

## ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์

## จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

Member Satisfaction Towards Services of Lamphang Military District Savings and Credit Cooperatives Limited, Surasak Montri Military Camp, Lamphang Province

ชนพล อุทิศสาร\* และวิสุทธร จิตอารี\*\*

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway Analysis of Variance) หรือค่า F-Test

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นยศ จ่าสิบตรี-สิบเอก ส่วนใหญ่อยู่สังกัด มทบ.32 โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่ำกว่า 5 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีสถานภาพการสมรส ประเภทที่สมาชิกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ ผาก-ถอน 1,001 – 10,000 บาท จำนวนที่สมาชิกมาใช้บริการ เดือนละ 1 ครั้ง และ บัญชีเงินฝาก-กู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ส่วนใหญ่ คือ บัญชีเงินฝาก 10,001 – 100,000 บาท

ปัจจัยย่อย 10 อันดับสูงสุดของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้แก่ พื้นที่ภายในสำนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ รองลงมาคือ ระยะเวลาในการฝาก-ถอนเงินเหมาะสม เครื่องมือ และอุปกรณ์ของสหกรณ์ มีความทันสมัย กระจายผลตอบแทนแก่สมาชิกอย่างเป็นธรรม การได้รับบริการทางธุรกิจและทางวิชาการจากสหกรณ์ ระยะเวลาในการคืนเงินกู้เหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีในการให้บริการ ให้บริการด้วยความสุภาพ สหกรณ์มีขั้นตอนในการดำเนินการที่กระชับไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนทำให้งานรวดเร็ว และ ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ ตามลำดับ

## ABSTRACT

This independent study aimed to examine member satisfaction towards services of Lamphang Military District Savings and Credit Cooperatives Limited, Surasak Montri Military Camp, Lamphang. Questionnaires were used as the

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* อาจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

tool to collect data from its members. Data obtained were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage, means, and standard deviation as well as the One Way Analysis of Variance or the F-Test.

The findings presented that most samples held the army rank of Sergeant Major Third Class – Sergeant, affiliated to 32nd Military Circle, and had been the member of the studied savings and credit cooperatives for less than 5 years. They graduated in high-school level of education and were married. Type of service that the majority took was deposit services for the amount of money at 1,001–10,000 Baht. They took services there at the frequency of once a month. Most of them owned the saving account with the saving amount of 10,001–100,000 Baht.

Hereafter were respectively listed the top ten elements of service marketing mix affecting the satisfaction of members towards services of Lamphang Military District Savings and Credit Cooperatives Limited, Surasak Montri Military Camp, Lamphang. The element affecting their satisfaction at the highest level was to have adequate service area to serve members. Then, it was followed by to spend appropriate time for deposit service, to have modern tools and devices to serve members, to give a fair profit sharing to members, to provide business and academic services to members, to offer appropriate payback period for loaning customers, to have a friendly staff with good manner to serve members, to serve members politely, to have easy and concise service process, which made the work flow swiftly, and to offer advices or give answers to all service inquiries well, respectively.

## บทนำ

สหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจแบบหนึ่งที่มีบทบาททางเศรษฐกิจเกือบทุกด้าน เริ่มตั้งแต่การผลิต การจำหน่ายและการบริการ ถ้าสามารถทำให้กระบวนการทางสหกรณ์มีประสิทธิภาพแล้วจะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา เพราะสหกรณ์มีบทบาทในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรมสหกรณ์มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิก โดยวิธีช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักสหกรณ์ (ณัฐพันธ์ พินสุวรรณ์, 2552)

สหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ก่อตั้งมาแล้ว 29 ปีโดยมีสมาชิกสหกรณ์เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2559 จำนวน 1,008 คน มีสมาชิกเข้าใหม่ระหว่างปีจำนวน 49 คน สมาชิกลาออกระหว่างปีจำนวน 35 คน สมาชิกเสียชีวิต 5 คน คงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 จำนวน 1017 คน (รายงานประจำปี, 2559) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่รับราชการทหารภายในจังหวัดลำปางร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ได้รู้จักการออมเงินเพื่อเป็นการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือสมาชิกทหารซึ่งกันและกันในรูปแบบของสวัสดิการ และการสงเคราะห์อันก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำประกอบกับภาวะความเสี่ยงจากการลงทุน สหกรณ์ออมทรัพย์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยลดความเสี่ยงในด้านการเงินแต่จากการศึกษารายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2559 ของสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด พบว่าเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเงินกู้กับเงินรับฝากของสมาชิกสหกรณ์ เงินรับฝากจะน้อยกว่าเงินกู้โดยเงินรับฝากลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 7.56 คงเหลือเงินรับฝากอยู่ 129,034,703.28 บาท และมีเงินกู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 มีเงินกู้คงเหลือที่สมาชิก

390,326,291.00 บาท (รายงานกิจการประจำปี 2559) สมาชิกสหกรณ์มีการออมค่าน้ำน้อย อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับการปันผลหุ้นเรือนหุ้นที่ได้จากการกู้ของสมาชิกสหกรณ์ทำให้สมาชิกสหกรณ์นิยมที่จะกู้มากกว่าที่จะฝากเงิน (ศักดิ์ดา คำวัง, 2560: สัมภาษณ์) นโยบายของสหกรณ์เองที่ให้สมาชิกสหกรณ์ต้องเป็นคนค้าให้คนที่จะกู้เท่านั้น ทำให้ผู้ที่ไม่ประสงค์ที่จะค้าให้ผู้ที่กู้ต้องลาออกจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์ (ไพโรจน์ สมเพ็ชร, 2560: สัมภาษณ์) การกระจายข่าวสารที่ต้องผ่านมาทางคณะกรรมการทำให้สมาชิกสหกรณ์ได้รับข่าวสารที่ล่าช้า (สุทธิรักษ์ หอมสะอาด, 2560: สัมภาษณ์) และในปัจจุบันมีการแข่งขันทางด้านการเงินของสถาบันการเงินอื่นๆเพิ่มมากขึ้นซึ่งให้ผลประโยชน์แก่สมาชิกสหกรณ์ที่มากกว่าสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด นอกจากนี้ยังมีปัญหาภายในเกี่ยวกับพนักงานในด้านความโปร่งใส ปัญหาในการให้บริการที่ไม่ตรงตามความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ ปัญหาความล่าช้าในกระบวนการ เช่น ได้เงินช้า และความไม่มั่นคงขององค์กรส่งผลให้สมาชิกสหกรณ์ลาออกจากการเป็นสมาชิกของสหกรณ์บางส่วน อีกทั้งทางสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ยังไม่เคยมีการวัดความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์มาก่อน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการซึ่งการบริการเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ควรมีการพัฒนาคุณภาพงานบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการยกระดับคุณภาพการให้บริการให้ดีขึ้นกว่าที่มาตรฐานกำหนด เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากการปฏิบัติงานของสหกรณ์จึงเป็นเหตุผลให้ผู้ศึกษาต้องการศึกษาเพื่อทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ลักษณะกายภาพและบุคคล เพื่อจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ** จิตตินันท์ นันทโพธิ์ (2551: 180-181) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และตามความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549: 154) ได้ให้ความหมายว่า ความพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการและความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความตั้งใจต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่าานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว และ “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549: 18)

**แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)** คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555: 14-16) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมการตลาดบริการประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และ สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาความพึงพอใจของสมาชิก ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ

### 2. ขั้นตอนการศึกษา

ขั้นตอนการศึกษาเริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยจากเอกสารรายงานประจำปี 2559 สหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด พบว่า สหกรณ์มีสมาชิกทั้งหมด 1,017 คน เนื่องจากประชากรที่ต้องการศึกษามีขนาดใหญ่ประกอบกับระยะเวลาในการทำการศึกษามีจำกัด ทำให้ไม่สามารถสอบถามข้อมูลจากประชากรทั้งหมดได้ จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากร และได้ทบทวนแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามทำการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจของคำถามและปัจจัยต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 300 ชุด ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามได้ถูกนำมาวิเคราะห์และสรุปผลก่อนจัดทำและนำเสนอรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ

### 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

### 4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling: SRS) โดยเก็บแบบสอบถามผู้ที่ เป็นสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง

## ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นยศ จ่าสิบตรี-สิบเอก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่สังกัด มทบ. 32 โดยระยะเวลาการเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีสถานภาพการสมรส ประเภทที่สมาชิกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ คือ ผาก-ถอน 1,001 – 10,000 บาท จำนวนที่สมาชิกมาใช้บริการเดือนละ 1 ครั้ง

และบัญชีเงินฝาก-กู้ ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ส่วนใหญ่ คือ บัญชีเงินฝาก 10,001 – 100,000 บาท

## **ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ในด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ**

**ด้านผลิตภัณฑ์** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ ระยะเวลาในการฝาก-ถอนเงินเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการคืนเงินกู้เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.83 และ ประเภทของเงินฝากมีหลากหลาย(ออมทรัพย์และออมทรัพย์พิเศษ) ค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

**ด้านราคา** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.51) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.62 รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้สามัญมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.61 และ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจำหน่าย** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.43) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ การติดต่อเข้าถึงบัญชีสหกรณ์ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (เช่น โทรศัพท์ จดหมาย โทรสาร เว็บบอร์ด E-mail ) ค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาคือ สหกรณ์มีช่องทางการติดต่อ ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และกระทู้ถาม – ตอบทางเว็บไซต์ และfacebook ค่าเฉลี่ย 3.66 และมีการให้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ผ่านทางเว็บไซต์หรือสื่อ Online อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ

**ด้านส่งเสริมการตลาด** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.73) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ กระจายผลตอบแทนแก่สมาชิกอย่างเป็นธรรม ค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ การได้รับบริการทางธุรกิจและทางวิชาการจากสหกรณ์ ค่าเฉลี่ย 3.83 และ การจัดสรรกำไรคืนสมาชิกในรูปแบบเงินปันผลมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการให้บริการ** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.69) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ สหกรณ์มีขั้นตอนในการดำเนินการที่กระชับไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนทำให้งานรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือ สหกรณ์จัดเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสมาชิกเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.79 และ สมาชิกได้รับความสะดวกในการให้บริการของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.74) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับ

ความพึงพอใจ ได้แก่ พื้นที่ภายในสำนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.88 รองลงมาคือ เครื่องมือและอุปกรณ์ของสหกรณ์มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.85 และ ห้องน้ำมีความสะอาดและสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

**ด้านบุคคล** มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.77) โดยปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ได้แก่ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ให้บริการด้วยความสุภาพ ค่าเฉลี่ย 3.81 และ ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

### **ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด จำแนกตามยศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และสังกัด**

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด จำแนกตามยศ พบว่าปัจจัยในทุกด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามยศพันตรี-พันเอกพิเศษ ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด เช่น ระยะเวลาในการฝาก-ถอนเงินเหมาะสม การจัดสรรกำไรคืนสมาชิกในรูปแบบเงินปันผลมีความเหมาะสม การติดต่อเข้าถึงบัญชีสหกรณ์ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (เช่น โทรศัพท์ จดหมาย โทรสาร เว็บไซต์ E-mail) เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่ำกว่า 5 ปี ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สหกรณ์จัดเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสมาชิกเพียงพอ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6-10 ปี ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สหกรณ์มีขั้นตอนในการดำเนินการที่กระชับไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนทำให้งานรวดเร็ว และระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 ปีขึ้นไป ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สหกรณ์ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปี ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด เช่น ระยะเวลาในการฝาก-ถอนเงินเหมาะสม การจัดสรรกำไรคืนสมาชิกในรูปแบบเงินปันผลมีความเหมาะสม พื้นที่ภายในสำนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด จำแนกตามสังกัดพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านบุคคล มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด มทบ.32 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด เช่น ระยะเวลาในการฝาก-ถอนเงินเหมาะสม การจัดสรรกำไรคืนสมาชิกในรูปแบบเงินปันผลมีความเหมาะสม การติดต่อเข้าถึงบัญชีสหกรณ์ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (เช่น โทรศัพท์ จดหมาย โทรสาร เว็บไซต์ E-mail) เป็นต้น ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามสังกัด ช.พัน 4 ร้อย 4 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กองทุนช่วยเหลือสมาชิกถึงแก่กรรมมีความเหมาะสม

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ในระดับมาก เช่น ในเรื่องระยะเวลาในการคืนเงินกู้เหมาะสม เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของวนิดา ดาวเรือง (2558) โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรบ้านนาสาร จำกัด โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในด้านระยะเวลาการส่งชำระการกู้เงินมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ในระดับมาก เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์มีความเหมาะสม เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของวนิดา ดาวเรือง (2558) โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรบ้านนาสาร จำกัด โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในด้านอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ในลำดับแรก ได้แก่ การติดต่อเข้าถึงบัญชีสหกรณ์โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร (เช่น โทรศัพท์ จดหมาย โทรสาร เว็บไซต์ E-mail และในด้านทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมและสะดวกในการมาติดต่อกับสหกรณ์มีระดับความพึงพอใจลำดับท้ายสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วาริ ทิพย์ประเสริฐ (2553) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด ด้านทำเลที่ตั้งของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกแก่สมาชิกผู้มาใช้บริการเป็นลำดับแรก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ในระดับมาก เช่น การจัดสรรกำไรคืนสมาชิกในรูปแบบเงินปันผลมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วนิดา ดาวเรือง (2558) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ ด้านการเฉลี่ยคืนตามรายส่วนธุรกิจและอัตราเงินปันผลตามหุ้นของสหกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมระดับมาก เช่น สหกรณ์มีขั้นตอนในการดำเนินการที่กระชับไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนทำให้งานรวดเร็ว สหกรณ์จัดเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสมาชิกเพียงพอ สมาชิกได้รับความสะดวกในการให้บริการของสหกรณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวาริ ทิพย์ประเสริฐ (2553) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด ด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าในข้อที่มีระดับความพึงพอใจมาก

คือ สมาชิกได้รับความสะดวกในการให้บริการของสหกรณ์ สหกรณ์มีขั้นตอนในการดำเนินการที่กระชับ ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ทำให้งานรวดเร็ว และสหกรณ์จัดเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสมาชิกเพียงพอ เช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมในระดับมาก เช่น พื้นที่ภายในสำนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ การจัดสำนักงานสหกรณ์สวยงามเป็นสัดส่วน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวาริ ทิพย์ประเสริฐ (2553) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ สหกรณ์มีสถานที่ในการให้บริการอย่างกว้างขวางและเป็นสัดส่วน เช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด โดยรวมในระดับมาก เช่น พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอังคณา โกมลตรี (2556) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด มีความพึงพอใจในปัจจัยหลักในการให้บริการในด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลำดับแรกอยู่ในระดับมากคือ การพูดจาด้วยถ้อยคำและน้ำเสียงที่สุภาพเหมาะสมกับกาลเทศะ วาริ ทิพย์ประเสริฐ (2553) โดยผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสารภี โชคชัย จำกัด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เช่น การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สะอาดเหมาะสม มีกิริยาจาจา น้ำเสียงที่สุภาพอ่อนหวาน อ่อนโยน

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรศักดิ์มนตรี จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปางในการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังต่อไปนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

สหกรณ์ควรจะมีการแจ้งรายละเอียดในแต่ละด้านดังกล่าวให้แก่สมาชิกสหกรณ์ตามสื่อการติดต่อสื่อสารต่างๆ เช่น การติดประกาศ หรือการแจ้งผ่านสื่อ Online เป็นต้น รวมทั้งการจัดพนักงานเพื่อตอบข้อสงสัยของสมาชิกสหกรณ์ เพื่อให้มีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น

### ด้านราคา

สหกรณ์อาจจะทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในการจำกัดวงเงินขั้นต่ำในการฝากเงินให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่ต้องฝากเงินครั้งแรก ไม่นต่ำกว่า 1,000 บาท สหกรณ์อาจมีการปรับลดลงเพื่อให้สมาชิกมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เพิ่มช่องทางการติดต่อโดยไม่ต้องมาใช้บริการสหกรณ์ด้วยตนเอง เช่น ใช้ระบบ Online รวมทั้งในด้านมีการแจ้งข่าวหรือสิทธิพิเศษต่างๆให้แก่ สมาชิกได้รับทราบผ่านทาง SMS, E-mail, จดหมายและสื่อออนไลน์ เป็นต้น



### ด้านการส่งเสริมการตลาด

สหกรณ์เองควรมีการจัดทุนการศึกษาให้เพียงพอและเหมาะสมให้กับสมาชิกสหกรณ์โดยการจัดสรรเงินเพื่อเพิ่มเป็นทุนการศึกษาบุตรสมาชิกโดยเฉพาะ และอาจมีการเพิ่มวงเงินจากข้อกำหนดเดิมเพื่อให้สมาชิกสหกรณ์มีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

### ด้านกระบวนการให้บริการ

สหกรณ์ควรสำรวจความต้องการของสมาชิกสหกรณ์รวมถึงการจัดการประชุมสำหรับสมาชิกสหกรณ์โดยเฉพาะเพื่อจัดทำหลักเกณฑ์ในการกู้เงินเพื่อให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

สหกรณ์ควรมีการจัดที่นั่งสำหรับสมาชิกสหกรณ์ที่มาใช้บริการในส่วนของยคที่ต่ำกว่าพันธรี-พันธเอกพิเศษให้มีเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่สูงขึ้น

### ด้านบุคคล

สหกรณ์ควรมีการจัดการประชุมของสมาชิกสหกรณ์ในทุกชั้นยศโดยเฉพาะยคที่ต่ำกว่าพันธรี-พันธเอกพิเศษเพื่อเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทางสมาชิกสหกรณ์ในแต่ละชั้นยศแล้วนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาคความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด ค่ายสุรคักคติมมนตรี จังหวัดลำปางในครั้งนี้ จึงควรมีการศึกษาคความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มที่มียศต่างกัน หรือกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน เพื่อปรับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่ม และการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ควรเพิ่มวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและมีความชัดเจนในการศึกษาครั้งต่อไป

### บรรณานุกรม

- กฤษสิรี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ นันทโพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ณัฐพันธ์ พิณสุวรรณ. (2552). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ ตำรวจตระเวนชายแดนที่ 42 จำกัด*. (ปริญญาโท สาขาการบริหารงานตำรวจและกระบวนการยุติธรรม ภาค พิเศษมหาวิทยาลัยการจัดการเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยทักษิณ).
- ต้นแก้วปัญหาสหกรณ์ทั่วประเทศ 691 แห่ง. (2559). ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.thairath.co.th>
- พงษ์สถิต อรอินทร์. (2558). *ปัญหาและแนวทางพัฒนาสหกรณ์ในประเทศไทย*. อุบลราชธานี: สำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดอุบลราชธานี.

- พรพิมล ริยาย และคณะ. (2555). *ความคาดหวังของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2555 ที่มีต่อเนื้อหารายวิชาการศึกษาระดับอุดมศึกษา*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่.
- ฤทัย นิธิธนวิชิต. (2553). *ความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วนิดา ดาวเรือง. (2558). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรบ้านนาสาร จำกัด อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- วาริ ทิพย์ประเสริฐ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสารภีโคกชัย จำกัด*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน).
- ศิรินภา ธิมากุล. (2557). *ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวานจำกัด*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- สหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด. (2559). *การประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2559*. [อัดสำเนา]. ลำปาง: สหกรณ์.
- สหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด. (2554). *ข้อบังคับและประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบก ลำปาง จำกัด*. [อัดสำเนา]. ลำปาง: สหกรณ์.
- สหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด. (2554). *ระเบียบสหกรณ์ออมทรัพย์จังหวัดทหารบกลำปาง จำกัด*. [อัดสำเนา]. ลำปาง: สหกรณ์.
- อังคณา โกมลตรี. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ค่ายสิรินธร จำกัด*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).