

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ในจังหวัดปัตตานี

MEMBER SATISFACTION TOWARD SERVICES OF SAVING AND CREDIT COOPERATIVES IN PATTANI PROVINCE

ชุติกานุจน์ พัทธ์สาลี^{1*}
Chutikarn Pitagsalee^{1*}

Received : 13 September 2024 Revised : 21 December 2024 Accepted : 23 December 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ 2) ศึกษาการบริการของสหกรณ์ในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คุณภาพของแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.9 มีอายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.1 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.1 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.4 ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 66.8 เมื่อทดสอบความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี พบว่า เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ไม่มีความแตกต่าง ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 2) พิจารณาการบริการของสหกรณ์ในแต่ละด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด เป็นด้านอสังหาริมทรัพย์ การเข้าถึงความรู้สึกของลูกค้า ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำสุด เป็นด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

คำสำคัญ: การให้บริการ / ความพึงพอใจ / สหกรณ์ออมทรัพย์

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹ Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน E-mail: kikku_meemee@hotmail.com

ABSTRACT

The research objectives were 1) to study the data on personal factors affecting the satisfaction of members of savings and credit cooperatives in Pattani Province classified by gender, age, education level, monthly income, occupation; and 2) to study the services of cooperatives in each aspect that affect the satisfaction of members of savings cooperatives in Pattani Province. The research was a quantitative research. The sample of 385 members of the savings cooperative in Pattani Province. Using a questionnaire as the tool for data collection. The quality of the questionnaire had reliability for the entire version equal to 0.93. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t – test and one-way analysis of variance.

The research finding were found that: 1) Personal factors of members of savings and credit cooperatives in Pattani Province were the majority of the sample group was female, accounting for 68.9%, aged 30-40 years, accounting for 30.1%, having a bachelor's degree, accounting for 66.1%, having a monthly income not exceeding 30,000 baht, accounting for 43.4%, working as government officials, accounting for 66.8%, using the service rarely, accounting for 54.5%, and using the service at irregular times, accounting for 51.0%. When testing the personal factors of members affecting satisfaction toward services of saving and credit cooperatives in Pattani Province, there were different genders had no difference in satisfaction with the cooperative services. However, different ages, education levels, monthly incomes, and occupations had significant differences in satisfaction with the cooperative services at the 0.05 level. 2) When considering the cooperative services in each aspect that affect the satisfaction of members of the savings cooperatives in Pattani Province, it was found that the sample group had a high level of overall satisfaction. The aspect with the highest average satisfaction is friendliness and access to customers' feelings. The aspect with the lowest average satisfaction is the building and facilities.

Keywords: Service / Satisfaction / Savings and credit cooperative

บทนำ

การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ในโลกปัจจุบันซึ่งเป็นยุคแห่งระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลายทำให้การทำงานในทุกองค์กรต้องปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงทุกองค์กรต่างมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐานสามารถตอบสนองตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานขององค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว การมุ่งเน้นไปที่ผู้ให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ เพราะผู้ให้บริการจะเป็นผู้ตัดสินว่าบริการเหล่านั้นมีคุณภาพหรือไม่ ดังนั้นองค์กรจึงต้องกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้อยู่ในระดับ

มาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ สร้างความพึงพอใจรวมทั้งสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ดังนั้นทุกองค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการให้บริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่ต้องผลักดันให้เกิดกลไกที่จะส่งเสริมให้มีการพัฒนาการบริหารจัดการองค์กรให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง (สหกรณ์ออมทรัพย์สงขลาคนรินทร์, 2566)

กรมส่งเสริมสหกรณ์เป็นองค์กรที่มุ่งเน้นพัฒนาส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี และพัฒนาขีดความสามารถของสหกรณ์ ด้วยระบบบริหารจัดการคุณภาพ บุคลากรมืออาชีพ และเทคโนโลยีสารสนเทศ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2564) สหกรณ์เป็นองค์กรหนึ่งทางเศรษฐกิจและสังคมที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยการลงหุ้นร่วมกัน มีการบริหารจัดการร่วมกันในการผลิต การจำหน่ายสินค้าหรือบริการตามความต้องการหรือผลประโยชน์อย่างเดียวกันของบรรดาสมาชิก โดยสมาชิกแต่ละคนมีสิทธิออกเสียงได้หนึ่งเสียงโดยไม่ขึ้นกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยแบ่งสหกรณ์ออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ประมง สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน ในส่วนของสหกรณ์ออมทรัพย์นั้นจัดเป็นสถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกัน หรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวง และต้องได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์

ปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี มีการดำเนินกิจการส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมและให้บริการเงินกู้แก่สมาชิก โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จากความเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบันที่เริ่มเข้าสู่ยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัล รวมไปถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ เช่น สถานการณ์สงครามต่าง ๆ รอบโลก ปัญหาเสถียรภาพของรัฐบาลไทย รวมทั้งข้อร้องเรียนในหมู่สมาชิกสหกรณ์ ในเรื่องความโปร่งใส ความเชื่อมั่นในการบริหารงานของสหกรณ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี สหกรณ์ออมทรัพย์จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวโดยมีการปรับเปลี่ยนข้อบังคับ และระเบียบต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องความเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมทั้งต้องมีการปรับโครงสร้างองค์กรและยกระดับรูปแบบการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการบริหารจัดการ การพัฒนาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และการให้บริการแก่สมาชิกในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ของพนักงาน ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ และด้านอธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิก เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการ และสร้างความมั่นใจในการบริหารงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ หากสมาชิกมีความไม่พึงพอใจหรือมีข้อร้องเรียนเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ย่อมส่งผลให้ผู้มาใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ลดลง และหันไปใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นที่ตอบสนองความพึงพอใจได้มากกว่า ในด้านคุณภาพการให้บริการก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจถ้าเขาได้รับสิ่งที่ต้องการ และคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ให้บริการที่ดี ได้แก่ การมีบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการที่มีสุขภาพที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีอธยาศัยที่ดี มีจิตสำนึกของการบริการ และมีความสามารถในการปรับตัว รวมไปถึง

ถึงต้องมีความรู้ความสามารถที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นความสามารถตามระดับการศึกษาของรัฐ ความรู้จากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา ทักษะทางมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และทักษะเฉพาะทาง Cronin & Taylor (1992) กล่าวถึง การให้บริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าพอใจและรู้สึกพอใจ ต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไปไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย นอกจากนี้ Zineldin (1996) ได้กล่าวว่าคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการให้ บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แยกเป็นรายด้าน

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่แตกต่างกันอาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นสมาชิกปัจจุบันของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี 1,100 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์สงขลานครินทร์สาขาปัตตานี จำกัด, 2566) สหกรณ์ออมทรัพย์ครูปัตตานี 9,150 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์ครูปัตตานี จำกัด, 2566) สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจปัตตานีจำนวน 2,852 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจปัตตานี, 2567) สหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลปัตตานี 634 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขไทย, 2567) รวมเป็นประชากร 13,736 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน (Yamane, 1967) จากนั้นสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากสหกรณ์ข้างต้น สหกรณ์ละ 2.85 % เพื่อให้ตัวอย่างกระจายเท่ากัน จะได้ตัวอย่างจากสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จำนวน 31 คน สหกรณ์ออมทรัพย์ครูปัตตานี จำนวน 256 คน สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจปัตตานี จำนวน 81 คน สหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลปัตตานี จำนวน 18 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ในจังหวัดปัตตานี แบบสอบถามประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) ด้านอาคาร

สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและเชื่อมั่นในความรู้ 3) ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 4) ด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ 5) ด้านอรรถาศัยไมตรี การเข้าถึงความรู้สึกของลูกค้า ด้านละ 8 ข้อ รวมทั้งหมด 40 ข้อ ประเมินโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) โดยมีเกณฑ์ การประเมิน 5 ระดับ ดังนี้ 5 = ระดับความพึงพอใจมากที่สุด 4 = ระดับความพึงพอใจมาก 3 = ระดับความพึงพอใจปานกลาง 2 = ระดับความพึงพอใจน้อย และ 1 = ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด (Likert, 1967)

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

สำรวจเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของคำถามกับองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ตัดข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.70 ใช้เฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.7 โดยพิจารณาจากค่าสังเกตความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 2/3 ซึ่งเท่ากับ 0.66 หรือ 0.70 จากนั้นนำไป try out กับสมาชิกสหกรณ์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำข้อมูลที่ได้มาหาความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ได้ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสำรวจเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา จากหนังสือ ตำรา เอกสาร ผลงานวิจัย ซึ่งสามารถค้นคว้าได้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นทำการแก้ไขปรับปรุงจนเสร็จสมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว ไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 386 คน
3. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนทุกชุดแล้ว ผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างไปวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานี แล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้ โดยมีเกณฑ์ค่าเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2546)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. สถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วย t - test independent
3. วิเคราะห์ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง ใช้ F - test, One Way Analysis of Variance และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธีการของ Scheffe'

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.90 มีอายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.1 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.10 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.40 ประกอบอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 66.80

2. ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ

2.1 ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การทดสอบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ จำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ	S.D.	Sig.	df	t
ชาย	4.33	0.13	0.34	252	2.14
หญิง	4.41	0.17			

จากตารางที่ 1 การทดสอบที่ พบว่า เพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์ฯ จำแนกตามช่วงอายุ

		SS	df	MS	F	Sig.
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	10.07	7	1.44	8.67	.00
	ภายในกลุ่ม	62.68	375	0.17		
	รวม	72.75	385			

เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของ Scheffe/ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเป็นรายคู่ ตามช่วงอายุ

อายุ	M	น้อยกว่า 30 ปี	30-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
		4.28	4.23	4.25	4.59
1. น้อยกว่า 30 ปี	4.28		0.06	0.03	-0.30
2. 30 - 40 ปี	4.23			-0.02	-0.36*
3. 41 - 50 ปี	4.25				-0.34*
4. มากกว่า 50 ปี	4.59				

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างคู่ที่มีช่วงอายุ 30 - 40 ปี กับมากกว่า 50 ปี และคู่ที่มีอายุ 41 - 50 ปี กับ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน ส่วนคู่อื่นๆ นั้นไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ตามระดับการศึกษา

		SS	df	MS	F	Sig.
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	6.38	6	1.06	6.07	.00*
	ภายในกลุ่ม	66.37	379	.18		
	รวม	72.75	385			

จากตารางที่ 4 เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของ Scheffe/ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเป็นรายคู่ ตามระดับการศึกษา

การศึกษา	M	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.63	3.84	4.17	4.40
1. มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.63		0.79*	0.45	0.23
2. อนุปริญญา	3.84			-0.34	-0.56
3. ปริญญาตรี	4.17				-0.50
4. สูงกว่าปริญญาตรี	4.40				

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างคู่ที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษากับอนุปริญญามีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน ส่วนคู่อื่นนั้นไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ตามรายได้ต่อเดือน

		SS	df	MS	F	Sig.
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	7.07	5	1.41	8.18	.00*
	ภายในกลุ่ม	65.68	380	.17		
	รวม	72.75	385			

จากตารางที่ 6 เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่ามีย่อยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของ Scheffe' ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเป็นรายคู่ ตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	M	ไม่เกิน 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท
		4.30	4.0	4.50
1. ไม่เกิน 30,000 บาท	4.30		0.30*	0.20*
2. 30,001 - 50,000 บาท	4.0			-0.50*
3. 50,001 - 100,00 บาท	4.50			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างคู่ที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 30,000 บาทกับ 30,001 - 50,000 บาท คู่ที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 30,000 บาทกับ 50,001 - 100,000 บาท และคู่ที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาทกับ 50,001 - 100,000 บาท มีความพึงพอใจในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ตามอาชีพ

		SS	df	MS	F	Sig.
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	5.62	5	1.12	6.36	.00*
	ภายในกลุ่ม	67.13	380	.18		
	รวม	72.75	385			

จากตารางที่ 8 เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจในบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของ Scheffe/ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเป็นรายคู่ ตามอาชีพ

อาชีพ	M	พนักงานราชการ	ข้าราชการ	ลูกจ้าง
		4.34	4.70	4.19
1. พนักงานราชการ	4.34		-0.36*	0.15*
2. ข้าราชการ	4.70			0.51*
3. ลูกจ้าง	4.19			

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างคู่ที่มีอาชีพพนักงานราชการกับ ข้าราชการ คู่ที่มีอาชีพพนักงานราชการกับ ลูกจ้าง และคู่ที่มีอาชีพข้าราชการกับลูกจ้าง มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์แตกต่างกัน

2.2 การศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ฯในแต่ละด้าน มีรายละเอียด ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ฯในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน

การให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลความ
	M	S.D.	
1. ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.95	0.75	มาก
2. ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้	4.43	0.64	มาก
3. ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	4.34	0.66	มาก
4. ด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์	4.34	0.64	มาก
5. ด้านอธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิก	4.65	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.34	0.65	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ฯ โดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($M = 4.34$, $S.D. = 0.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านอธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.65$, $S.D. = 0.55$) ส่วนด้านที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับมากได้แก่ ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ และด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ จังหวัดปัตตานี แตกต่างกัน อภิปรายได้ดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะว่า เพศที่ต่างกันได้รับการบริการ ที่มีความสะดวกรวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีอธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิกเหมือนกันเท่าเทียมกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจรวมของเพศชายและเพศหญิงที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ วิมลรัตน์ นวลดี (2559) ที่กล่าวว่า เพศที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ พรรณราย จิตเจนการ (2558) กล่าวว่า เพศที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานการไฟฟ้านครหลวง และยังสอดคล้องกับ Lovelock & Wright (2002) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจจะเกิดเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ตอบสนองตามที่ต้องการได้ นั้นแสดงว่าสมาชิกหากได้รับการบริการที่เหมือนกัน ไม่ว่าจะ เป็นเพศใด ย่อมมีความพึงพอใจไม่ต่างกัน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯแตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มที่อายุมากกว่า 50 ปี จะมีความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านอสังหาริมทรัพย์และการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิก มากกว่ากลุ่มที่อายุ 30 - 40 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 41 - 50 ปี อาจเพราะว่าสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 50 ปี จะมีประสบการณ์ใช้บริการที่มากกว่า ทั้งการฝากออม การกู้ยืมซื้อบ้าน ซื้อรถ การรับสวัสดิการต่าง ๆ มีการติดต่อประสานกับเจ้าหน้าที่ และได้รับการบริการที่ดีทุกครั้งสม่ำเสมอ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในการบริการมากกว่าช่วงอายุอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) กล่าวว่าในแต่ละช่วงอายุของมนุษย์มีความประสพการณ์ในผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต่างกัน อีกทั้งสอดคล้องกับ Kotler & Armstrong (2008) กล่าวว่า ช่วงอายุที่มากขึ้นมีความรู้สึกเชิงบวกต่อการบริการหรือสินค้า

1.3 กลุ่มตัวอย่างคู่ที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา กับอนุปริญญา มีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯแตกต่างกัน อาจเพราะว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กับอนุปริญญา จะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการให้บริการที่ต่างกันและมีความคาดหวังในการได้รับการบริการที่ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) กล่าวว่า ระดับการศึกษาของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกันย่อมส่งผลต่อความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประเภท และคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ต่างกัน ส่วนระดับการศึกษานุปริญญา ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรีนั้น มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษานุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ ความเข้าใจ ในการบริการของสหกรณ์สหกรณ์ออมทรัพย์ฯมากกว่า รวมทั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ฯก็สร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสมาชิกทุกคนทุกระดับการศึกษาเสมอมา

1.4 สมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ฯแตกต่างกันในด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้เพราะว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนสูงอาจมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกับสมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำ เช่น การซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาสูง เพราะต้องการคุณภาพที่ดีกว่า สมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนสูงจึงมีความคาดหวังในการได้รับการบริการจากสหกรณ์ออมทรัพย์ฯที่ดี มีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ Lovelock (2007) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติหลังการประเมินจากการซื้อสินค้าหรือบริการ แล้วทำให้ผู้รับบริการประทับใจ และยังสอดคล้องกับ Cullen (2001) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ความรับรู้ของบุคคลต่อคุณภาพบริการ

1.5 สมาชิกที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ฯแตกต่างกัน อาจเพราะว่า อาชีพพนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการ และลูกจ้าง มีประสบการณ์ชีวิตที่ต่างกัน จึงมีความคาดหวังในการรับบริการต่างกันด้วย สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) กล่าวว่าอาชีพมีผลต่อความแตกต่างของความสนใจสินค้าหรือบริการ แต่ขัดแย้งกับ วิมลรัตน์ นวลดี (2559) ที่กล่าวว่าอาชีพที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพริ้ว จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุปปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานีแตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกันนั้นมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

2. การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ ทั้ง 5 ด้าน

อภิปรายได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในแต่ละด้าน เฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดมี 1 ด้าน คือ ด้านอัตราดอกเบี้ยและการเข้าถึงความรู้สึกของสมาชิก อภิปรายในแต่ละด้านได้ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภายในและภายนอกอาคารสถานที่มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีการอำนวยความสะดวกจัดเก้าอี้สำหรับนั่งรอรับบริการ มีการจัดสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ให้สมาชิกได้อ่านขณะรอรับบริการ สอดคล้องกับ พิมล เมชสวัสดิ์ (2550) กล่าวว่า ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้มารับบริการ

2.2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ฯ ในด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะพนักงานทุกคนมีความรู้ดี มีทักษะในการให้บริการ ดูแลสมาชิกด้วยดีสม่ำเสมอ มีวินัย ตรงต่อเวลาในการนัดหมายทำธุรกรรม รวมไปถึงมีการช่วยอธิบาย และ แก้ปัญหาให้กับสมาชิกได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ ศุภลักษณ์ ไชยมงคล (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารในระดับมาก เนื่องจากเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง มีความมั่นคง และมีภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ (ศุภลักษณ์ ไชยมงคล, 2550) และยังสอดคล้องกับ Millet (2012) กล่าวว่า ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ เป้าหมายหลักของผู้ปฏิบัติที่ต้องยึดถือไว้เสมอ คือ การให้บริการอย่างเสมอภาค มีความยุติธรรมในการบริการที่มีฐานคติที่ว่า ทุกคนเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน และยังสอดคล้องกับ Cronin & Taylor (1992) กล่าวว่า ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมสม่ำเสมอ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้

2.3 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะพนักงานมีความกระตือรือร้น รวดเร็ว มีความพร้อมเต็มใจในการให้บริการแก่สมาชิก รวมทั้งมี

ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาให้กับสมาชิกเมื่อต้องการได้ นอกจากนี้สมาชิกได้เสนอแนะให้มีการติดตั้งตู้เอทีเอ็มหน้าสหกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินของสมาชิก เช่น การถอนเงิน การฝากเงิน

2.4 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะสหกรณ์มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความปลอดภัย ให้บริการตรงตามต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ ศุภลักษณ์ ไชยมงคล (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมากต่อการให้บริการแต่ละด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง มีความมั่นคง และมีภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการ ด้านราคา ได้แก่ การแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่ชัดเจนให้กับลูกค้า

2.5 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในด้านอัธยาศัยไมตรีและการเข้าถึงความรู้สึกรู้สึกของสมาชิก อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าพนักงานทุกคนมีความรู้ดี มีมารยาทที่ดี พูดจาไพเราะ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย เอาใจใส่ ให้เกียรติแก่สมาชิก เปิดโอกาสให้สมาชิกพูดคุยกับผู้จัดการเมื่อมีปัญหา และมีการให้ของสมนาคุณแก่สมาชิกในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ นวลอนงค์ วิเชียร (2549) กล่าวว่า คุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ให้บริการที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้ อัธยาศัยที่ดี บุคลิกภาพที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และท่าทีสุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกเป็นมิตร น่าคบหา และอยากปฏิสัมพันธ์ด้วย ซึ่งเป็นผลดีต่อกระบวนการนำเสนอบริการต่างๆแก่ผู้รับบริการ เพราะเมื่อผู้รับบริการยอมรับหรือเชื่อถือไว้วางใจผู้ให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการจึงเกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุปความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดเห็นควรให้สหกรณ์ออมทรัพย์ปัตตานีได้เห็นความสำคัญในการพัฒนาในส่วนนี้ อาคารสำนักงาน บริเวณพักคอย มีน้ำดื่มบริการ อำนวยความสะดวกที่จอดรถ หรือจะติดตั้งตู้เอทีเอ็มมาให้บริการเพื่อเสริมการบริการช่วงเวลาที่สหกรณ์ปิดทำการ และอาจจะเพิ่มช่องทางออนไลน์การใช้แอปพลิเคชันมาช่วยในการบริการมากขึ้น รวมทั้งอบรมสมาชิกสหกรณ์ให้มีความรู้ ความสนใจเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรม เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุด
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกในการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ในจังหวัดปัตตานีในภาพรวม ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาให้ละเอียดและเจาะจงเรื่องการให้บริการของสหกรณ์ฯ ในด้านความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ เพราะเป็นด้านที่สำคัญต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้บริการในด้านต่าง ๆ ของสหกรณ์ฯ โดยเฉพาะด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งมีความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำที่สุด เพื่อนำมาแก้ไขและพัฒนาปรับปรุงการบริการของสหกรณ์ฯ เพื่อให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). **ประวัติการสหกรณ์ในประเทศไทย**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:

<https://cpd.go.th/content-page/item/38-historycoop-inthai.html>.

นวลอนงค์ วิเชียร. (2549). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย**

จำกัด (มหาชน) สาขาบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พรรณราย จิตเจนการ. (2558). **ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออม**

ทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้า- นครหลวง จำกัด. สารานิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). **ประเมินคุณภาพการบริการสำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัย**

ศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิมลรัตน์ นวลดี. (2559). **คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว**

จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศุภลักษณ์ ไชยมงคล. (2550). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย**

จำกัด (มหาชน) สาขาสนป่าตอง อำเภอสนป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูปัตตานี จำกัด. (2565). **รายงานผลการดำเนินงาน ปี 2565**.

[ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:

<https://drive.google.com/file/d/1ALMobZsNAsUa8tmL87Zok6xIxTfOM4Ax/view>

สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจปัตตานี จำกัด . (2566). **รายงานกิจการประจำปี 2566**.

[ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: [https://drive.google.com/file/d/16He6RuH-](https://drive.google.com/file/d/16He6RuH-5tICqbj7eT76CvNpXZU-QUs/view)

[5tICqbj7eT76CvNpXZU-QUs/view](https://drive.google.com/file/d/16He6RuH-5tICqbj7eT76CvNpXZU-QUs/view)

สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำกัด. (2567). **แผนพัฒนาสหกรณ์**. [ออนไลน์],

เข้าถึงได้จาก: https://psucoop.psu.ac.th/home/develop_plan/cate/8

สหกรณ์ออมทรัพย์สาธารณสุขไทย. (2567). **รายงานจำนวนสมาชิก**. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก:

<https://cpct.or.th/wp-content/uploads/รายงานประจำปี/2567/>.

Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". **Journal of Marketing**. 6(July): 55-68.

Cullen, R. (2001). Perspectives On User Satisfaction Surveys. **LibraryTrends**.

49(Spring): 602-686.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). **Principles of Marketing**. (12th ed.). London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Likert, R. (1967). **The human organization: Its management and value**. New York: McGraw - Hill.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). **Principle of Service Marketing and Management**. Bangkok: Pearson Education Indochina Ltd.
- Lovelock, C. H. (2007). **Service Marketing an Asia - Pacific and Australian Perspective**. New South Wales: Pearson.
- Millet, J. D. (2012). **Management in The Publics Service: The Quest for Effective Performance**. New York: McGraw-Hill.
- Yamane. T. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harper & Row.
- Zineldin, M. (1996). Bank Strategy Portioning and Some Determinants of Bank Selection. **International Journal of Bank Marketing**. 14(6): 12-22.