recognition) พฤติกรรมการซื้อจะมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับจากการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณาที่จูงใจหรือเห็นคนรอบข้างใช้สินค้านั้น ๆ เป็นต้น สอดคล้องกับ Truman (2018) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น (Problem Recognition) แนวคิดการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อที่มีความต้องการ หรือมีปัญหาที่ต้องการแก้ไขความต้องการอาจเกิดขึ้นได้โดยมีแรงกระตุ้นจากภายในหรือภายนอก

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว การค้นหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้น ๆ สอดคล้องกับ Truman กล่าวว่า การค้นหาข่าวสาร/ข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคซึ่งถูกแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการจะรวบรวมข้อมูล/ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรืออาจจะต้องใช้ความพยายามในการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งแหล่งข้อมูลหลัก ๆ ของผู้บริโภคนั้นมี 4 ประเภท ดังนี้ แหล่งข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย เป็นต้น แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย ฉลากสินค้า เป็นต้น แหล่งข้อมูลที่เปิดเผยทั่วไป ได้แก่ สื่อโฆษณา องค์กรที่จะลำดับสำหรับ ผู้บริโภค เป็นต้น และ แหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ ได้แก่ การตรวจสอบสินค้า การใช้สินค้า เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้ว จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ สอดคล้องกับ Truman กล่าวว่า การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นแนวคิดในการประเมินทางเลือกของผู้ซื้อที่มีแนวคิดพื้นฐาน ดังนี้ 1) ผู้บริโภคพยายามหาทางที่จะสนองความต้องการของตนเอง 2) ผู้บริโภคจะแสวงหาความเชื่อจากสินค้าที่เสนอทางแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่ 3) ผู้บริโภคมองสินค้าแต่ละตัวเสมือนกลุ่มคุณลักษณะของสินค้า ซึ่งมีความสามารถในการส่งมอบประโยชน์อันหลากหลายที่ผู้ซื้อแสวงหาเพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งคุณลักษณะของสินค้าที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อจะแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้า และ 4) ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มตราสินค้าเพื่อดูว่าสินค้าแต่ละชนิดนั้นมีคุณลักษณะอย่างไร และความเชื่อมั่นในตราสินค้านี้จะนำไปสู่การสร้างภาพพจน์ต่อตราสินค้า ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามการกลั่นกรองจากประสบการณ์ที่มีผลมาจากการเลือกที่จะรับรู้ เลือกที่จะบิดเบือน และเลือกที่จะเก็บข้อมูลของผู้บริโภค การประเมินคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของสินค้านั้นผู้บริโภคอาจให้น้ำหนักแต่ละคุณลักษณะของสินค้าที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของคุณลักษณะต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อได้แล้ว แต่อย่างไรก็ตามอาจจะมีผลกระทบจากทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of Others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) ซึ่งอาจทำให้ไม่เกิดการตัดสินใจซื้อ

นอกจากนี้ Truman กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคจะมีความชอบในตราสินค้าในกลุ่มสินค้าที่สามารถสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งเขาอาจจะมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าที่เขาให้ความสนใจมากที่สุด อย่างไรก็ตามก็มีปัจจัย 2 ตัวที่แทรกแซงระหว่างความตั้งใจที่จะซื้อ และตัดสินใจซื้อ ได้แก่

- ทศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) ทศนคติของบุคคลอื่นจะมีอิทธิพลทำให้ความชอบของผู้บริโภคลดลงได้โดย ระดับของทศนคติด้านลบของบุคคลอื่นที่มีต่อทางเลือกที่ผู้บริโภคพอใจและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่จะยินยอมตามความต้องการของบุคคลอื่น

- สถานการณ์ซึ่งไม่สามารถคาดเดาได้ (Unanticipated Situation Factors) ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นและมีผลกระทบทำให้ความตั้งใจที่จะซื้อมีการเปลี่ยนแปลง เช่น ผู้ซื้อตงงาน การซื้อต้องทำอย่างเร่งด่วน หรือพนักงานขายทำให้ผู้ซื้อไม่พอใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ การตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการนั้นผู้บริโภคจะต้องทำการตัดสินใจเลือก 1) ตราสินค้า 2) ผู้ขาย 3) ปริมาณที่จะซื้อ 4) เวลาที่จะซื้อ และ 5) วิธีการชำระเงิน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าผู้บริโภคพอใจอาจทำการซื้อซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจผู้บริโภคอาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้น้อยลงตามไปด้วย นอกจากนี้ Truman กล่าวว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงความพอใจหรือไม่พอใจผ่านประสบการณ์การใช้สินค้า/บริการ ซึ่งงานของนักการตลาดไม่ได้หยุดแค่เพียงการซื้อของผู้บริโภค แต่จะต้องมีการตรวจสอบถึงประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- ความพอใจหลังการซื้อ (Post Purchase Satisfaction)

- พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Actions) ความพอใจหรือไม่พอใจของผู้ซื้อจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อในครั้งต่อไป ซึ่งอาจจะมีการกระทำต่าง ๆ ดังนี้ การกระทำที่เปิดเผย (Public Action) ได้แก่ การฟ้องร้องต่อศาล และการกระทำส่วนตัว (Private Action) ได้แก่ การหยุดซื้อสินค้า (Exit Option) หรือการเตือนเพื่อนเกี่ยวกับการซื้อสินค้า (Voice Option)

- พฤติกรรมการใช้และการทิ้งสินค้าหลังการซื้อ (Post Purchase Use and Disposal)

นอกจากนี้ Hunter (2017) ยังอธิบายเพิ่มว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ลูกค้าจะเป็นบุคคลที่มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องใดก็ตามก็จะมีกระบวนการตัดสินใจที่คล้าย ๆ กัน คือ มีกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ซึ่งการที่บุคคลจะรับรู้ถึงปัญหานั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความคิด ทักษะของแต่ละบุคคล โดยสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ต่อไปนี้

1.1) สินค้าที่ใช้อยู่เดิมหมด เมื่อสินค้าเดิมหมดลง ก็ย่อมทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการขาดหายสิ่งอำนวยความสะดวก จึงเกิดเป็นปัญหาและความต้องการเกิดขึ้นกับบุคคลนั้น ๆ ได้

1.2) ผลของสิ่งของในอดีตก่อให้เกิดปัญหา คือ การใช้งานผลิตภัณฑ์อันเก่า แต่ผลิตภัณฑ์อันเก่าให้ก่อให้เกิดปัญหาที่ต้องซื้อผลิตภัณฑ์ตัวใหม่มาแก้ไขให้สิ่งของ เครื่องมือ เครื่องใช้สามารถใช้งานได้เหมือนเดิม

1.3) เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของบุคคล คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ จำเป็นให้เกิดความต้องการใหม่เกิดขึ้น หรืออาจจะต้องซื้อสิ่งของเครื่องใช้ใหม่ เนื่องจากสินค้าอันเกิดไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้เหมือนในอดีต

1.4) เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านครอบครัว คือ เมื่อมีครอบครัวที่ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง ก็ย่อมต้องเปลี่ยนแปลงสิ่งของ เครื่องใช้ให้เหมาะสมกับจำนวนบุคคลในครอบครัวด้วย จึงก่อให้เกิดความต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว

1.5) เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเงิน คือ การเปลี่ยนในสถานะทางการเงินทั้งทางบวกและทางลบ ย่อมก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างไปจากเดิม ทำให้เกิดความต้องการที่แปลกใหม่ขึ้นด้วย

1.6) เกิดการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิง คือ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงกลุ่มอ้างอิงหรือเรียกง่าย ๆ ว่า การเปลี่ยนแปลงกลุ่มตัวอย่างในการใช้ชีวิตในแต่ละช่วงวัย หรือในแต่ละช่วงชีวิต ย่อมก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เรียนแบบ ทำให้เกิดความต้องการตามกลุ่มอ้างอิงนั้น ๆ ตามไปด้วย

1.7) ประสิทธิภาพการส่งเสริมทางการตลาดสูงขึ้น ก็ย่อมทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหามากยิ่งขึ้น ก็ย่อมทำให้เกิดความต้องการตามการส่งเสริมทางการตลาดเหล่านั้นตามไปด้วย

เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลอาจจะหาทางแก้ไขปัญหากลับไปหาปัญหานั้นเป็นปัญหาที่ใหญ่ แต่ถ้าปัญหาที่รับรู้เป็นปัญหาที่เล็ก บุคคลนั้นก็อาจจะไม่แก้ไขปัญหานั้น และปล่อยให้มันผ่านไป แต่ถ้าบุคคลต้องการแก้ไขปัญหานั้น บุคคลจะเริ่มด้วยการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหานั้น

2) การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อผู้บริโภคเกิดปัญหา ผู้บริโภคจะเริ่มค้นหาข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้น เพื่อช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ โดยจะค้นหาข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1) แหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคล (Personal Search) คือ แหล่งข้อมูลที่ได้มาจากบุคคล ไม่ว่าจะเป็นคนในครอบครัว เพื่อน พี่ น้อง หรือกลุ่มที่ทำงาน กลุ่มอ้างอิง หรือแม้แต่ผู้ที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ

2.2) แหล่งข้อมูลทางธุรกิจ (Commercial Search) คือ แหล่งข้อมูลที่ได้จากสถานที่จำหน่ายสินค้า

2.3) แหล่งข้อมูลข่าวสารทั่วไป (Public Search) คือ แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนทั่วไป เช่น อินเทอร์เน็ตโทรทัศน์ วิทยุ

2.4) ข้อมูลจากประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Experimental Search) คือ แหล่งข้อมูลที่เคยสัมผัส เคยใช้มาแล้ว โดยในการแสวงหาข้อมูลนี้ ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคมีข้อมูลประสบการณ์ในอดีตของแต่ละคนว่ามีมากมีน้อยเพียงใด

3) การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้แสวงหาและค้นหาข้อมูลมาเพียงพอแล้ว ก็จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อที่จะได้ตัดสินใจเลือกสินค้าที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง โดยขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้า ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า หรือและอาจเกี่ยวข้องกับการประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคแต่ละคนด้วย ว่ามีความชื่นชอบในตราสินค้าไหนเป็นพิเศษหรือไม่ โดยมีแนวคิด

3.1) คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การวิเคราะห์และประเมินผลที่ได้จากการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ว่า มีประโยชน์ในด้านไหนบ้าง มีประโยชน์กับใครบ้าง คุ่มค่าที่จะซื้อหรือไม่ ถ้ามีประโยชน์หลายด้าน และประโยชน์เหล่านั้นตรงกับความต้องการของตนก็จะทำการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้า

3.2) ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คือ การวิเคราะห์และประเมินสินค้านั้น ๆ ว่ามีความเหมาะสมกับราคาและประโยชน์ที่จะได้รับหรือไม่ ถ้ามีความเหมาะสมก็ง่ายต่อการตัดสินใจที่จะซื้อ

3.3) ความเชื่อถือต่อตราสินค้าและยี่ห้อ (Brand Beliefs) คือ การวิเคราะห์และประเมินความน่าเชื่อถือต่อตราสินค้า และยี่ห้อสินค้า ว่าถูกผลิตมาจากหน่วยงานใด หน่วยงานนั้นได้รับมาตรฐานหรือไม่ มีการตรวจเช็คสินค้ายี่ห้อก่อนนำมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคหรือไม่

3.4) ความพึงพอใจ (Utility Function) คือ การใช้ความรู้สึก ทศนคติของผู้บริโภค ว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดกับสินค้านั้น และอาจทำการเปรียบเทียบสินค้าในหลาย ๆ ชนิดว่ามีความพึงพอใจสินค้าชนิดไหนมากที่สุด ถึงจะเลือกและตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ

3.5) กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) คือ วิธีในการตัดสินใจที่ดีที่สุดวิธีหนึ่ง คือ การนำคุณสมบัติของสินค้า ความสำคัญของสินค้า ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า คิววิเคราะห์แยกแยะว่าสินค้าชนิดไหนตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด ก็ทำการเลือกซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ

4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Marking) การตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคแต่ละคนจะใช้ข้อมูลและระยะเวลาที่แตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใดสักอย่าง ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคแต่ละคน

5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการตัดสินใจซื้อสินค้าไปแล้ว จะเกิดให้เกิดพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งพฤติกรรมหลังการซื้อนี้จะก่อให้เกิดเป็นความรู้สึก เมื่อได้ลองใช้สินค้าที่เลือกซื้อมาจริง ๆ ว่ามีคุณสมบัติตามที่บริษัทหรือหน่วยงานผู้ผลิตให้ข้อมูลหรือไม่ ถ้ามีคุณสมบัติตามที่บริษัทผู้ผลิตโฆษณา มีการใช้งานที่ดี ก็อาจจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการกลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป หรืออาจจะเป็นการให้คำแนะนำกับผู้ที่มองหาสินค้าที่ตนใช้ดีอยู่ก็ได้

อัจฉราภรณ์ ชูวงษ์ (2559) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ไว้ว่า เป็นการที่บุคคลเลือกที่จะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ หมายถึง การศึกษาวิเคราะห์ การให้คำปรึกษา การแนะนำเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการผลิตในระดับธุรกิจให้มีคุณภาพและ ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของตลาด และส่งเสริมการตลาดแก่สหกรณ์กลุ่มเกษตรกร กลุ่มสตรีสหกรณ์ กลุ่ม เยาวชนสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ และกลุ่มลักษณะอื่น ที่จัดตั้งขึ้นมาให้มีการดำเนินการทางด้านธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มและสมาชิกของกลุ่ม โดยในการดำเนินธุรกิจหรือดำเนินการใด ๆ ของกลุ่มนั้น ๆ ถ้ามีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น จะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดด้วย

2. ด้านการพัฒนาบุคลากร หมายถึง การเผยแพร่ และให้ความรู้ความเข้าใจในระบบสหกรณ์ว่าด้วยเรื่องอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ ให้แก่บุคลากรภายในสหกรณ์อยู่เสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างทักษะ ศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กร

3. ด้านการพัฒนาการให้บริการ หมายถึง ประสานงานให้ความช่วยเหลือในการดูแลรักษาและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตโดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบดูแล รักษา ซ่อมแซมเทคโนโลยีการผลิตของสหกรณ์หรือกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจน สนับสนุนให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นความประทับใจของบุคคลที่มีต่อสหกรณ์มากที่สุด

4. ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ หมายถึง การปรับปรุงสถานที่ให้มีความสะดวกสบายในการใช้บริการหรือเข้ามาติดต่อ สามารถเดินทางหรือเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกและปลอดภัย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของสหกรณ์

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการตัดสินใจ สามารถกล่าวสรุปได้ว่า การตัดสินใจคือการที่ผู้บริโภคพิจารณาในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง โดยมีการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการในด้านการบริการและคุณภาพการให้บริการ 1) ด้านการพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ 2) ด้านพัฒนาบุคลากร 3) ด้านการพัฒนาการให้บริการ และ 4) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ เพื่อนำมาพิจารณาและเปรียบเทียบประเมินทางเลือก ดังนั้น สมาชิกหรือบุคคลผู้ใช้บริการนั้นมักจะเกิดการตัดสินใจจากด้านการพัฒนาการให้บริการ เพราะการอำนวยความสะดวก การบริการที่ดีเป็นสิ่งที่ทำให้ตัวบุคคลเกิดความพึงพอใจจึงเป็นตัวที่ซื่อสัตย์และบ่งบอกได้อย่างชัดเจนว่าการบริการที่ดีมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลเป็นอย่างมาก จนนำไปสู่การตัดสินใจและพฤติกรรมหลังการรับบริการจะเป็นตัวกำหนดว่าจะมีการใช้บริการซ้ำหรือรักษาฐานลูกค้าไว้คงเดิม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสหกรณ์

2.4.1 ความหมายของสหกรณ์

ความหมายของสหกรณ์ มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายไว้ใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (ม.ป.ป.: 2) พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ได้บัญญัติว่า สหกรณ์ หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้

อเนก เขียวถาวร (2558) กล่าวว่า สหกรณ์ หมายถึง องค์การของกลุ่มบุคคลที่ร่วมกัน โดยสมัครใจ เพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อความต้องการและ เป้าหมายของสมาชิกที่เป็นเจ้าของร่วมกัน ภายใต้หลักประชาธิปไตย

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2558) สหกรณ์ หมายถึง องค์การของบรรดาบุคคลซึ่งรวมกลุ่มกัน โดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลัก ประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม

สหกรณ์เป็นองค์กรทางเศรษฐกิจและสังคมที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยการลงหุ้น ร่วมกัน จัดการร่วมกันในการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือบริการตามความต้องการหรือ ผลประโยชน์อย่างเดียวกันของบรรดาสมาชิก สมาชิกแต่ละคนมีสิทธิออกเสียงได้หนึ่งเสียงในการ บริหารสหกรณ์ โดยไม่ขึ้นกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์โคนม, (กฎ) คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและ สังคม โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ จาก ความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า สหกรณ์ คือ องค์กรธุรกิจที่เกิดจากการรวมกลุ่ม กันของ คณะบุคคลจัดตั้งขึ้น จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกัน ดำเนินกิจการและเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.4.2 ประเภทสหกรณ์

1. สหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพทางการเกษตร ร่วมกัน จัดตั้งขึ้น และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิก ดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ ของสมาชิก และช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

ความเป็นมาสหกรณ์การเกษตรแห่งแรกได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2459 ชื่อว่า สหกรณ์ วัดจันทร์ ไม่จำกัดสินใช้ ในจังหวัดพิษณุโลก เป็นสหกรณ์การเกษตรชนิดไม่จำกัด มีขนาดเล็กใน ระดับหมู่บ้านตั้งขึ้นในหมู่เกษตรกรที่มีรายได้ต่ำและมีหนี้สินมากมีสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 16 คน

ทุนดำเนินงาน จำนวน 3,080 บาท เป็นค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 80 บาท และเป็นทุนจากการกู้ยืมจาก กสยท (ธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน) จำนวน 3,000 บาท

วัตถุประสงค์สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวมโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ทำให้สมาชิกมีปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น จากการกู้เงิน สหกรณ์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ มาประกอบอาชีพ ทำให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองหรือมีที่ดินทำกินมากกว่าเดิม ทั้งในรับความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิต ตั้งแต่การใช้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การใช้ปุ๋ย การใช้ยาปราบศัตรูพืช การเก็บรักษาผลผลิตอย่างมีคุณภาพ ผลิตผลที่ได้จึงเป็นไปตามความต้องการของตลาด ส่งผลให้สหกรณ์และบุคคลในครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และการอนามัย

2. สหกรณ์ประมง คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ชาวประมง เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ ซึ่งชาวประมงแต่ละคนไม่สามารถแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ตามลำพัง บุคคลเหล่านี้จึงร่วมกันโดยยึดหลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเป็นมา สหกรณ์ประมงแห่งแรกได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2492 ชื่อว่าสหกรณ์ ประมงพิษณุโลก จำกัด ในท้องที่อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นสหกรณ์ประมงประเภทน้ำจืด มีสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 54 คน ดำเนินการจัดสรรที่ทำกิน การจำหน่าย การแปรรูป และขออนุญาตสัมปทานให้สมาชิกจับสัตว์น้ำได้โดยสะดวก วัตถุประสงค์ สหกรณ์ประมงดำเนินการให้ความรู้ทางด้านวิชาการในเรื่องการจัดหา วัสดุอุปกรณ์ที่เหมาะสม และมีคุณภาพในการเพาะเลี้ยง การเก็บรักษาและการแปรรูปสัตว์น้ำแก่ สมาชิก รวมทั้งให้ความช่วยเหลือทางด้านธุรกิจการประมง คือ การจัดหาเงินทุนให้สมาชิกกู้ไป ลงทุนประกอบอาชีพ การจัดหาวัสดุการประมงมาจำหน่าย การจัดจำหน่ายสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ สัตว์น้ำ การรับฝากเงินและสงเคราะห์สมาชิกเมื่อประสบภัยพิบัติ ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับทำให้สมาชิกมีแหล่งเงินกู้ที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำมาลงทุน ประกอบอาชีพ ชื่อวัสดุอุปกรณ์และสิ่งของจำเป็นที่สหกรณ์นำมาจำหน่ายในราคาที่เป็นธรรม เมื่อมีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์สหกรณ์จะรวบรวมขายไปในราคาที่สูงขึ้น บริการรับฝากเงินเพื่อความสะดวก ปลอดภัยให้แก่สมาชิก และสมาชิกจะได้รับการศึกษาอบรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพการประมง ตามหลักวิชาการแผนใหม่ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและ

ปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบของทุกคนตามหลักการและวิธีการสหกรณ์

3. สหกรณ์นิคม คือ สหกรณ์การเกษตรในรูปแบบหนึ่งที่มีการดำเนินการจัดสรรที่ดินทำกินให้ราษฎร การจัดสร้างปัจจัยพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้ที่อยู่อาศัยควบคู่ไปกับการดำเนินการจัดหาสินเชื่อ ปัจจัยการผลิตและสิ่งของที่จำเป็น การแปรรูปการเกษตร การส่งเสริม อาชีพ รวมทั้งกิจการให้บริการสาธารณูปโภคแก่สมาชิก ความเป็นมาได้เริ่มดำเนินงานเป็นแห่งแรกที่อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เมื่อปี พ.ศ. 2478 โดยดำเนินการจัดซื้อที่นาราชพัสดุ จากกระทรวงการคลัง เนื้อที่ 4,109 ไร่เศษ มาจัดสรร ให้สมาชิก 69 ครอบครัวในรูปแบบของสหกรณ์การเช่าซื้อที่ดิน ต่อมาในปี พ.ศ. 2481 ได้จัดตั้งนิคม สหกรณ์ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 7,913 ไร่ และได้จัดสหกรณ์การเช่าที่ดินในเขต ป่าสงวนแห่งชาติที่เสื่อมสภาพแล้ว ที่อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อปี พ.ศ. 2518

วัตถุประสงค์ เพื่อการจัดนิคม คือ การจัดหาที่ดินมาจัดสรรให้แก่ราษฎรประกอบอาชีพทางการเกษตร ตลอดจนจัดบริการด้านสาธารณูปโภคแก่สมาชิก เพื่อการจัดสหกรณ์ คือ การรวบรวมราษฎรที่ได้รับจัดสรรที่ดิน จัดตั้งขึ้นเป็นสหกรณ์ งานจัดนิคม เป็นงานที่ดินทำกินให้ราษฎรโดยวิธีการสหกรณ์ มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1) การจัดหาที่ดิน

สหกรณ์นิคม โดยอาศัยพระราชบัญญัติจัดที่ดินเพื่อการครองชีพ พ.ศ. 2511 โดยกรมส่งเสริมสหกรณ์ขอรับที่ดินรกร้างว่างเปล่าที่คณะกรรมการจัดที่ดินแห่งชาติจำแนกเป็นที่จัดสรรเพื่อการเกษตร นำมาจัดสรรให้ราษฎรเช่าครอบครองทำประโยชน์ และส่งเสริมให้จัดตั้งขึ้นเป็นสหกรณ์ ซึ่งเมื่อสมาชิกได้ปฏิบัติครบถ้วนตามข้อบังคับของสหกรณ์แล้ว ก็จะได้กรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ได้รับจัดสรรนั้นในที่สุด

สหกรณ์การเช่าซื้อที่ดิน โดยอาศัยประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ. 2497 และนโยบาย ของรัฐบาลในเรื่องการจัดหาที่ดินให้ราษฎร กรมส่งเสริมสหกรณ์จึงจัดซื้อที่ดินขององค์การ หรือ เอกชนนำมาปรับปรุงจัดสรรให้รวบรวมกันจัดตั้งขึ้นเป็นสหกรณ์ซึ่งเมื่อสมาชิกได้ส่งชำระเงินค่า เช่าซื้อที่ดินและปฏิบัติการอันครบถ้วนตามข้อบังคับของสหกรณ์แล้ว ก็จะได้กรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ได้รับจัดสรรนั้นในที่สุด

สหกรณ์การเช่าที่ดิน กรมส่งเสริมสหกรณ์จะนำที่ดินป่าสงวนแห่งชาติที่เสื่อมโทรมแล้ว มาจัดสรรให้ราษฎร และจัดตั้งขึ้นเป็นสหกรณ์ สมาชิกจะมีสิทธิ์ เช่าครอบครองทำกินในที่ดินที่ได้รับจัดสรรนั้นโดยเสียค่าเช่าในอัตราต่ำ และที่ดินจะตกทอดทางมรดกไปยังลูกหลานได้

ตลอดไป แต่ห้ามมิให้โอนกรรมสิทธิ์ สหกรณ์นิคมทั้ง 3 รูปนี้ คงมีเพียง 2 รูปแรกที่สมาชิกจะได้ที่ดินเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ส่วนในรูปของสหกรณ์การเช่าที่ดินนั้น สมาชิกจะได้เพียงสิทธิการให้ที่ดินโดยการเช่าและ สิทธิที่ตกทอดทางมรดกตลอดไปเท่านั้น

2) การวางแผนและปรับปรุงที่ดิน เมื่อได้รับที่ดินแปลงใดมาจัดสหกรณ์แล้วทางราชการ จะสำรวจรายละเอียดสภาพภูมิประเทศ ชนิดและลักษณะดิน ปริมาณน้ำฝน จากนั้นจะวางแผนผัง การการใช้ที่ดินว่าควรดำเนินการสร้างบริการสาธารณูปโภคอย่างไรบ้าง เช่น ถนน การชลประทาน โรงเรียน สถานือนามัย ฯลฯ

3) การรับสมัคร และคัดเลือกบุคคลเพื่อรับการจัดสรรที่ดิน

4) การอนุญาตให้เข้าทำประโยชน์ในที่ดิน

5) การกำหนดเงื่อนไขการใช้ที่ดิน และการได้กรรมสิทธิ์ที่ดิน งานจัดสหกรณ์ เมื่อจัดราษฎรเข้าครอบครองทำประโยชน์ในที่ดิน ที่จัดหามาเรียบร้อยแล้ว แล้วขั้นต่อไป คือ การรวบรวมราษฎรที่ได้รับจัดสรรที่ดินนั้นจัดตั้งเป็นสหกรณ์ขึ้น และขอจด ทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 เพื่อให้เกษตรกรมีสถาบันของตนเอง ที่จะเป็นสื่อกลางในการอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ส่วนการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์จะมีลักษณะเช่นเดียวกับ สหกรณ์การเกษตร ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ทำให้สมาชิกสหกรณ์มีสหกรณ์เป็นสถาบันที่เป็น สื่อกลางในการขอรับบริการต่าง ๆ จากรัฐบาล และเป็นสถาบันที่อำนวยความสะดวกในด้านการ จัดหาสินเชื่อ การร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย การส่งเสริมการเกษตรและการฝึกอบรม ซึ่งเป็นการเสริมสร้างให้เกิดระบบที่ดีในการจัดการการผลิต และการตลาดโดยสมาชิก เพื่อสมาชิกในการ ประกอบอาชีพอย่าง มั่นคงจนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

4. สหกรณ์ร้านค้า คือ สหกรณ์ที่มีผู้บริโภคร่วมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อจัดหาสินค้า เครื่องอุปโภค บริโภคมาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป โดยจดทะเบียนตามกฎหมายสหกรณ์ในประเภท สหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคลซึ่งสมาชิกผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นเจ้าของ สมาชิกลงทุน ร่วมกันใน สหกรณ์ด้วยความสมัครใจเพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคและ เพื่อผลดีฐานะทางเศรษฐกิจของตนและหมู่คณะ

ความเป็นมาของสหกรณ์ร้านค้าจัดตั้งขึ้นโดยชาวชนบท อำเภอสวน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2480 และได้เล็ดลอดไป ต่อมารัฐบาลได้มีนโยบายที่จะช่วยเหลือด้านการครองชีพให้กับประชาชน โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งสหกรณ์ร้านค้าขึ้น ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งสหกรณ์ร้านค้าที่จัดตั้งขึ้นในเมืองที่ ประชาชนหนาแน่นจะประสบความสำเร็จมากกว่าสหกรณ์ร้านค้าที่ตั้งในชนบท

วัตถุประสงค์ สหกรณ์ร้านค้าจะจัดหาสิ่งของและบริการที่สมาชิกมีความต้องการ มาจำหน่าย ช่วยจำหน่ายผลิตผล ผลิตภัณฑ์ของสมาชิก ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ทางด้าน สหกรณ์ และด้านการค้าให้แก่สมาชิกสหกรณ์ ปลุกจิตสำนึกให้สมาชิกรู้จักประหยัด ช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ร่วมมือและประสานงานกับสหกรณ์และหน่วยงานอื่นทั้งภายในและ นอกประเทศในอันที่จะเกื้อกูลกันและกัน ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ทำให้สมาชิกมีสถานที่ซื้อ ขายสินค้าจำเป็นตามราคาตลาดในชุมชน ซึ่งเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ เทียบตรงในการชั่ง ตวง วัด ตามความต้องการของสมาชิก เมื่อสิ้นปีสหกรณ์มีกำไรสุทธิประจำปี สมาชิกจะได้รับเงินปันผล ตามหุ้นและเงินเฉลี่ยคืน ตามส่วนที่ได้ทำธุรกิจกับสหกรณ์ การซื้อขายด้วยเงินสดสินค้าจะมีราคา ที่ถูกกว่าเงินผ่อน ทำให้สมาชิกมีความรอบคอบในการจัดหาสินค้าราคาถูกมาจำหน่ายเพื่อ ประโยชน์ของสมาชิก

5. สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ สถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพ อย่างเดียวกันหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความ จำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวงและได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ สามารถกู้ยืมเงินได้เมื่อเกิดความจำเป็นตามหลักการช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเป็น มาสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งแรกในประเทศไทย จัดตั้งขึ้นในหมู่ข้าราชการ สหกรณ์และ พนักงานธนาคารเพื่อการสหกรณ์ จดทะเบียนเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2492 คือ สหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดลินใช้ และได้แพร่หลายไปในหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั่วประเทศ ส่วนสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชนแห่งแรก คือ สหกรณ์เครดิตยูเนียนแม่มูล จำกัด จดทะเบียนเมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2522 วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์ โดยการรับฝากเงินและให้ ผลตอบแทนใน รูปของดอกเบี้ยอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์ และโดยการถือหุ้นหัก ณ ที่จ่าย เป็นรายเดือนแต่ไม่เกิน 1 ใน 5 ของหุ้นทั้งหมด เมื่อสิ้นปีทางบัญชีต้องจ่ายเงินปันผลค่าหนี้ให้แก่ สมาชิกในอัตราที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งให้บริการด้านเงินกู้แก่สมาชิกตามความจำเป็น ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ เป็นแหล่งเงินฝากและเงินกู้ของสมาชิก ทำให้สมาชิกรู้จักเก็บออมเงิน และไม่ต้องไปกู้เงินนอกระบบทำให้สถาบันครอบครัวมีความมั่นคงขึ้น

6. สหกรณ์บริการ คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ โดยมีประชาชน ไม่น้อยกว่า 10 คน ที่มีอาชีพอย่างเดียวกันได้รับความเดือดร้อนในเรื่องเดียวกันรวมตัวกันโดยยึด หลักการประหยัด การช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งการ ส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงในอาชีพต่อไป

ความเป็นมาสหกรณ์บริการแห่งแรกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2484 เป็นการรวมตัวกันในกลุ่มผู้มีอาชีพทำไร่ ชื่อสหกรณ์ผู้ทำไร่บ่อสร้าง จำกัดสินใช้ อยู่ที่ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อมาในปี พ.ศ. 2496 ได้มีการจัดตั้งสหกรณ์บริการไฟฟ้าหนองแขม จำกัด อำเภอหนองแขม กรุงเทพมหานคร เป็นสหกรณ์ที่ให้บริการด้านสาธารณูปโภค และในปี พ.ศ. 2497 จัดตั้งสหกรณ์มีดอรัญญิก จำกัด ที่ตำบลทุ่งช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีสหกรณ์บริการอีกหลายแบบตามมา เช่น สหกรณ์เคหสถาน สหกรณ์แท็กซี่ สหกรณ์หัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ไม้ สหกรณ์บริการน้ำประปา สหกรณ์ผู้จัดหางานแห่งประเทศไทย ฯลฯ วัตถุประสงค์ เพื่อดำเนินธุรกิจด้านการบริการตามรูปแบบของสหกรณ์ ส่งเสริม สวัสดิการแก่สมาชิกและครอบครัว ส่งเสริมการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่ สมาชิกร่วมมือกับสหกรณ์อื่นและหน่วยงานอื่นเพื่อความก้าวหน้าของกิจการสหกรณ์ ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ สมาชิกมีสหกรณ์เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาฝีมือการ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ต้องการของตลาด มีแหล่งรวม ซื่อรวม ขยาย ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ ช่วยให้สมาชิกสหกรณ์ประกอบอาชีพได้ถูกต้องตาม กฎหมาย เมื่อสิ้นปีทางบัญชีถ้าสหกรณ์มีกำไรสุทธิประจำปี สมาชิกสหกรณ์จะได้รับเงินปันผลตาม หุ้นและเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนที่ทำธุรกิจกับสหกรณ์

7.สหกรณ์เครดิตยูเนียน คือ สหกรณ์อเนกประสงค์ ตั้งขึ้นโดยความสมัครใจของสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน เช่น อาศัยในชุมชนเดียวกัน ประกอบอาชีพเดียวกัน หรือในสถานที่เดียวกัน หรือมีกิจกรรมร่วมกันเพื่อการรู้จักช่วยเหลือตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้สมาชิก ประหยัดและออม เพื่อการรู้จักช่วยตนเองเป็นเบื้องต้นและเป็นพื้นฐานในการสร้างความมั่นคงแก่ตนเองและครอบครัว ความเป็นมาสหกรณ์เครดิตยูเนียน เป็นอีกสหกรณ์ประเภทหนึ่ง ตามประกาศ กฎกระทรวงกำหนดประเภทของสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียน พ.ศ. 2548 เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2548 เพื่อส่งเสริมให้เกิดการรวมคนเพื่อทำกิจกรรมเรื่องการออม และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นในประเทศไทยได้ เริ่มจัดตั้งกลุ่มขึ้นแห่งแรกเมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2508 “กลุ่มเครดิตยูเนียนแห่งศูนย์กลางเทวา” และได้แพร่ขยายการจัดตั้งสหกรณ์และกลุ่มเครดิตยูเนียนทั่วประเทศไทยขึ้นเป็น จำนวนมากภายใต้ปรัชญาและอุดมการณ์สหกรณ์เครดิตยูเนียนที่มุ่งจะพัฒนาคนให้ช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการและวิธีการสหกรณ์ รวมทั้งเพื่อพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับมีดังนี้

1) เป็นคนรู้จักประหยัดและออม สหกรณ์เครดิตยูเนียนจัดตั้งในชุมชนของสมาชิก สมาชิกของสหกรณ์จึงมีที่สะสมเงินที่สะดวกและรวดเร็วไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปฝากเงินในที่ไกล ๆ แม้มีเงินจำนวนน้อยหรือมากก็ตามสมาชิกก็สามารถที่จะสะสมได้

2) ช่วยแก้ไขปัญหาการเงิน เมื่อสมาชิกมีความเดือดร้อนหรือความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินสมาชิกมีสิทธิที่จะขอกู้เงินจากสหกรณ์ได้ในอัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรม

3) สร้างความมั่นคงแก่สมาชิกและครอบครัว สหกรณ์เครดิตยูเนียนแต่ละแห่งจะจัดให้มีบริการในรูปแบบต่าง ๆ แล้วแต่ความต้องการของสมาชิกและเงินทุนที่สหกรณ์มีอยู่ ซึ่งมีส่วนสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นแก่ครอบครัวและสมาชิก

4) สามารถพัฒนาชุมชนและสังคม กิจกรรมของสหกรณ์เครดิตยูเนียนช่วยให้ประชาชนในชุมชนเกิดการประหยัดและออม เพื่อสร้างกองทุนขึ้นในชุมชน เพื่อช่วยเหลือบำบัดความทุกข์ร้อนที่เกิดขึ้นเพื่อให้รู้จักการแก้ไขและตัดสินใจช่วยเหลือกันในชุมชนของตนเอง เป็นการฝึกผู้นำ ในชุมชนสหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่น ในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม ความเอื้ออาทรต่อ คนอื่นโดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2558) อุดมการณ์สหกรณ์ คือ แนวความเชื่อที่ว่า วิธีการสหกรณ์จะช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมของมวลสมาชิก ให้มีความกินดีอยู่ดีและมีสันติสุข โดยการช่วยเหลือตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีหลักปฏิบัติ ดังนี้

1) การร่วมมือกัน การดำเนินงานต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างมวลสมาชิก เพื่อทำธุรกิจต่าง ๆ และมีการร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์ต่อสหกรณ์

2) การช่วยเหลือตัวเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สมาชิกสหกรณ์ควรรู้จักช่วยเหลือตัวเอง พึ่งตนเองก่อน แล้วจึงร่วมกันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน พึ่งพาอาศัยกัน

3) การประหยัด สมาชิกสหกรณ์ควรเก็บออมทรัพย์ที่หามาได้ เพื่อให้มีใช้นาน ๆ และเก็บ สะสมจนมั่นคงต่อไป

4) การไม่เอาัดเอาเปรียบ และไม่มุ่งแต่แสวงหากำไร

5) ความซื่อสัตย์ สุจริต ความเสมอภาค และความยุติธรรม

6) การอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกชุมชน และสังคม

7) การส่งเสริมสันติภาพ และเกื้อกูลสังคม อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันว่าการช่วยเหลือตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกัน และกันตามหลักการสหกรณ์จะนำไปสู่การกินดีอยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2558)

หลักการสหกรณ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2558) หลักการสหกรณ์ คือ “แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติ เพื่อให้คุณค่าทางสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม” ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ

หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจ และเปิดกว้าง

1) พึงตระหนักว่าการเข้าและออกจากการเป็นสมาชิก จะต้องเป็นไปโดยความสมัครใจ ของบุคคล (คำว่า “บุคคล” หมายถึง ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล) ไม่ใช่ถูกชักจูง โน้มน้าว ล่อลวง บังคับ ช่มชู้จากผู้อื่น

2) อย่างไรก็ดี การกำหนดคุณสมบัติสมาชิกของสหกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่เข้ามาเป็นสมาชิกแล้วสามารถร่วมกันดำเนินกิจกรรมในสหกรณ์ได้ และไม่สร้างปัญหาความเดือดร้อน ให้แก่เพื่อนสมาชิกและสหกรณ์ ไม่ถือว่าขัดกับหลักการสหกรณ์ข้อนี้

3) สมาชิกสมทบนั้น ควรมีแต่เฉพาะกรณีของสหกรณ์บางประเภทที่มีลักษณะพิเศษ และจำเป็นเท่านั้น ไม่ควรให้มีในสหกรณ์ทั่วไปหรือทุกประเภท เพราะตามปกติสมาชิกสมทบมาจากบุคคลซึ่งขาดคุณสมบัติที่จะเป็นสมาชิกธรรมดา หากสหกรณ์ได้รับสมาชิกสมทบจำนวนมาก ก็อาจกระทบต่อการส่งเสริมผลประโยชน์ของสมาชิกธรรมดาได้ แม้ว่ากฎหมายจะได้ห้ามมิให้สมาชิกสมทบบีสิทธิบางประการก็ตาม

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย พึงตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องร่วมแรงกายใจ และสติปัญญาในการดำเนินการและควบคุมดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ของสหกรณ์ตามวิถีทางประชาธิปไตย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผ่านช่องทางหรือองค์กรต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการดำเนินการ ผู้ตรวจสอบกิจการและที่ประชุมใหญ่

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก

1) หลักการสหกรณ์ข้อนี้ มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตน คือ การที่ต้องเป็นทั้งเจ้าของและลูกค้าในคนเดียวกัน (Co-owners and Customers) จึงต้อง

ทำหน้าที่ เป็นผู้สมทบทุน ผู้ควบคุม และผู้อุดหนุน หรือผู้ใช้บริการของสหกรณ์ มิใช่มาเป็นสมาชิก เพียงเพื่อ มุ่งหวังได้รับประโยชน์จากสหกรณ์เท่านั้น

2) ในการจัดสรรกำไรสุทธิเพื่อความเป็นธรรมแก่สมาชิก ส่วนหนึ่งต้องกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งจะนำไปแบ่งกันมิได้ แต่เป็นทุนเพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาเอง ถือว่าเป็นทุนทางสังคม นอกนั้นอาจแบ่งเป็นเงินปันผลในอัตราจำกัด และเป็นเงินเฉลี่ยคืน ตามส่วนแห่งธุรกิจ

หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ

1) สมาชิก กรรมการและพนักงานสหกรณ์รวมทั้งหน่วยงานส่งเสริมสหกรณ์ต้องสำนึก และตระหนักอยู่เสมอว่าสหกรณ์เป็นองค์การช่วยตนเอง และปกครองตนเอง เพราะฉะนั้นสหกรณ์ ต้องเป็นอิสระในการตัดสินใจ หรือทำสัญญาใด ตามเงื่อนไขที่สหกรณ์ยอมรับได้กับบุคคลภายนอก หรือรัฐบาล

2) การรับความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐ หรือบุคคลภายนอกไม่ขัดกับหลักความเป็นอิสระของสหกรณ์ หากผู้ให้ความช่วยเหลือมุ่งหมายให้สหกรณ์ช่วยเหลือตนเองได้ และควบคุม ตามหลักประชาธิปไตย รวมทั้งอ้างไว้ ซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของสหกรณ์

หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ

1) หลักการข้อนี้เป็นจุดอ่อนของสหกรณ์ในประเทศไทยทุกระดับ ทั้งสหกรณ์ขั้นปฐมและสหกรณ์ขั้นสูง เพราะขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการศึกษาทางสหกรณ์ให้เป็นบทบาท และความรับผิดชอบของขบวนการสหกรณ์อย่างแท้จริง โดยมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอตามความจำเป็นและเน้นการฝึกอบรมข้าราชการให้ปฏิบัติหน้าที่ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) การศึกษาฝึกอบรมและสารสนเทศมีความมุ่งหมายและเน้นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

2.1) การศึกษามุ่งให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่จะเป็นสมาชิกในอนาคต มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ รวมทั้งมีความสำนึกและตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของ สมาชิก หรือให้เป็นผู้มีจิตวิญญาณสหกรณ์

2.2) การฝึกอบรมมุ่งให้กรรมการ ผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์ มีความรู้ความสามารถ และทักษะ รวมทั้งความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตน

2.3) ส่วนสารสนเทศนั้นมุ่งให้บุคคลทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับเยาวชน และ ผู้นำ ด้านความคิดเป็น เช่น ผู้นำชุมชน นักหนังสือพิมพ์ นักเขียน ผู้นำองค์กร พัฒนาชุมชน ฯลฯ โดยเน้นการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง

3) หลักสูตรและเนื้อหาของการศึกษาอบรม ควรครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม

หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

1) แท้จริงการร่วมมือระหว่างสหกรณ์เป็นหลักการเดียวกันกับการร่วมมือระหว่างบุคคลธรรมดาในการจัดตั้งสหกรณ์นั่นเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดด้วยขนาด มีอำนาจการต่อรองสูงขึ้น และนำไปสู่การรับใช้สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2) การร่วมมือระหว่างสหกรณ์อาจทำได้ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง ในแนวนอน สหกรณ์ทุกสหกรณ์ไม่ว่าประเภทเดียวกันหรือไม่ สามารถร่วมมือกันได้ในทุกระดับเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิกและขบวนการสหกรณ์ในแนวตั้ง สหกรณ์ท้องถิ่นประเภทเดียวกันควรรวมตัวกันทางธุรกิจเป็นชุมนุมสหกรณ์ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ และสหกรณ์ทุกประเภท ทุกระดับทุกสหกรณ์ควรรวมตัวกันเป็นองค์การสหกรณ์สูงสุด (Apex Organization) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมด้านอุดมการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม การส่งเสริม แนะนำการกา กักดูแล การตรวจสอบ การวิจัย และการพัฒนา ฯลฯ

3) วัตถุประสงค์สำคัญของการร่วมมือระหว่างสหกรณ์ คือ เพื่อให้สหกรณ์มีอำนาจผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นสหกรณ์ท้องถิ่นแต่ละสหกรณ์ และสหกรณ์ขนส่งต้องเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน มีชีวิตชีวา (Viable & Sustainable) และร่วมมือกันในลักษณะของ “ระบบรวม” หรือเป็นเอกภาพ

หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

1) สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจและสังคม และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่สหกรณ์ ตั้งอยู่ เพราะฉะนั้น การดำเนินงานของสหกรณ์ต้องเป็นไปเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนนั้นๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นการพัฒนาที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ หรือ เป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการและความใฝ่ฝันของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายโอกาส ความสามารถ และอนาคตของคนรุ่นหลัง

2) เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ก็เป็นสมาชิกของชุมชนนั่นเอง สหกรณ์จึงควรมีส่วนช่วยเหลือในการพัฒนาชุมชนนั้นแบบยั่งยืน

สรุปได้ว่า หลักการสหกรณ์ คือ กฎเกณฑ์ และข้อควรปฏิบัติ ที่สหกรณ์ถือปฏิบัติเป็นแนวทาง ในการดำเนินงานให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งหลักการสหกรณ์เป็นหลักสากลที่สหกรณ์ทั่วโลก

ต้องปฏิบัติตาม ถูกกำหนดขึ้นโดยองค์การสัมพันธภาพสหกรณ์ระหว่างประเทศ มีทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

- 1) การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจ และเปิดกว้าง
- 2) การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย
- 3) การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก
- 4) การปกครองตนเอง และความเป็นอิสระ
- 5) การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ
- 6) การร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์
- 7) การเชื่ออาทรต่อชุมชน

การบริหารงานสหกรณ์

อเนก เขียวถาวร และ อุทิศ ชาวเขียร (2558) กล่าวว่า การดำเนินงานของสหกรณ์จะเริ่มจากการพิจารณาทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น คน เงิน วัสดุ ซึ่งจะมีการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการซื้อ การผลิต การขายสินค้าและบริการที่สหกรณ์ดำเนินอยู่ โดยคำนึงถึงอรรถประโยชน์สูงสุดและต้นทุนต่ำสุด รายได้จากการจำหน่ายก็จะกลับเป็นเงินทุนสำหรับการดำเนินการต่อไป

1) การบริหารงานสหกรณ์ สมาชิกของสหกรณ์ทุกคนต้องร่วมประชุมกัน ซึ่งเรียกว่า “การประชุมใหญ่” และทำการเลือกตั้ง “คณะกรรมการดำเนินการ” เพื่อเป็นตัวแทนของสมาชิกในการบริหารงาน และดำเนินงานของสหกรณ์ให้บรรลุเป้าหมาย คณะกรรมการดำเนินการจะเป็นผู้กำหนดนโยบายในการบริหารงาน โดยได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมใหญ่ มีอำนาจในการพิจารณาเลือกตั้ง “ผู้จัดการ” เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารกิจกรรมของสหกรณ์ ภายใต้ นโยบายของคณะกรรมการดำเนินงานและการแนะนำของ “เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์” ผู้จัดการ จะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ เป็นผู้ได้บังคับบัญชาปฏิบัติงานประจำตำแหน่งต่าง ๆ ที่มีความจำเป็น และเมื่อ ครบปีสมาชิกจะประชุมกันเพื่อรับทราบถึงกิจการที่คณะกรรมการได้ดำเนินการไปแล้ว

2) สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ผู้ที่ลงชื่อขอจดทะเบียนสหกรณ์และผู้ที่มีชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อสมาชิกของสหกรณ์ทั้งหมด และในกรณีที่ผู้ขอเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์จำกัดสินใช้ ภายหลังที่สหกรณ์จำกัดได้จดทะเบียนให้ถือว่าได้เป็นสมาชิกเมื่อได้ชำระค่าหุ้นตามข้อบังคับของสหกรณ์ จำกัดแล้ว สำหรับการเข้าเป็นสมาชิกของสหกรณ์ไม่จำกัดสินใช้ ให้ถือว่าได้เป็นสมาชิกเมื่อที่ประชุมได้รับรองการเป็นสมาชิกให้มีหลังจากจดทะเบียนสหกรณ์แล้ว

3) คณะกรรมการดำเนินการ หมายถึง ผู้ที่ได้รับเลือกจากที่ประชุมใหญ่ให้ควบคุมการดำเนินงานของสหกรณ์ให้บรรลุเป้าหมาย

4) ผู้จัดการ หมายถึง ผู้รับผิดชอบในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมาย ผู้จัดการจึงควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานทั่ว ๆ ไป และจะต้องมีความเชี่ยวชาญในสาขางานที่รับผิดชอบด้วย ตลอดจนความรู้ด้านกระบวนการบริหาร ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การประสานงาน และการควบคุมงาน

5) ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการดำเนินการกับสมาชิก คณะกรรมการหมายถึง ผู้ที่ได้รับเลือกตั้งจากสมาชิกให้ทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานของสหกรณ์แทนตน มีอำนาจหน้าที่ดำเนินนโยบายที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมใหญ่ ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีอำนาจสูงสุดสามารถทำนิติกรรม หรือการลงมติในการปฏิบัติงานใด ๆ แทนสมาชิก ภาระหน้าที่ดังกล่าวจึงมีความสัมพันธ์กับเหล่า สมาชิกในฐานะตัวแทนของสมาชิกสหกรณ์นั่นเอง

6) ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการดำเนินการกับผู้จัดการ คณะกรรมการดำเนินการในฐานะผู้ควบคุมการดำเนินงานของสหกรณ์กับผู้จัดการในฐานะผู้รับผิดชอบการบริหารงานของสหกรณ์จะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันในการดำเนินงานกิจการของสหกรณ์ โดยผู้จัดการจะต้อง ปฏิบัติหน้าที่และรายงานผลการปฏิบัติงานต่อที่ประชุมคณะกรรมการพร้อมข้อเสนอแนะ ซึ่งจะทำให้การวางนโยบายและการตัดสินใจในการบริหารงานถูกต้อง ขณะเดียวกัน คณะกรรมการจะต้อง ไม่เข้าไปก้าวก่ายแทรกแซงการดำเนินงานของผู้จัดการ แต่คณะกรรมการสามารถลงความเห็น ว่า ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้เป็นที่พอใจหรือไม่ ด้วยวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน

นรินทร์พร จุลมนต์(2558)กล่าวถึงการดำเนินงานสหกรณ์ทุกประเภทมีการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน แต่มีผู้เกี่ยวข้องอยู่ 3 ฝ่าย คือ สมาชิก คณะกรรมการ และฝ่ายจัดการ โดยทั้ง 3 ฝ่ายจะทำงานกันเป็นคณะ เพื่อบรรลุเป้าหมายของสหกรณ์ วิธีบริหารงานสหกรณ์จะเริ่มที่สมาชิกทำการเลือกตั้งคณะกรรมการในที่ประชุมใหญ่ เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนของสมาชิกในการบริหารและกำหนดนโยบายของสหกรณ์ จากนั้นคณะกรรมการดำเนินการจะพิจารณาจัดจ้างฝ่ายจัดการ ซึ่งประกอบด้วย ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เพื่อทำหน้าที่ทำงานประจำวันของสหกรณ์ มีการตรวจสอบกิจการโดยผู้ตรวจสอบกิจการสหกรณ์ และมีพนักงานเจ้าหน้าที่สหกรณ์ จะคอยให้คำแนะนำส่งเสริมและช่วยเหลือสหกรณ์และสอบบัญชีสหกรณ์ เมื่อครบรอบปีทางบัญชี

คณะกรรมการดำเนินการจะรายงานผลการดำเนินงานต่อที่ประชุมใหญ่ของสมาชิกเพื่อให้สมาชิกพิจารณาผลงานที่ผ่านมา และให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงานในปีต่อไป

สรุปได้ว่า สหกรณ์ทุกประเภทมีการดำเนินงานและบริหารงานที่สอดคล้องกับหลักการ และวิธีการสหกรณ์ โดยมีคณะกรรมการเข้ามาเป็นตัวแทนของสมาชิกในการควบคุม กำกับดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ ผู้จัดการมีหน้าที่บริหารจัดการสหกรณ์ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีหน้าที่ปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบและตามที่ได้รับมอบหมาย ผู้ตรวจสอบกิจการสหกรณ์มีหน้าที่ตรวจสอบกิจการและผลการดำเนินงานของสหกรณ์

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญเรือน หนูชู (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการและพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรมจำกัด และศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด ประชากร คือ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการในสังกัดกระทรวงยุติธรรม และสังกัดหน่วยงานพิเศษ จำนวน 3,981คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บข้อมูล จำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.7381 สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรมจำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ระหว่าง กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรมจำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

พรรณราย จิตเจนการ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวงเงยโดยสมาชิกสามารถกู้ยืมได้ตามหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันสมาชิกต่างต้องการให้สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในการบริหารจัดการการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่และการให้บริการแก่สมาชิกรวมทั้งการจัดให้มีบริการและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการอันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การทำวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายวางแผนปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้การบริการสมาชิกให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกให้ได้มากที่สุดซึ่งกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยไม่จำกัดเพศอายุสถานภาพระดับการศึกษารายได้และระยะเวลาเป็นสมาชิกโดยนำแนวคิดและปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (7Ps) ตามทฤษฎีของ Kotler's แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจรวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์วิเคราะห์ผล

ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการลงมากคือปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านบริการเงินฝากตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่าเพศอายุสถานภาพระดับการศึกษารายได้และระยะเวลาเป็นสมาชิกไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

พิมาน ทิมสถิตย์ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าทีและ การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการตอบสนอง ด้านความสามารถ และด้านความซื่อสัตย์ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า สมาชิกที่มี เพศ และระดับการศึกษา ต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงบริการ ด้านการตอบสนอง ด้านความสามารถ และด้านความซื่อสัตย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และสมาชิกที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน มีความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการตอบสนองและด้านความซื่อสัตย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ศิริรัตน์ ศรีพนม (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจันทบุรี จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินเพื่อเป็น ฐานข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจันทบุรีจำกัดรวบรวมข้อมูลโดยการวิจัยแบบเชิงสำรวจโดยมีการวิจัยแบบผสมผสานคือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยโดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนและมีสมาชิกสหกรณ์ที่มีเงินออมสูงสุดจำนวน 6 คน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 219 คน มีอายุ 40 ปีน้อยกว่า 50 ปีจำนวน 137 คน สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสจำนวนเท่ากันกับสถานภาพละ 183 คนมีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวน 217 คนมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท บาทจำนวน 91 คน มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 4-6 คน จำนวน 192 คนและมีตำแหน่งงานเป็นข้าราชการจำนวน 240 คนโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมด้านแรงจูงใจในการออมมากที่สุด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการออมเงินไว้เผื่อยามฉุกเฉินจำเป็นโดยมุ่งเหตุจูงใจในการออมคืออัตราดอกเบี้ยเงินฝากของสหกรณ์ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ทั่วไปและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจันทบุรีจำกัดพบว่าได้วัตถุประสงค์สมาชิกให้ความสำคัญมากที่สุดโดยสมาชิกออมเงินกับสหกรณ์เพราะเชื่อมั่นในระบบการทำงานของสหกรณ์การวางรูปแบบโครงสร้างของการ

ให้บริการได้ดีมีการแบ่งสัดส่วนเป็นแผนกต่าง ๆ ซึ่งสหกรณ์มีลูกค้าเป็นกลุ่มเฉพาะจำนวนไม่มาก จึงสามารถจัดสรรพนักงานเพื่อรองรับการมาใช้บริการของสมาชิกได้อย่างเหมาะสมและสำหรับ ภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมกับปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามอายุการศึกษารายได้ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนตำแหน่งแตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมกรรมการออมแตกต่างกันโดย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมได้ผลตอบแทนในส่วนของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสหกรณ์ส่งผล และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมกรรมการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจันทบุรี จำกัดอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หะหลิม ผอมเกื้อ (2560) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามกรณีศึกษา: สหกรณ์อิสลาม อัสศิดดีก จำกัด จังหวัดสงขลา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ส่วนผสมทาง การตลาดกับการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอัสศิดดีก จำกัด เพื่อพยากรณ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์และเพื่อศึกษา ปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการ ตัดสินใจของสมาชิกที่มาใช้บริการสหกรณ์อิสลามอัสศิดดีก จำกัด ผลทดสอบสมมติฐานคือมี ความสอดคล้องกันทั้ง 3 ด้านคือ ด้านประเภทการใช้บริการ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ และวัตถุประสงค์เหตุผลการตัดสินใจใช้บริการสหกรณ์มี ความสัมพันธ์กันโดยมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.001 2) พยากรณ์ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดต่อการตัดสินใจการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งพยากรณ์ได้ว่าด้านผลิตภัณฑ์ (ตรงกับความต้องการความสะดวกและรวดเร็ว) ด้านราคา (ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม) ด้านส่งเสริมการตลาด (มีโปรโมชั่นพิเศษ) ด้านพนักงาน (มีการบริการที่ดีสุภาพเป็นกันเอง) ด้านกระบวนการบริการ (เป็นระบบปลอดภัยจัดสรรกำไร สู่อสังคัม) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (อุปกรณ์ให้บริการทางสมัยบรรยากาศดี สบาย และมี สถานที่บริการศาสนกิจ) มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม อัสศิดดีก จำกัดโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์แสดงให้เห็นว่าสัมประสิทธิ์ R Square มีส่วนความเชื่อมั่นร้อยละ 73.30 3) ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและ ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ ของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอัสศิดดีก จำกัด พบว่า ข้อเสนอแนะปัญหาต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ ด้านการใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากวาดีอะห์ และ

มูจอรอบะห์ พบว่า ระบบการบริการที่มีคุณภาพความถูกต้อง ด้านข้อมูลมีสมาชิกบางรายยังไม่เข้าใจอย่างถูกต้อง ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ การพูดจาของเจ้าหน้าที่บางท่านต้องปรับปรุงโดยเสนอให้เจ้าหน้าที่บางท่านยิ้มแย้มทักทายและให้ความเป็นกันเองแก่สมาชิกผู้ให้บริการ ด้านอาคารสถานที่โดยสมาชิกเสนอให้มีการเปิดตู้รับ-ฝากถอน เอทีเอ็ม ให้บริการและเพิ่มรถโมบายเคลื่อนที่สำหรับรับฝากเงินของสมาชิกเพิ่มขึ้นอีกด้วย ด้านกระบวนการทำงานควรเพิ่มการเอาใจใส่และลดการเลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่บางรายการอบรมเจ้าหน้าที่บางรายให้มีความชำนาญมากขึ้นการอนุมัติสินเชื่อไม่ควรซับซ้อนและเพิ่มความเร็วในการทำงานให้มากขึ้นระบบเส้นสายเสนอแนะให้จัดระบบให้ดีไม่ควรเอาระบบเส้นสายเข้ามาทำงานโดยเฉพาะการคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถเข้าทำงานเพื่อความก้าวหน้าของสหกรณ์

อัจฉราภรณ์ ชูวงศ์ (2559) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการสมาชิกของ สหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบ คุณภาพการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธินจำกัดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธินจำกัดจำนวน 387 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลวิจัยพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าสมาชิกเห็นด้วยกับคุณภาพการให้บริการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 5 ด้านดังนี้ 1) ด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก 3) ด้านมาตรฐานการให้บริการอยู่ในระดับมาก 4) ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก 5) ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากตามลำดับ (2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธินจำกัดโดยภาพรวมเมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ สังกัด ระดับตำแหน่งงาน ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน สถานภาพและระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

Agatha N (2018) ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของผู้เชี่ยวชาญด้านสหกรณ์ในการพัฒนาประเทศ: กรณีศึกษาสหกรณ์ในรัฐ Enugu วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือเพื่อตรวจสอบผลของกิจกรรมของผู้เชี่ยวชาญด้านสหกรณ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐ Enugu และเพื่อตรวจสอบผลของกิจกรรมของผู้เชี่ยวชาญด้านสหกรณ์ที่มีต่อการพัฒนาทางการเมืองของรัฐ Enugu การออกแบบงานวิจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือแบบวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรสำหรับ

การศึกษาประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมดของสังคมสหกรณ์ในพื้นที่สิบเจ็ด รัฐบาลท้องถิ่นของรัฐ Enugu และเจ้าหน้าที่ภาคสนามสหกรณ์ก็อยู่ในรัฐด้วยเช่นกัน เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นจะใช้ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสังคมสหกรณ์และความแข็งแกร่งของสมาชิก (ผู้ร่วมดำเนินการและเจ้าหน้าที่ภาคสนาม) ในแต่ละพื้นที่ของรัฐบาลท้องถิ่นของแต่ละโซน ทำให้มีขนาดสมาชิกทั้งหมด 219 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเชิงโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือสถิติเชิงอนุมานและนำเสนอในตาราง ความถี่และร้อยละ สมมติฐานที่ได้รับการทดสอบจะถูกทดสอบด้วยสถิติการทดสอบต่าง ๆ โดย SPSS โดยเฉพาะการทดสอบสมมติฐานทั้งสองโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมของผู้ประกอบการสหกรณ์มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐ Enugu อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p = .000 < 0.05$ และกิจกรรมของผู้เชี่ยวชาญด้านสหกรณ์มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาทางการเมืองของรัฐ Enugu ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p = .000 < 0.05$ ดังนั้นจึงแนะนำในสิ่งอื่น ๆ ที่รัฐบาลควรจัดให้มีสหกรณ์อย่างพอเพียงที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรัฐและสหกรณ์นั้นควรทำให้เป็นหน้าที่ในการให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับกิจกรรมของพวกเขาและมันจะมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างไร ทำให้พวกเขาได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติมจากรัฐบาลและประชาชนทั่วไป

จากงานวิจัยที่ได้ศึกษา ดังจะพบว่าความสัมพันธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ตามที่นักวิจัยได้ทำการวิจัยไปแล้วนั้น สิ่งที่มีนัยสำคัญต่อผลการวิจัย คือ ตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาดังต่อไปนี้ 1) ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ 2) ด้านการพัฒนาคูคาลกร 3) ด้านการพัฒนาการให้บริการ 4) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ พรรณราย จิตเจเนนการได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ การไฟฟ้าานครหลวง จำกัด ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านบริการเงินฝาก มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งตรงกับตัวแปรในด้านการพัฒนาคูคาลกร การพัฒนาด้านการให้บริการและการพัฒนาด้านสถานที่ พیمان تیمستิต ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บมจ.ทีโอที จำกัด ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งตรงกับตัวแปรด้านการพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ เพราะฉะนั้นผู้วิจัยต้องการจะทำการทดสอบซึ่งกลุ่มตัวอย่างและเวลาที่เปลี่ยนไปน่าจะส่งผลกระทบต่อการยืนยันในการพัฒนาการให้บริการสหกรณ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ มีระเบียบวิธี การศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขต กรุงเทพมหานครในปี 2562 จำนวน 1,210,043 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขต กรุงเทพมหานครในปี 2562 จำนวน 1,210,043 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ฯ จำนวน 400 คน

ตาราง 3.1 แสดงขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของยามาเน

ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

* หมายถึง ขนาดตัวอย่างไม่เหมาะสมที่จะ assume ให้เป็นการกระจายแบบปกติจึงไม่สามารถใช้สูตร

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยทำการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขต กรุงเทพมหานคร และผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามแบบเฉพาะเจาะจงกับผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเท่านั้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ฉบับ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แบ่งตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการพัฒนาการให้บริการ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นการแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ โดยใช้แบบลิเคิร์ตสเกล (Likert's Scale) มีการให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน		ระดับความคิดเห็น
ระดับ 5	หมายถึง	มีความคิดเห็นมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มีความคิดเห็นมาก
ระดับ 3	หมายถึง	มีความคิดเห็นปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่เรียบร้อยแล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยในการแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้มาจากการการคำนวณช่วงคะแนนจากสูตร และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}}$$

แทนค่าในสูตร

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น จำนวนชั้นเท่ากับ 5 ชั้น ระยะห่างระหว่างคะแนนในแต่ละชั้น เท่ากับ 0.80 การกำหนดเกณฑ์ความพึงพอใจจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนระหว่าง	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าคะแนนระหว่าง	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคิดเห็นมาก
ค่าคะแนนระหว่าง	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคิดเห็นปานกลาง
ค่าคะแนนระหว่าง	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อย
ค่าคะแนนระหว่าง	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.3 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการทดสอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษานำแบบสอบถามทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้ ในการหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษารั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นก็นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการในขั้นตอนนี้ต่อไป

สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้หาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษ จำนวน 30 คน แล้วนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามต้องได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ถ้าไม่ถึงเกณฑ์จะต้องปรับข้อคำถามใหม่ หลังจากนั้นจึงนำไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถาม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้ศึกษาดำเนินการขออนุญาตทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนที่บัณฑิตวิทยาลัยกำหนด
2. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนได้คุณภาพเรียบร้อยแล้วนำไปดำเนินการแจกแบบสอบถามกับสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำมาตรวจสอบข้อมูล
4. ผู้ศึกษานำข้อมูลมาจัดเรียง ลงรหัสแล้วดำเนินการวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในงานศึกษา

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานศึกษานี้ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
 - 1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ
 - 1.2 คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
 - 1.3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมุติฐาน โดยใช้ T-test, F-test และ Multiple Regression Analysis
 - 2.1 การทดสอบสมมุติฐานด้วย Independent Sample: T-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงของกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.2 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One Way ANOVA) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของการใช้บริการ

2.3 การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
n	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
B	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์เป็นการเขียนสมการในรูปคะแนนดิบหรือค่าจริง
Std.Error	ค่าที่แสดงระดับความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดพยากรณ์ตัวแปรตาม
Beta	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่จะนำมาสร้างสมการพยากรณ์เป็นการเขียนสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน
t	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม และใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญตัวแปรอิสระในสมการถดถอย

สัญลักษณ์	ความหมาย
F	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบใช้ทดสอบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม
P	ค่าความน่าจะเป็นที่ได้จากการทดสอบสมมติฐาน
R	ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของ ตัวแปรอิสระทั้งหมดในสมการกับตัวแปรตาม เรียกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	ค่าที่แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระทั้งหมดใน สมการที่มีต่อตัวแปรตาม
df	ชั้นของความเป็นอิสระ
Con	คุณภาพการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience)
Rel	คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
Res	คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อการ ให้บริการสมาชิก (Responsiveness)
Cre	คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อ สมาชิก (Credibility)
UC	คุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจ ผู้รับบริการ (Understanding Customer)
Dec1	การตัดสินใจด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์
Dec2	การตัดสินใจด้านการพัฒนาบุคลากร
Dec3	การตัดสินใจด้านการพัฒนาการให้บริการ
Dec4	การตัดสินใจด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	153	38.25
หญิง	247	61.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.75 และเพศชาย ร้อยละ 38.25

ตาราง 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	28	7.00
26 - 35 ปี	103	25.80
36 - 45 ปี	150	37.50
46 ปี ขึ้นไป	119	29.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 37.50 รองลงมา คือ อายุ 46 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 29.80

ตาราง 4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	145	36.25
สมรส	150	37.50
หย่าร้าง	58	14.50
หม้าย	47	11.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สมรสแล้ว ร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ โสด ร้อยละ 36.25

ตาราง 4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	14	3.50
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	93	23.20
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	243	60.80
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 60.80 รองลงมา คือ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 23.20

ตาราง 4.5 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	116	29.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	83	20.80
พนักงานราชการ	121	30.20
ลูกจ้างประจำ	80	20.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานราชการ ร้อยละ 30.20 รองลงมาคือ ข้าราชการ ร้อยละ 29.00

ตาราง 4.6 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ถึง 5 ปี	94	23.50
6 – 10 ปี	132	33.00
11-15 ปี	82	20.50
16 ปี ขึ้นไป	92	23.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 6 – 10 ปี ร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ ไม่ถึง 5 ปี ร้อยละ 23.50

ตาราง 4.7 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	47	11.80
15,001 – 30,000 บาท	196	49.00
30,001 – 45,000 บาท	109	27.20
45,001 บาท ขึ้นไป	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ 30,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 27.2

ตาราง 4.8 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

ประเภทของการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน	176	44.00
ใช้บริการกู้เงิน	224	56.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการสหกรณ์ในการใช้บริการกู้เงิน ร้อยละ 56.00 และใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน ร้อยละ 44.0

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยด้านที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.53) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.64) และน้อยที่สุด คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยในแต่ละด้านเป็นดังนี้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุด คือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น Mobile Application, ระบบโปรแกรมสหกรณ์ช่วยในการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาในการใช้บริการไม่นาน มีความรวดเร็วเท่ากับเงื่อนไขและเอกสารที่ใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากในการทำธุรกรรม ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.85)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการในการบริหารงานได้ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.75) และน้อยที่สุด คือ สมาชิกสามารถตรวจสอบผลประกอบการของสหกรณ์ได้ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.78)

ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.74) และน้อยที่สุด คือ กำหนดขั้นตอนการให้บริการของสมาชิกแต่ละราย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.82)

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการบริหารงานของสหกรณ์อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุด คือ สหกรณ์มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.90)

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาค ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.93) และน้อยที่สุด คือ การให้บริการของ

เจ้าหน้าที่ด้วยความรัก เมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.81) รายละเอียดแสดงดังตาราง 4.9

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ
การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.08	0.55	มาก
1. ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น Mobile Application,ระบบโปรแกรม สหกรณ์ช่วยในการใช้บริการ	4.14	0.85	มาก
2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการใช้บริการ	4.07	0.70	มาก
3.ระยะเวลาในการใช้บริการไม่นาน มีความรวดเร็ว	4.06	0.85	มาก
4. เงื่อนไขและเอกสารที่ใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากในการทำธุรกรรม	4.06	0.85	มาก
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	3.96	0.50	มาก
1. ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ถูกต้องและแม่นยำ	3.94	0.72	มาก
2. สมาชิกสามารถตรวจสอบผลประกอบการของสหกรณ์ได้	3.89	0.78	มาก
3. การให้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง โปร่งใสและชัดเจนของระบบข้อมูล	3.94	0.73	มาก
4. สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการในการบริหารงานได้	4.07	0.75	มาก
ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก	4.02	0.53	มาก
1. มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว	4.24	0.74	มาก
2. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกด้วย ความเต็มใจ	4.02	0.68	มาก
3. กำหนดขั้นตอนการให้บริการของสมาชิกแต่ละราย	3.87	0.82	มาก
4. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้าทันทีที่ต้องการและการ ประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ไปถึงสมาชิกอย่างทั่วถึง	3.97	0.83	มาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก	4.02	0.64	มาก
1. ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการบริหารงานของสหกรณ์ อย่างเป็นระบบ	4.06	0.76	มาก
2. เจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต ตั้งใจมุ่งมั่นรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ ของตน	4.00	0.83	มาก
3. สหกรณ์มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการ และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ทุกขั้นตอน	3.97	0.90	มาก
4. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่นการให้บริการของ สหกรณ์	4.02	0.91	มาก

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ
การบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ (ต่อ)

คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	3.88	0.60	มาก
1. การให้ความสนใจและเข้าใจสมาชิกแต่ละราย ให้บริการตรงตามความต้องการของสมาชิก	3.91	0.75	มาก
2. ดูแลใส่ใจได้ทั่วถึง สามารถจดจำข้อมูล รายละเอียดของสมาชิกแต่ละคนได้	3.83	0.82	มาก
3. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้วยความรัก เมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างเหมาะสม	3.78	0.81	มาก
4. ให้บริการด้วยความเสมอภาค	4.01	0.93	มาก
ภาพรวม	3.99	0.47	มาก

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.69) และน้อยที่สุด คือ ด้านการพัฒนาศูนย์ให้บริการ ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยในแต่ละด้านเป็นดังนี้

ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ ขยายวงเงินกู้ยืมเพิ่มขึ้น ตามความจำเป็นใช้ของสมาชิก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.82) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ จัดกิจกรรมที่ปลูกฝังหรือเสริมสร้างอุปนิสัยให้สมาชิกรักการออมและมีวินัยในการออม ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.86)

ด้านการพัฒนาบุคลากร ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติงานด้วยความ ซื่อสัตย์สุจริต มีความเสียสละ และอดทน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ควรศึกษา / แสวงหาความรู้ ที่ทันสมัย เกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย นโยบาย เพื่อนำมาเผยแพร่ให้กับสมาชิก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.88)

ด้านการพัฒนาการให้บริการ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.83) และน้อยที่สุด คือ ควรส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.73)

ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ มีการจัดสำนักงานและบริเวณโดยรอบให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.14) และน้อยที่สุด คือ มีการพัฒนาการจัดกิจกรรมในสถานที่บริการ ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 1.00) รายละเอียดแสดงดังตาราง 4.10

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	3.99	0.58	มาก
1. ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ ขยายวงเงินกู้ยืมเพิ่มขึ้น ตามความจำเป็นใช้ของสมาชิก	4.08	0.82	มาก
2. ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ มีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป	3.98	0.77	มาก
3. ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ จัดกิจกรรมที่ปลูกฝังหรือเสริมสร้างอุปนิสัยให้สมาชิกรักการออมและมีวินัยในการออม	3.94	0.86	มาก
4. ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ มีอัตราผลตอบแทนที่น่าสนใจ	3.95	0.85	มาก
ด้านการพัฒนาบุคลากร	4.01	0.69	มาก
1. เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความเสียสละ และ อดทน	4.06	0.85	มาก
2. เจ้าหน้าที่ควรศึกษา / แสวงหาความรู้ ที่ทันสมัย เกี่ยวกับระเบียบกฎหมาย นโยบาย เพื่อนำมาเผยแพร่ให้กับสมาชิก	3.95	0.88	มาก
3. เจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วย ความสุภาพและเป็นกันเอง	3.99	0.90	มาก
4. เจ้าหน้าที่ควรมีมนุษยสัมพันธ์ดีและ ให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.04	0.85	มาก
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	3.93	0.56	มาก
1. ควรจัดให้มีสวัสดิการช่วยเหลือสมาชิก ด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา การมีรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ฯลฯ	3.98	0.85	มาก
2. ควรส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	3.82	0.73	มาก
3. ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง	3.99	0.83	มาก
4. ควรปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความ เหมาะสมกับวิถีชีวิตของสมาชิก และ มี ความยืดหยุ่นในบางกรณี	3.93	0.81	มาก

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	\bar{X}	SD.	แปลผล
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	3.52	0.93	มาก
1. มีการจัดสำนักงานและบริเวณโดยรอบให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.72	1.14	มาก
2. มีการพัฒนาทัศนียภาพของสหกรณ์ใหม่ ความสวยงาม น่าเชื่อถือ น่าเข้ามาใช้บริการ	3.56	1.03	มาก
3. มีการพัฒนาการจัดกิจกรรมในสถานที่บริการ	3.42	1.00	มาก
4. มีการปรับปรุงบริเวณพื้นที่ว่างของสหกรณ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	3.39	1.22	มาก
ภาพรวม	3.86	0.56	มาก

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา จะทำการวิเคราะห์ในส่วนของการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยโดย Independent Sample T test กับ ANOVA และการทดสอบความสัมพันธ์โดยวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) กับ วิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. จำแนกตามเพศ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.11

ตาราง 4.11 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	เพศ	\bar{X}	SD.	t	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ชาย	0.58	0.05	-0.039	0.969
	หญิง	0.58	0.04		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ชาย	0.74	0.06	-1.947	0.053
	หญิง	0.65	0.04		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ชาย	0.57	0.05	-0.774	0.439
	หญิง	0.56	0.04		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ชาย	0.93	0.08	-1.444	0.15
	หญิง	0.93	0.06		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. จำแนกตามอายุ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.011 < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) พบว่า กลุ่มที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.12

ตาราง 4.12 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	อายุ	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ไม่เกิน 25 ปี	3.991	0.502	0.956	0.413
	26 - 35 ปี	3.942	0.670		
	36 - 45 ปี	3.965	0.569		
	46 ปี ขึ้นไป	4.063	0.527		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ไม่เกิน 25 ปี	3.938	0.644	1.616	0.185
	26 - 35 ปี	3.968	0.726		
	36 - 45 ปี	3.958	0.725		
	46 ปี ขึ้นไป	4.124	0.597		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ไม่เกิน 25 ปี	4.098	0.524	3.762	0.011*
	26 - 35 ปี	3.833	0.602		
	36 - 45 ปี	3.877	0.593		
	46 ปี ขึ้นไป	4.036	0.479		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ไม่เกิน 25 ปี	3.473	0.931	2.253	0.082
	26 - 35 ปี	3.468	1.032		
	36 - 45 ปี	3.425	0.914		
	46 ปี ขึ้นไป	3.706	0.839		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.12 กลุ่มตัวอย่างที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ได้ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่อายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ(Dec3) น้อยกว่ากลุ่มที่อายุ 46 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.036 < 0.05$) ส่วนกลุ่มคนอื่นๆ พบว่า ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.13

ตาราง 4.13 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

การตัดสินใจเลือกใช้ บริการ	(I) age	(J) age	Mean Difference (I-J)	P
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ไม่เกิน 25 ปี	26 - 35 ปี	0.266	0.117
		36 - 45 ปี	0.222	0.219
		46 ปี ขึ้นไป	0.063	0.951
	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	-0.044	0.927
		46 ปี ขึ้นไป	-0.203	0.036*
		36 - 45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	-0.159

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. จำแนกตามสถานภาพสมรส

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.14

ตาราง 4.14 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	SD	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	โสด	3.945	0.631	1.893	0.130
	สมรส	3.970	0.605		
	หย่าร้าง	4.009	0.511		
	หม้าย	4.170	0.362		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	โสด	4.031	0.703	0.565	0.638
	สมรส	3.997	0.701		
	หย่าร้าง	3.922	0.551		
	หม้าย	4.085	0.741		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	โสด	3.938	0.584	0.607	0.611
	สมรส	3.947	0.634		
	หย่าร้าง	3.836	0.404		
	หม้าย	3.952	0.426		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	โสด	3.507	0.952	2.228	0.084
	สมรส	3.467	0.962		
	หย่าร้าง	3.448	0.837		
	หม้าย	3.846	0.825		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.15

ตาราง 4.15 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	การศึกษา	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	4.054	0.573	1.409	0.240
	อนุปริญญา	3.884	0.562		
	ปริญญาตรี	4.027	0.604		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.990	0.484		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	4.125	0.578	1.909	0.128
	อนุปริญญา	3.866	0.725		
	ปริญญาตรี	4.058	0.702		
	สูงกว่าปริญญาตรี	4.005	0.519		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	4.054	0.511	1.156	0.326
	อนุปริญญา	3.844	0.577		
	ปริญญาตรี	3.940	0.570		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.990	0.522		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	3.607	1.077	0.563	0.640
	อนุปริญญา	3.519	0.867		
	ปริญญาตรี	3.551	0.959		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.370	0.874		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. จำแนกตามอาชีพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.027 < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กลุ่มที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.16

ตาราง 4.16 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	อาชีพ	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ข้าราชการ	3.905	0.610	3.089	0.027*
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.099	0.500		
	พนักงานราชการ	3.930	0.606		
	ลูกจ้างประจำ	4.091	0.553		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ข้าราชการ	4.017	0.691	2.391	0.068
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.057	0.603		
	พนักงานราชการ	3.884	0.797		
	ลูกจ้างประจำ	4.134	0.545		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ข้าราชการ	3.959	0.569	1.636	0.180
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.928	0.496		
	พนักงานราชการ	3.843	0.615		
	ลูกจ้างประจำ	4.013	0.538		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ข้าราชการ	3.588	0.885	0.371	0.774
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.530	0.984		
	พนักงานราชการ	3.504	0.908		
	ลูกจ้างประจำ	3.450	0.981		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.16 สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า ไม่มีอาชีพใดที่แตกต่างกันทางสถิติ รายละเอียดดังตาราง 4.17

ตาราง 4.17 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean	
			Difference (I-J)	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-0.194	0.090
		พนักงานราชการ	-0.025	0.988
		ลูกจ้างประจำ	-0.185	0.121
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	0.194	0.090
		ลูกจ้างประจำ	0.009	1.000
	พนักงานราชการ	ลูกจ้างประจำ	-0.161	0.214

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6. จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แตกต่างกันให้มีความสำคัญ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) และด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) กลุ่มที่อาชีพแตกต่างกันให้มีความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.18

ตาราง 4.18 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์

ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระยะเวลา	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ไม่ถึง 5 ปี	3.931	0.607	0.843	0.471
	6 – 10 ปี	4.046	0.574		
	11-15 ปี	3.954	0.694		
	16 ปี ขึ้นไป	4.003	0.435		

ตาราง 4.18 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
 ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์
 ออมทรัพย์ (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระยะเวลา	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ไม่ถึง 5 ปี	3.950	0.747	0.490	0.690
	6 – 10 ปี	4.044	0.687		
	11-15 ปี	3.979	0.774		
	16 ปี ขึ้นไป	4.046	0.521		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ไม่ถึง 5 ปี	3.944	0.584	3.682	0.012*
	6 – 10 ปี	3.849	0.583		
	11-15 ปี	3.863	0.602		
	16 ปี ขึ้นไป	4.084	0.447		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ไม่ถึง 5 ปี	3.263	0.983	3.395	0.018*
	6 – 10 ปี	3.633	0.914		
	11-15 ปี	3.613	0.936		
	16 ปี ขึ้นไป	3.552	0.854		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.11 สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ผลการทดสอบพบว่า ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.011 < 0.05$) และกลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.046 < 0.05$) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญ

น้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 6 – 10 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.017 < 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.19

ตาราง 4.19 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์

ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์เป็นรายคู่

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	(I) ระยะเวลา	(J) ระยะเวลา	Mean	
			Difference (I-J)	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ไม่ถึง 5 ปี	6 – 10 ปี	0.096	0.584
		11-15 ปี	0.081	0.771
		16 ปี ขึ้นไป	-0.140	0.321
	6 – 10 ปี	11-15 ปี	-0.014	0.998
		16 ปี ขึ้นไป	-0.236	0.011*
	11-15 ปี	16 ปี ขึ้นไป	-0.221	0.046*
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ไม่ถึง 5 ปี	6 – 10 ปี	-0.369	0.017*
		11-15 ปี	-0.350	0.060
		16 ปี ขึ้นไป	-0.288	0.145
	6 – 10 ปี	11-15 ปี	0.020	0.999
		16 ปี ขึ้นไป	0.081	0.917
	11-15 ปี	16 ปี ขึ้นไป	0.061	0.972

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. จำแนกตามรายได้

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.20

ตาราง 4.20 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	รายได้	\bar{X}	SD.	F	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.080	0.549	1.193	0.312
	15,001 – 30,000 บาท	3.991	0.646		
	30,001 – 45,000 บาท	3.917	0.537		
	45,001 บาท ขึ้นไป	4.063	0.388		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ต่ำกว่า 15,000 บาท	4.016	0.629	1.592	0.191
	15,001 – 30,000 บาท	4.077	0.745		
	30,001 – 45,000 บาท	3.901	0.645		
	45,001 บาท ขึ้นไป	3.969	0.550		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.957	0.597	0.229	0.876
	15,001 – 30,000 บาท	3.908	0.586		
	30,001 – 45,000 บาท	3.931	0.575		
	45,001 บาท ขึ้นไป	3.974	0.413		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.543	0.987	0.495	0.686
	15,001 – 30,000 บาท	3.570	0.999		
	30,001 – 45,000 บาท	3.436	0.858		
	45,001 บาท ขึ้นไป	3.510	0.735		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

8. จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน และใช้บริการกู้เงิน ให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$) รายละเอียดดังตาราง 4.21

ตาราง 4.21 การวิเคราะห์ความแตกต่างการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	การใช้บริการ	\bar{X}	SD.	t	P
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์	ฝากเงิน-ถอนเงิน	0.609	0.046	0.262	0.794
	กู้เงิน	0.559	0.037		
ด้านการพัฒนาบุคลากร	ฝากเงิน-ถอนเงิน	0.642	0.048	1.835	0.067
	กู้เงิน	0.715	0.048		
ด้านการพัฒนาการให้บริการ	ฝากเงิน-ถอนเงิน	0.551	0.042	0.874	0.383
	กู้เงิน	0.575	0.038		
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ	ฝากเงิน-ถอนเงิน	1.014	0.076	-1.199	0.231
	กู้เงิน	0.858	0.057		

4.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient Analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก (Res) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.249 – 0.627 ถือว่ามีความสัมพันธ์ระดับน้อยไปจนถึงระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.527 – 0.729 ถือว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลางไปจนถึงระดับมาก เมื่อนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทดสอบหาปัญหา Multicollinearity รายละเอียดดังตาราง 4.22

ตาราง 4.22 วิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

	Statistics	Rel	Res	Cre	UC	des1	des2	des3	des4
Con	R	0.554	0.643	0.585	0.527	0.460	0.399	0.249	0.427
	P	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
Rel	R		0.547	0.667	0.600	0.520	0.535	0.492	0.401
	P		0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
Res	R			0.700	0.669	0.558	0.447	0.372	0.450
	P			0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
Cre	R				0.729	0.581	0.627	0.445	0.498
	P				0.000**	0.000**	0.000**	0.000**	0.000**
UC	R					0.592	0.609	0.566	0.432
	P						0.000**	0.000**	0.000**

2. การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

การวิเคราะห์ถดถอยพหุเพื่อ ทดสอบความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระคือ คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก (Res) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) จะทำการวิเคราะห์หาค่า Collinearity Statistics เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หรือ ไม่มี Multicollinearity โดยค่า Tolerance ไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า VIF ไม่เกิน 10 ทั้งหมด ดังนั้นถือว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity สามารถใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุได้ รายละเอียดแสดงดังตาราง 4.23

ตาราง 4.23 วิเคราะห์ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์
ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con)	0.521	1.919
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel)	0.497	2.011
ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก (Res)	0.394	2.539
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก (Cre)	0.334	2.996
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC)	0.405	2.472

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่าสมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.657$ และ ค่า $r^2 = 0.432$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ได้ 43.2% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) ส่วนด้านการตอบสนอง (Res) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($P < 0.05$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 4 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) และด้านการตอบสนอง (Res) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) รายละเอียดแสดงในตาราง 4.24

ตาราง 4.24 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจ
ของสหกรณ์ (Dec1) กับคุณภาพการให้บริการ

Model Profitability	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta	t	P
Constant	0.847	0.202		4.193	0.000**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con)	0.048	0.056	0.046	0.867	0.386
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel)	0.171	0.062	0.148	2.748	0.006**
ด้านการตอบสนอง (Res)	0.190	0.066	0.174	2.873	0.004**
ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre)	0.134	0.060	0.148	2.248	0.025*
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC)	0.249	0.058	0.255	4.278	0.000**
r = 0.657		r ² = 0.432		S.E. = 0.44	
F = 59.94		Df = 5, 394		P _(ANOVA) = 0.000**	
				Durbin-Watson = 1.634	

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่า สมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.678$ และ ค่า $r^2 = 0.46$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ได้ 46% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 3 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) รายละเอียดแสดงในตาราง 4.25

ตาราง 4.25 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) กับคุณภาพการให้บริการ

Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta	t	P
Constant	0.717	0.233		3.081	0.002**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con)	0.000	0.064	0.000	-0.011	0.991
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel)	0.217	0.072	0.159	3.036	0.003**
ด้านการตอบสนอง (Res)	-0.143	0.076	-0.110	-1.871	0.062
ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre)	0.390	0.069	0.363	5.667	0.000**
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC)	0.371	0.067	0.323	5.549	0.000**
r = 0.678		r ² = 0.46		S.E. = 0.507	
F = 67.16		Df = 5, 394		P _(ANOVA) = 0.000**	
				Durbin-Watson = 1.67	

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่าสมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.612$ และค่า $r^2 = 0.375$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ได้ 37.5% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีค่า β เป็นบวก หมายความว่า มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีค่า β เป็นลบ หมายความว่า มีอิทธิพลทางลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) รายละเอียดแสดงในตาราง 4.26

ตาราง 4.26 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนา
การให้บริการ (Dec3) กับคุณภาพการให้บริการ

Model Profitability	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta	t	P
Constant	1.557	0.206		7.551	0.000**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con)	-0.170	0.057	-0.164	-2.980	0.003**
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel)	0.340	0.063	0.303	5.356	0.000**
ด้านการตอบสนอง (Res)	-0.003	0.068	-0.002	-0.039	0.969
ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre)	-0.007	0.061	-0.008	-0.120	0.905
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC)	0.453	0.059	0.479	7.649	0.000**
r = 0.612		r ² = 0.375		S.E. = 0.449	
F = 47.207		Df = 5, 394		P _(ANOVA) = 0.000**	
				Durbin-Watson = 1.729	

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่าสมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.535$ และ ค่า $r^2 = 0.286$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ได้ 28.6% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($P < 0.05$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 2 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) รายละเอียดแสดงในตาราง 4.27

ตาราง 4.27 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กับคุณภาพการให้บริการ

Model Profitability	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta	t	P
Constant	-0.513	0.363		-1.413	0.159
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con)	0.248	0.100	0.146	2.473	0.014*
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel)	0.099	0.112	0.053	0.886	0.376
ด้านการตอบสนอง (Res)	0.182	0.119	0.104	1.530	0.127
ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre)	0.371	0.107	0.255	3.456	0.001**
ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC)	0.106	0.104	0.068	1.012	0.312
r = 0.535		r ² = 0.286		S.E. = 0.791	
F = 31.623		Df = 5, 394		P _(ANOVA) = 0.000** Durbin-Watson = 1.223	

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 4.28 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการบริการและคุณภาพการให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่ส่งผล	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ			
	การพัฒนาธุรกิจ ของสหกรณ์	การพัฒนา บุคลากร	การพัฒนาการ ให้บริการ	พัฒนาสถานที่ ให้บริการ
ปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์				
1. เพศ	NO	NO	NO	NO
2. อายุ	NO	NO	YES	NO
3. สถานภาพสมรส	NO	NO	NO	NO
4. ระดับการศึกษา	NO	NO	NO	NO
5. อาชีพ	YES	NO	NO	NO
6. ระยะเวลาการเป็น สมาชิกสหกรณ์	NO	NO	YES	YES
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	NO	NO	NO	NO
8. ประเภทของการใช้บริการ	NO	NO	NO	NO

ตาราง 4.28 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการบริการและคุณภาพ
การให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผล	การตัดสินใจเลือกใช้บริการ			
	การพัฒนาธุรกิจ ของสหกรณ์	การพัฒนา บุคลากร	การพัฒนาการ ให้บริการ	การพัฒนา สถานที่ให้บริการ
ปัจจัยด้านคุณภาพการ ให้บริการ				
1. สิ่งอำนวยความสะดวก	NO	NO	YES	YES
2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้	YES	YES	YES	NO
3. การตอบสนองต่อการ ให้บริการสมาชิก	YES	NO	NO	NO
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อ สมาชิก	YES	YES	NO	YES
5. การรู้จักและเข้าใจ ผู้รับบริการ	YES	YES	YES	NO

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 1 และพื้นที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผล อภิปรายผล และเสนอแนะงานวิจัยได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาสรุปว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.75 อายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 37.50 สมรสแล้ว ร้อยละ 37.50 ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 60.80 เป็นพนักงานราชการ ร้อยละ 30.20 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปี ร้อยละ 33.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการกู้เงิน ร้อยละ 56.00

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการศึกษาสรุปว่า คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพสูงสุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ

สมาชิก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.53) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.64) และน้อยที่สุด คือด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยในแต่ละด้านเป็น ดังนี้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น Mobile Application, ระบบโปรแกรมสหกรณ์ช่วยในการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาในการใช้บริการไม่นาน มีความรวดเร็ว เท่ากับเงื่อนไขและเอกสารที่ใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากในการทำธุรกรรม ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.85)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการในการบริหารงานได้ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.75) และน้อยที่สุด คือ สมาชิกสามารถตรวจสอบผลประกอบการของสหกรณ์ได้ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.78)

ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.74) และน้อยที่สุด คือ กำหนดขั้นตอนการให้บริการของสมาชิกแต่ละราย ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.82)

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการบริหารงานของสหกรณ์อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.76) และน้อยที่สุด คือ สหกรณ์มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.90)

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีคุณภาพมากที่สุดคือ ให้บริการด้วยความเสมอภาค ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.93) และน้อยที่สุด คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้วยความรัก ความเมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.81)

5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการศึกษาข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.69) และน้อยที่สุด คือ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยในแต่ละด้านเป็นดังนี้

ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ ขยายวงเงินกู้ยืมเพิ่มขึ้น ตามความจำเป็นใช้ของสมาชิก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.82) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ จัดกิจกรรมที่ปลูกฝังหรือเสริมสร้างอุปนิสัยให้สมาชิกรักการออมและมีวินัยในการออม ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.86)

ด้านการพัฒนาบุคลากร ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติงานด้วยความ ซื่อสัตย์สุจริต มีความเสียสละ และอดทน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.85) และน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ควรศึกษา / แสวงหาความรู้ ที่ทันสมัย เกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย นโยบาย เพื่อนำมาเผยแพร่ให้กับสมาชิก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.88)

ด้านการพัฒนาการให้บริการ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.83) และน้อยที่สุด คือ ควรส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกอย่าง สม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.73)

ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ มีการจัดสำนักงานและบริเวณโดยรอบให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 1.14) และน้อยที่สุด คือ มีการพัฒนาการจัดกิจกรรมในสถานที่บริการ ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 1.00)

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา จะทำการวิเคราะห์ในส่วนของการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยโดย Independent sample T test กับ ANOVA และการทดสอบความสัมพันธ์โดยวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) กับวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร เพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนากุศลกร (Dec2) ด้านการพัฒนากการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาศถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

1.2 จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.011 < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) พบว่า กลุ่มที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

กลุ่มตัวอย่างที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ได้ผลการทดสอบ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่อายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) น้อยกว่ากลุ่มที่อายุ 46 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.036 < 0.05$) ส่วนกลุ่มคนอื่นๆ พบว่า ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

1.3 จำแนกตามสถานภาพสมรส

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สถานภาพสมรสแตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

1.4 จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

1.5 จำแนกตามอาชีพ

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.027 < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กลุ่มที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

กลุ่มตัวอย่างที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า ไม่มีอาชีพใดที่แตกต่างกันทางสถิติ

1.6 จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แตกต่างกันให้ความสำคัญ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$) ส่วนด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) และด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) กลุ่มที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญ ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

กลุ่มตัวอย่างที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ผลการทดสอบ พบว่า ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.011 < 0.05$) และกลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.046 < 0.05$) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 6 – 10 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P = 0.017 < 0.05$)

1.7 จำแนกตามรายได้

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

1.8 จำแนกตามประเภทของการใช้บริการ

จากการศึกษาสรุปว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน และใช้บริการกู้เงิน ให้ความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2)

ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ไม่แตกต่างกันทางสถิติ ($P > 0.05$)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

จากการศึกษาสรุปว่า คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก (Res) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนารูปร่างของสหกรณ์ (Dec1) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.249 – 0.627 ถือว่ามีความสัมพันธ์ระดับน้อยไปจนถึงระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.527 – 0.729 ถือว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลางไปจนถึงระดับมาก เมื่อนำตัวแปรไปวิเคราะห์ทดสอบพหุคูณของระวางปัญหา Multicollinearity

2.2 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนารูปร่างของสหกรณ์ (Dec1) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ สรุปว่า สมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.657$ และ ค่า $r^2 = 0.432$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนารูปร่างของสหกรณ์ (Dec1) ได้ 43.2% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) ส่วนด้านการตอบสนอง (Res) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($P < 0.05$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 4 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) และด้านการตอบสนอง (Res) มีอิทธิพล

ทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1)

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ สรุปว่า สมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.678$ และ ค่า $r^2 = 0.46$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ได้ 46% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 3 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2)

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่า สมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.612$ และ ค่า $r^2 = 0.375$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ได้ 37.5% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีค่า β เป็นบวก หมายความว่า มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีค่า β เป็นลบ หมายความว่า มีอิทธิพลทางลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3)

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec4) กับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พบว่า

สมการถดถอยที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P_{(ANOVA)} = 0.000 < 0.01$) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = 0.535$ และค่า $r^2 = 0.286$ หมายความว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ได้ 28.6% โดยตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($P < 0.01$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($P < 0.05$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β) พบว่า ทั้ง 2 ตัวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลคือ อายุ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันดังนี้ สมาชิกสหกรณ์ที่อายุ 26 - 35 ปี ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) น้อยกว่ากลุ่มที่อายุ 46 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) มากกว่ากลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 - 10 ปี และกลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งพออนุมานได้ว่า เวลา ทั้งในส่วนของอายุ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก จะส่งผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการแค่ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แค่นั้นเท่านั้น และปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลย ดังนั้นพอสรุปได้ว่าผลการศึกษาไม่เป็นจริงตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับ พรรณราย จิตเจนการ (2558) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด ผลการศึกษา พบว่าเพศอายุสถานภาพระดับการศึกษารายได้และระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

5.2.2 ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อายุแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสมาชิกสหกรณ์ที่อายุ 26 - 35 ปีให้ความสำคัญด้านการพัฒนาการให้บริการ(Dec3)น้อยกว่ากลุ่มที่อายุ 46 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นจริงตามสมมติฐานการศึกษาข้อที่ 1

5.2.3 ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ เป็นจริงตามสมมติฐานการศึกษาข้อที่ 1

5.2.4 ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ แตกต่างกันให้ความสำคัญ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) และด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปีให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป และกลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปีให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 16 ปี ขึ้นไป ส่วนด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) กลุ่มที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 5 ปี ให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มที่ระยะเวลา 6 – 10 ปี ขึ้นไป เป็นจริงตามสมมติฐานการศึกษาข้อที่ 1

5.2.5 ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ (Dec1) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Cre) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาบุคลากร (Dec2) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Rel) และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (UC) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาการให้บริการ (Dec3) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่น (Cre) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Con) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ (Dec4) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นสรุปได้ว่าผลการศึกษาเป็นจริงตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ผลการศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า อายุไม่เกิน 25 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาการให้บริการ สมาชิกกลุ่มอาชีพข้าราชการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่ถึง 5 ปี ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านการพัฒนาการให้บริการและการพัฒนาสถานที่ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาการให้บริการและการพัฒนาสถานที่ให้บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ด้านการพัฒนาบุคลากรและด้านการพัฒนาการให้บริการ การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิกส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิกส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์การพัฒนาบุคลากรและการพัฒนาสถานที่ให้บริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์การพัฒนาบุคลากรและการพัฒนาการให้บริการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

หากมีการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ด้วยเพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นไปกว่านี้ ซึ่งจะส่งผลการดำเนินงานของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพด้วย

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์.(2558). *การสหกรณ์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมสหกรณ์, กองวิชาการ, ฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์.
- กวี วงศ์พุ่ม. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ขวัญเรือน หนูชู. (2558). *ปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงยุติธรรม จำกัด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- ดำรง ปันประณต, และ สะอาด แก้วเกษ. (2559). *ระบบการสหกรณ์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- นุกูล กรเย็นยงค์. (2559). *หลักการและวิธีการสหกรณ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรทิพย์ วรภิจโฆคาทร. (2559). *ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา
- พรรณราย จิตเจนการ. (2558). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมาน ทิมสถิต. (2558). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)*. ธนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- วิรัชฐิตา แจ้งเปล่า. (2559). *การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ ครูชลบุรี จำกัด*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริรัตน์ ศรีพนม. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจันทบุรี จำกัด*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2558). *ลักษณะทางประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิสิทย์พัฒนา.
- สำนักงานจัดตั้งและส่งเสริมสหกรณ์, กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2558). *คำแนะนำแนวทางการเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยวิธีการสหกรณ์*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมสหกรณ์.
- เสาวคนธ์ สุดสวาท และคณะ. (2559). *การพัฒนาขบวนการสหกรณ์ในพื้นที่จังหวัดอุดรดิตถ์ภายใต้ ชุดโครงการ “การพัฒนาขบวนการสหกรณ์ในพื้นที่ 36 จังหวัด”*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณานุกรม (ต่อ)

- หะหลีม ผอมเกื้อ. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามกรณีศึกษา: สหกรณ์อิสลามอัศศิติก จำกัด จังหวัดสงขลา*. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- อัจฉราภรณ์ ชูวงศ์. (2559). *คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Agatha, N. (2018). *The Effect of Cooperative Professionals in National Development: A Study of Selected Cooperatives in Enugu State*. *Management*, 7(3), 441-456.
- Axelrod, R. (Ed.). (2015). *Structure of Decision: The Cognitive Maps of Political Elites*. Princeton University Press.
- Cooper, M. (2019). *Secular Stagnation: Keynesianism and the Demographic Theory of Crisis*. *Theory & Event*, 22(2), 337-359.
- Greco, S., Figueira, J., & Ehr Gott, M. (2016). *Multiple Criteria Decision Analysis*. New York: Springer.
- Hunter, F. (2017). *Community Power Structure: A Study of Decision Makers*. UNC Press Books.
- Luhmann, N. (2018). *Organization and Decision*. Cambridge University Press.
- Mercure, J. F. (2015). *An age Structured Demographic Theory of Technological Change*. *Journal of Evolutionary Economics*, 25(4), 787-820.
- Truman, H. S. (2018). *Year of Decision (Vol. 1)*. New Word City.
- Zocial, Inc. (2015). *Internet Electronic Commerce for Multi-level Marketing*. *International Journal of Educational Management*, 22(2).

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพมหานครพื้นที่ 1 และพื้นที่ 2

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการศึกษาวิจัย เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เพื่อทราบถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

แบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล (ข้อมูลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์)

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากคุณให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลง

ใน ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ไม่เกิน 25 ปี 2. 26 – 35 ปี
3. 36 – 45 ปี 4. 46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. โสด 2. สมรส
3. หย่าร้าง 4. หม้าย

4. ระดับการศึกษาของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า 2. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
3. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ข้าราชการ 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานราชการ 4. ลูกจ้างประจำ

6. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ไม่ถึง 5 ปี 2. 6 – 10 ปี
3. 11-15 ปี 4. 16 ปีขึ้นไป

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 45,000 บาท 4. 45,001 บาทขึ้นไป

8. ประเภทของการใช้บริการบ่อยครั้งที่สุดของสมาชิก

1. ใช้บริการฝากเงิน-ถอนเงิน
2. ใช้บริการกู้เงิน

ตอนที่ 2 คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1. หมายถึง มีความคิดเห็นน้อยที่สุด | 4. หมายถึง มีความคิดเห็นมาก |
| 2. หมายถึง มีความคิดเห็นน้อย | 5. หมายถึง มีความคิดเห็นมากที่สุด |
| 3. หมายถึง มีความคิดเห็นปานกลาง | |

คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
สิ่งอำนวยความสะดวก					
1. ความทันสมัยของอุปกรณ์ เช่น Mobile Application, ระบบโปรแกรมสหกรณ์ช่วยในการใช้บริการ					
2. สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ สะดวกต่อการใช้บริการ					
3. ระยะเวลาในการใช้บริการไม่นาน มีความรวดเร็ว					
4. เงื่อนไขและเอกสารที่ใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากในการทำธุรกรรม					
ความเชื่อถือไว้วางใจได้					
1. ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ถูกต้องและแม่นยำ					
2. สมาชิกสามารถตรวจสอบผลประกอบการของสหกรณ์ได้					
3. การให้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง โปร่งใสและชัดเจนของระบบข้อมูล					
4. สมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกคณะกรรมการในการบริหารงานได้					

คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การตอบสนองต่อการให้บริการสมาชิก					
1. มีระบบการให้บริการที่รวดเร็ว					
2. ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้คำแนะนำ ปรึกษาแก่สมาชิกด้วยความเต็มใจ					
3. กำหนดขั้นตอนการให้บริการของสมาชิกแต่ละราย					
4. ความพร้อมของพนักงานในการให้บริการลูกค้า ทันทีที่ต้องการและการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ไป ถึงสมาชิกอย่างทั่วถึง					
การให้ความเชื่อมั่นต่อสมาชิก					
1. ความเชื่อมั่นต่อคณะกรรมการบริหารงานที่มีการ บริหารงานของสหกรณ์อย่างเป็นระบบ					
2. เจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต ตั้งใจมุ่งมั่น รับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตน					
3. สหกรณ์มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบการ ทำงานของคณะกรรมการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ได้ทุก ขั้นตอน					
4. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ในการสร้างความเชื่อมั่น การให้บริการของสหกรณ์					
การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ					
1. การให้ความสนใจและเข้าใจสมาชิกแต่ละราย ให้บริการตรงตามความต้องการของสมาชิก					
2. ดูแลใส่ใจได้ทั่วถึง สามารถจดจำข้อมูล รายละเอียดของสมาชิกแต่ละคนได้					
3. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้วยความรัก เมตตา คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างเหมาะสม					
4. ให้บริการด้วยความเสมอภาค					

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด | 4. หมายถึง เห็นด้วยมาก |
| 2. หมายถึง เห็นด้วยน้อย | 5. หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด |
| 3. หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง | |

การตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการบริการและคุณภาพการให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์					
1. ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ ขยายวงเงินกู้ยืมเพิ่มขึ้นตามความจำเป็นใช้ของสมาชิก					
2. ธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ มีอัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าธนาคารพาณิชย์ทั่วไป					
3. ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ จัดกิจกรรมที่ปลูกฝังหรือเสริมสร้างอุปนิสัยให้สมาชิกรักการออมและมีวินัยในการออม					
4. ธุรกิจรับฝากเงินออมทรัพย์ มีอัตราผลตอบแทนที่น่าสนใจ					
ด้านการพัฒนาบุคลากร					
1. เจ้าหน้าที่ควรปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต มีความเสียสละ และ อุดมทน					
2. เจ้าหน้าที่ควรศึกษา / แสวงหาความรู้ ที่ทันสมัยเกี่ยวกับระเบียบ กฎหมาย นโยบาย เพื่อนำมาเผยแพร่ให้กับสมาชิก					

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการในด้านการ บริการและคุณภาพการให้บริการของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการพัฒนาบุคลากร (ต่อ)					
3. เจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วย ความสุภาพและเป็น กันเอง					
4. เจ้าหน้าที่ควรมีมนุษยสัมพันธ์ดีและ ให้บริการด้วย ความเต็มใจ					
ด้านการพัฒนาการให้บริการ					
1. ควรจัดให้มีสวัสดิการช่วยเหลือสมาชิก ด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ด้านสุขภาพ ด้านการศึกษา การมี รายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ฯลฯ					
2. ควรส่งเสริมองค์ความรู้ทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ แก่สมาชิกอย่าง สม่ำเสมอ					
3. ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ ทันสมัยอย่าง สม่ำเสมอและทั่วถึง					
4. ควรปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความ เหมาะสมกับวิถี ชีวิตของสมาชิก และมีความยืดหยุ่นในบางกรณี					
ด้านการพัฒนาสถานที่ให้บริการ					
1. มีการจัดสำนักงานและบริเวณโดยรอบให้มีความ เป็นระเบียบเรียบร้อย					
2. มีการพัฒนาทัศนียภาพของสหกรณ์ใหม่ ความ สวยงาม น่าเชื่อถือ น่าเข้ามาใช้บริการ					
3. มีการพัฒนาการจัดกิจกรรมในสถานที่บริการ					
4. มีการปรับปรุงบริเวณพื้นที่ว่างของสหกรณ์ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล จีรวรรณ สุขสมิตร
วัน เดือน ปีเกิด 8 กุมภาพันธ์ 2529
ภูมิลำเนา อำเภอคูสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี บช.บ.	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร	2551
ปวส. (การบัญชี)	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตพณิชยการพระนคร	2549
ปวช. (การบัญชี)	โรงเรียนกรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย	2547

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่แผนกบัญชี สหกรณ์ออมทรัพย์กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคง
ของมนุษย์ จำกัด

