

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

Factors Affecting the Service Selection of Rajabhat Maha Sarakham University Savings Cooperatives Limited Members.

Received: 5 October 2022

Revised: 7 November 2022

Accepted: 9 November 2022

สุนันทา เชื้อจิตรนุกูล¹ อุนชา ภูริพันธุ์ภิญโญ² และสุจิตรา รอดสมบูรณ์³

Sunanta Chuajitnukun¹, Anucha Puripunpinyoo² and Sujitra Rodsombun³

¹นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์) สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

^{2,3}อาจารย์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹Master Student of Business Administration (Co-operatives) Sukhothai Thammathirat Open University

^{2,3}Lecturer from of Business Administration (Co-operatives) Sukhothai Thammathirat Open University

Corresponding Author Email: puloo.march13@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ 3. เปรียบเทียบการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิก และ 5. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ มีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 234 คน ที่มาจากการใช้สูตรทาโร ยามาเน (1973) ที่ระดับค่าความคลาดเคลื่อน .05 แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมการตลาดในการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ผลผลิต ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) คุณภาพการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ การบริการที่เป็นรูปธรรมความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อสมาชิกการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความเอาใจใส่โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก 3) สมาชิกที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันเลือกใช้บริการสหกรณ์โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ผลผลิต ราคา บุคคลและกระบวนการ และ 5) ข้อเสนอแนะจากสมาชิกผู้ใช้บริการพบว่า สหกรณ์ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จัดอบรมให้เจ้าหน้าที่เข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ เข้าใจผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ และควรให้เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาของสมาชิกที่มาใช้บริการ

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ, สมาชิกสหกรณ์, สหกรณ์ออมทรัพย์

Abstract

This research consists purposes were 1. To study market mix factors of the cooperatives 2. To study service quality factors of the cooperatives 3. To compare the service selection of cooperative members classifying by personal factors 4. To study marketing mix factors of the cooperatives affecting the selection of service of the members and 5. To study suggestions regarding service quality factors of the cooperatives. is a quantitative research. The research tool was a questionnaire with a sample of 234 people who came from using the Taro

Yamane (1973) formula at the error level of .05. The data collected from the questionnaire were analyzed using descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation. t-test, one way analysis of variance, and stepwise multiple regression analysis. The results of the research revealed that 1) marketing mix factors in providing service for cooperative members were such as product, price, location, marketing promotion, personnel, process, and physical attribute, overall and in each aspect were at the high level 2) The service quality for cooperative members regarding the concrete form of the service, the trustworthy of the service, the response to the members, the credential given to members, and the mindfulness in the service, overall and in each aspect were at the high level 3) Members with different personal factors selected the cooperative service, overall and in every aspect showed no difference 4) Marketing mix factors of the cooperatives, which affected the selection of service of members at statistically significant level of .01, were such as product, price, personnel, and process. and 5) Suggestions from members who used service showed that cooperatives should reduce the loan interest rate, organize training for officers to understand their roles and responsibilities better, be more responsible, and understand the products of the cooperatives, and have the officers listen to problems from the service users.

Keywords: Service Selection, Cooperative Members, Savings Cooperatives

บทนำ

การพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ เพราะจะทำให้ประเทศเจริญงอกงาม ทำให้ประชาชนทุกภาคส่วน มีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีความกินดีอยู่ดี และมีความสุข สหกรณ์เป็นกระบวนการร่วมมือกันด้วยจิตสำนึกบนพื้นฐานแห่งความเสมอภาค เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือและยกมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชน หัวใจสำคัญในการดำเนินงาน คือ หลักการช่วยเหลือตนเอง (Self-Help) โดยสหกรณ์ได้เข้ามามีบทบาทในเศรษฐกิจในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตการบริโภค การค้า และการบริการด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยพัฒนาด้านสังคมศึกษา และวัฒนธรรมของประเทศชาติ

สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ สถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกันหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมให้สมาชิกมีแหล่งออมเงินที่มีผลตอบแทนเป็นการจูงใจ และเปิดให้สมาชิกสามารถกู้ยืมเงินได้เมื่อเกิดความจำเป็นตาม ซึ่งตั้งอยู่บนหลักการง่าย ๆ ที่จะเป็นแหล่งเงินทุนของตนเอง และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก การดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์มีหลักการพื้นฐานของเช่นเดียวกับสหกรณ์ทั่วไป คือการช่วยเหลือสมาชิก โดยใช้หลักของความเท่าเทียมและการมีผลประโยชน์ร่วมกัน สหกรณ์จะอยู่ได้เพราะสมาชิกซื่อสัตย์ และมีการตรวจสอบเชื่อใจกัน

สหกรณ์ออมทรัพย์ได้รับความนิยมมาถึงปัจจุบัน และยังคงทำหน้าที่เป็นแหล่งเงินฝากและเงินกู้ของสมาชิก ช่วยให้สมาชิกคล่องในการดำเนินชีวิต และยังคงเป็นทางเลือกที่ช่วยแก้ปัญหาทางการเงินให้กับสมาชิกถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัว แต่ในธุรกิจการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศการแข่งขันยังคงมีความรุนแรง รวมทั้งกระแสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในยุคที่อินเทอร์เน็ตมีผลเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ชีวิตของประชาชนอย่างชัดเจน ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ เล็งเห็นความสำคัญของการบริการ รวมถึงการสร้างภาพพจน์ใจให้กับลูกค้ามากที่สุด จึงได้มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการให้บริการ เพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการออมและพัฒนาความเป็นอยู่ของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยให้ดีขึ้น มีสมาชิกแรกตั้ง 128 คน ขอถือหุ้นแรกตั้ง 12,880 หุ้น มีทุนดำเนินการทั้งสิ้น 128,800 บาท สมาชิกสหกรณ์คือบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่ได้รับเงินเดือน ค่าจ้าง ค่าตอบแทนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามหรือเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ ปัจจุบันตั้งอยู่อาคารเฉลิมฉลองสิริราชครบ 60 ปี (อาคาร 34) คณะวิทยาการจัดการ เลขที่ 80 ถนนนครสวรรค์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง ให้บริการด้านการรับฝากเงินและด้านการให้เงินกู้แก่สมาชิก ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจการให้บริการ (สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด, 2564)

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการให้บริการมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความมั่นใจในคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิก การตอบสนองความต้องการของสมาชิกในด้านความเชื่อมั่นทางการเงินต่อการบริหารงานที่มีความโปร่งใสในด้านธุรกรรมทางการเงิน และความชัดเจนของการให้บริการที่สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริหารงานของสหกรณ์ด้วยหลักธรรมาภิบาล การบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลถึงสภาวะจิตใจของสมาชิกที่มาใช้บริการ โดยการสร้างคุณภาพการให้บริการและส่งเสริมความประทับใจที่เป็นเลิศ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีและก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีให้กับสมาชิกต่อไป หากสมาชิกไม่ได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการหรือรู้สึกไม่พึงพอใจในการให้บริการของสหกรณ์ ย่อมมีผลกระทบต่อการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ และภาพลักษณ์ที่ดีของสหกรณ์

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดซึ่งเป็นองค์ประกอบสำหรับการให้บริการต่าง ๆ และปัจจัยคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการของสหกรณ์ที่มีผลให้สมาชิกเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด เพื่อต้องการสะท้อนความคิดเห็นของสมาชิกต่อการได้รับบริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการ คุณภาพหรือความเท่าเทียมตามที่สมาชิกคาดหวัง ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกที่มาใช้บริการของสหกรณ์มากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

ของสมาชิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด
5. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.1 ประชากร ได้แก่ สมาชิกสามัญสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด จำนวน 564 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกสามัญสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด จำนวน 234 คน

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจทำการสุ่มคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ตอนที่ 3 การเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ ซึ่งแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended) ตลอดจนผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงคกับข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่า มีค่า IOC ระหว่าง 0.50-1.00 และผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าความเชื่อมั่น 0.95

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต การรวบรวมข้อมูลจากระบบสารสนเทศของกรมส่งเสริมสหกรณ์ รวมถึงรายงานกิจการประจำปีของสหกรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในการแสดงความคิดเห็น การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ วิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่อาจมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นอิสระต่อกัน เพื่อหาความแปรปรวนทางเดียวหรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D.=0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.02$, S.D.=0.63) ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ($\bar{x} = 4.01$, S.D.=0.60) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.97$, S.D.=0.61) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.93$, S.D.=0.67) ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 3.91$, S.D.=0.64) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 3.86$, S.D.=0.71) 7) ด้านสถานที่ ($\bar{x} = 3.75$, S.D.=0.75) ตามลำดับ

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D.=0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ ($\bar{x} = 4.04$, S.D.=0.62) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก ($\bar{x} = 4.01$, S.D.=0.68) ด้านการตอบสนองต่อสมาชิก ($\bar{x} = 3.99$, S.D.=0.62) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{x} = 3.92$, S.D.=0.67) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ($\bar{x} = 3.91$, S.D.=0.59) ตามลำดับ

3. เปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ของสมาชิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ต่างกัน เลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า ประกอบด้วย

4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการใน 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และด้านกระบวนการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 76.40

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 53.80

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 3 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 61.40

4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 3 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 50.40

4.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จำกัด ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และด้านกระบวนการ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 65.00

4.6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ จำกัด ด้านความเอาใจใส่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์การเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ได้ร้อยละ 74.20

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม จำนวน 105 ราย โดยได้แสดงความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสหกรณ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการใน 5 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สหกรณ์ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีการสร้างอาคารที่ตั้งสหกรณ์ใหม่ เป็นส่วนตัว ปลอดภัย กว้างขวาง สะดวกสบายมีห้องน้ำและบริเวณจอดรถที่เพียงพอ
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สหกรณ์ จัดอบรมเพิ่มเติมให้แก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการบริหารของสหกรณ์ การดำเนินงานของสหกรณ์ เพื่อจะได้ตอบปัญหาของสมาชิกได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน
- 3) ด้านการตอบสนองต่อสมาชิก สมาชิกที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สหกรณ์พัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ได้มากขึ้น และให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการด้วยความรวดเร็วเหมาะสม เพราะอาจจะทำให้ผู้รับบริการเสียเวลาและเกิดความไม่พอใจ
- 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์สนใจในการให้บริการ ไม่ควรคุยกับเจ้าหน้าที่สหกรณ์อื่น หรือบุคคลอื่นขณะให้บริการ
- 5) ด้านความเอาใจใส่ สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สหกรณ์ฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีใจรักในการให้บริการ กระตือรือร้นและเอาใจใส่สมาชิกที่มาใช้บริการของสหกรณ์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 โดยด้านความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก และด้านการบริการที่เป็นรูปธรรมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของสมาชิกที่เลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.874 ($R=0.874$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรือการพยากรณ์ร้อยละ 76.40 ($R^2 = 0.764$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด เพราะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า ได้เสนอแนะ เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการใน 5 ด้าน 1) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม สหกรณ์ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีการสร้างอาคารที่ตั้งสหกรณ์ใหม่ เป็นส่วนตัวปลอดโปร่ง กว้างขวาง สะดวกสบาย มีห้องน้ำและบริเวณจอดรถที่เพียงพอ 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ สหกรณ์ควรจัดอบรมเพิ่มเติมในการดำเนินงานของสหกรณ์ให้แก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ 3) ด้านการตอบสนองต่อสมาชิก สหกรณ์ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง และบริหารบุคคลให้เพียงพอเหมาะสมในการปฏิบัติงาน 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก สหกรณ์ควรปลูกฝังการบริการที่ดีให้แก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ และ 5) ด้านความเอาใจใส่ สหกรณ์ควรจัดอบรมให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีใจรักในการให้บริการ กระตือรือร้นและเอาใจใส่สมาชิกที่มาใช้บริการของสหกรณ์

การอภิปรายผล

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสหกรณ์ มีองค์ประกอบสำหรับการให้บริการต่าง ๆ ครบวงจร ทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับพัทธพล พานิชย์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของสมาชิกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับจุฑามาศ อุปถัมภ์, ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณสุสิทธิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ระดับความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด มีการส่งเสริมการตลาดที่ดี โดยมีการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและให้ความรู้ด้านการเงินแก่สมาชิก มีของที่ระลึกให้กับสมาชิกที่มาใช้บริการ

ตามเงื่อนไขที่กำหนด และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างทั่วถึง แต่ไม่สอดคล้องกับรุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณัฏชา กริมใจ และชนิดาภา ดิสฺซอนันต์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านสถานที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเนื่องมาจากสถานที่ตั้งสหกรณ์มีความสะดวกสบายมีสถานที่จอดรถและมีที่นั่งรอเพียงพอสำหรับสมาชิกที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับรุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณัฏชา กริมใจ และชนิดาภา ดิสฺซอนันต์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิจัยปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสหกรณ์ มีกิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการ ที่ให้คุณภาพหรือความเท่าเทียมกันตามที่สมาชิกคาดหวังเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกให้ได้รับความสุข ความสะดวกสบายและเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทัชชา แดงเพ็งนที, กุลชลี พวงเพชร และนันทนา แจ่มสว่าง (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกองบิน 4 จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ตามทัศนคติของสมาชิก พบว่า คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกองบิน 4 จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ตามทัศนคติของสมาชิก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น, และศิริลักษณ์ นามวงศ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการส่วนท้องถิ่นนครสวรรค์ จำกัด พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า/สมาชิก และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ

3. ผลการวิจัยเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ของสมาชิก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า สมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน เลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับธีรภูมิ ชำนาญนา (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกระบี่ จำกัด พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษาด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิก มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกระบี่ จำกัด ไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับรุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณัฏชา กริมใจ และชนิดาภา ดิสฺซอนันต์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชนิเวศน์ จักรวรรดิ ด้านเพศ สถานภาพ และรายได้ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ตามลำดับ และปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพราะว่าส่วนประสมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับ

สภาพแวดล้อมของธุรกิจและองค์กร แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์มากที่สุด ซึ่งการฝาก-ถอนเงิน ขั้นตอนการกู้เงินที่ไม่ยุ่งยาก การอนุมัติสินเชื่อที่ง่ายกว่าสถาบันการเงินอื่น รวมไปถึงการมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก จึงเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยสำคัญที่จูงใจให้สมาชิกเลือกใช้บริการสหกรณ์ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด น้อยที่สุด คือ ด้านบุคคล ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ อาจเนื่องมาจากคณะกรรมการดำเนินการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ สามารถให้ข้อมูลและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง รวมไปถึงเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้วยความเต็มใจ สุภาพเป็นกันเอง และแต่งกายเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งส่วนด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับหะหลิม ผอมเกื้อ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม กรณีศึกษา: สหกรณ์อิสลามอัสศิดดีก จำกัด จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนส่วนประสมการตลาด 7 Ps ซึ่งสามารถพยากรณ์ได้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกสหกรณ์ในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอัสศิดดีก จำกัด และไม่สอดคล้องกับจุฑามาศ อุปถัมภ์, ธีรวัตร ภูระสีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

- 1.1 ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม คณะกรรมการดำเนินการควรให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์จัดทำป้าย สัญลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ บอกจุดบริการ ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่เกิดความสับสน
- 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ คณะกรรมการดำเนินการควรจัดอบรม ให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์เข้าใจถึง บริบทของสหกรณ์ บทบาทหน้าที่รับความรับผิดชอบ
- 1.3 ด้านการตอบสนองต่อสมาชิก คณะกรรมการดำเนินการควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเพียงพอของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ในการปฏิบัติงานฝ่ายต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับปริมาณงาน
- 1.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิก คณะกรรมการดำเนินการควรจัดอบรมให้ความรู้ให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์เข้าใจในผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ เช่น การให้เงินกู้ การรับฝากเงินเจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรทราบรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับเอกสารการกู้เงิน การฝากเงิน คุณสมบัติผู้กู้ การค้ำประกันเงินกู้
- 1.5 ด้านความเอาใจใส่ สหกรณ์ควรปลูกฝังการให้บริการที่ดีแก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ต้องสนใจเอาใจใส่ เข้าใจอารมณ์ ความรู้สึก มุมมองและรับฟังปัญหาของสมาชิกที่มารับบริการ ให้บริการด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาในเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด แต่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ายังมีปัจจัยด้าน

อื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การตั้งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติที่มีผลในการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาในการทำวิจัยในครั้งต่อไปด้วย

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด สำเร็จลุล่วงลงได้ ด้วยความอนุเคราะห์อย่างสูง จากรองศาสตราจารย์ ดร.อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้สละเวลาอันมีค่า ในการให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางในการแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชทุกท่าน นักศึกษาทุกท่านที่ให้ความแนะนำให้ช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2564). *ความหมายของสหกรณ์*. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <https://web.cpd.go.th/lampang/index.php/knowledge1/meaning>.
- จุฑามาศ อุปถัมภ์, ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2021). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(2)
- ดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น และศิริลักษณ์ นามวงศ์. (2563). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการส่วนท้องถิ่น นครสวรรค์ จำกัด. *วารสารเกษตรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*, 2(1)
- ทัชชา แดงเพ็งนที, กุลลลิต พวงเพชร และนันทนา แจ่มสว่าง. (2561). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกองบิน 4 จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ ตามทัศนะของสมาชิกหลักทอง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 24(2)
- ธีรฤติ ชำนาญนา. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขกระบี่ จำกัด*. (รายงานการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ตรัง: มหาวิทยาลัยรามคำแหงวิทยาเขตตรัง
- พัทธพล พานิชย์. (2562). *คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองชุมพร จำกัด*. (รายงานการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- รุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณัฏชา กริมใจ และชนิดาภา ดีสุขอนันต์. (2560). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหาภูมิราชวิทยาลัย จำกัด. *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร*, 9(1), 101-110
- สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด. (2564). *ประวัติความเป็นมา*. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2564, จาก <http://www.mucoop.com/new/public/aboute/history>
- หะหลิม ผอมเกื้อ. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลาม กรณีศึกษา :สหกรณ์อัครคิตติ์ จำกัด จังหวัดสงขลา*. (รายงานการศึกษา ค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา