

คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด



นางสาวกมลรัตน์ ชัยมงคล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาสหกรณ์
สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Service Quality of Taphanhin Agricultural Cooperative Limited



Miss. Kamolrat Chaimongkol

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master Business Administration in Co-operatives School of Agriculture
and Cooperatives

School of Agriculture and Cooperatives Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด
ชื่อและนามสกุล นางสาวกมลรัตน์ ชัยมงคล
แขนงวิชา / วิชาเอก สหกรณ์
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2567

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจนณรงค์ เทียนสว่าง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์



ชื่อการศึกษา คั่นคว่ำอิสระ คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

ผู้ศึกษา นางสาวกมลรัตน์ ชัยมงคล รหัสนักศึกษ 2659002733

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์ ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก 2) ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ 3) เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก และ 4) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริการของสหกรณ์

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของดับเบิลยู จี โคอเซ็น ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายและใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบทีและเอฟ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 – 50 ปี การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ต่อเดือน 9,001 – 10,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน 2) ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ พบว่าอยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านภาพลักษณ์ ตามลำดับ 3) เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์แตกต่างกันในทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 4) ข้อเสนอแนะ สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ การจัดการด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านภาพลักษณ์ เพื่อให้ครอบคลุมสมาชิกทุกกลุ่ม และตรงตามความต้องการ

คำสำคัญ คุณภาพ, การบริการ, สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

Independent Study title: “Service Quality of Taphanhin Agricultural Cooperative Limited”

Author: “Miss. Kamolrat Chaimongkol”; ID: “2659002733”;

Degree: Master of Agriculture

Independent Study Advisor: Associate Professor Dr. Sujittra Rodsomboon; Academic year: 2023

Abstract

The objectives were to study 1) personal factors of cooperative members 2) importance level of cooperative service quality 3) compare the level of cooperative service quality classified by personal factors of cooperative members and 4) recommendation for developing cooperative services.

The study was done by survey method. The population of this study was members of Taphanhin Agricultural Cooperative Limited, Phichit Province. The sample size was 210 people which determined using calculations from the formula without knowing population of W.G. Cochran at 95 percent confidence level by using simple random sampling and questionnaire for data collection. The statistics was used to analyze data such as frequency, percentage, mean score, standard deviation, t-test and F-test and content analysis.

The results of the study found that 1) The most personal factors of members were male, age 41–50 years, secondary education level, monthly income 9,001–10,000 baht and household members 3–4 people. 2) The important level of cooperative service quality was high level for all five aspects such as process, staff, assurance, reliability, and image, respectively. 3) The comparison of the level of cooperative service quality classified by personal factors found that different group of gender, age, education, monthly income and household member had different opinions on the level of cooperative service quality in all aspects at a statistical significance level of 0.05. and 4) The recommendations were the cooperative should focus on improving service quality management such as process, staff, assurance, reliability, and image to meet all groups of members and meet their needs.

Keywords : Quality, Service, Taphanhin Agricultural Cooperative Limited

กิตติกรรมประกาศ

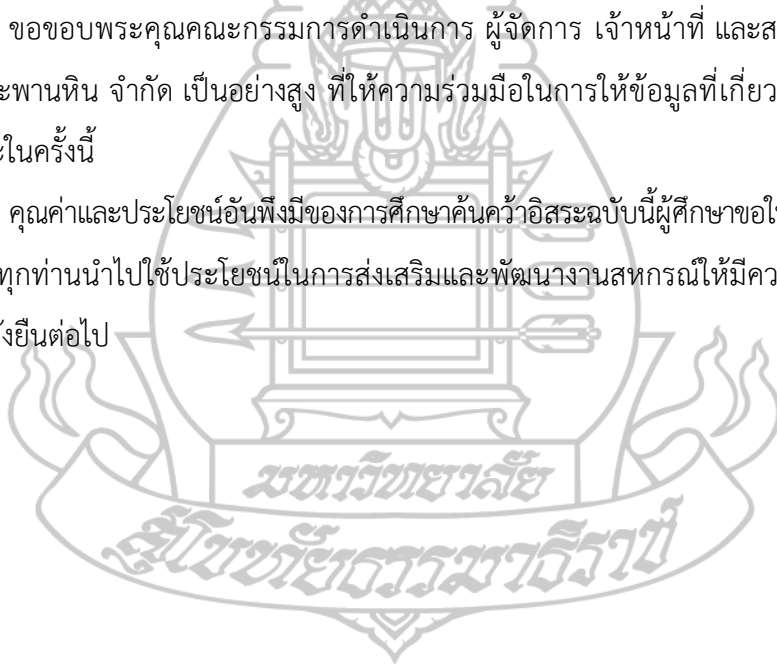
การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง “คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะด้วยดีตลอดมา ส่งผลให้ การทำรายงานการศึกษาครั้งนี้สมบูรณ์ สามารถนำเสนอเพื่อประโยชน์ในปัจจุบัน และเป็นประโยชน์ ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ส่งเสริม หอมกลิ่น กรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และข้อเสนอแนะตลอดระยะเวลาการศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยความเมตตากรุณาเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ และสมาชิกของสหกรณ์ การเกษตรระยอง จำกัด เป็นอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีของการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ผู้ศึกษาขอให้เป็นแหล่งความรู้ แก่ผู้ที่สนใจทุกท่านนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนางานสหกรณ์ให้มีความเจริญก้าวหน้า ยิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป



นางสาวกมลรัตน์ ชัยมงคล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
กรอบแนวคิดในการศึกษา	3
สมมติฐานในการศึกษา	3
ขอบเขตในการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	6
แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ.....	12
แนวคิดการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตร.....	15
บริบทของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	31
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล	36
ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์.....	38
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัย	
ส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	53
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
สรุปผลการศึกษา.....	55
อภิปรายผล	61
ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก	69
ประวัติผู้วิจัย	73



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1	ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด.....	22
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก.....	36
ตารางที่ 4.2	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ในภาพรวม	38
ตารางที่ 4.3	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ	39
ตารางที่ 4.4	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่	40
ตารางที่ 4.5	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านความน่าเชื่อถือ	41
ตารางที่ 4.6	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านการให้ความมั่นใจ	42
ตารางที่ 4.7	ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านภาพลักษณ์.....	43
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามเพศ.....	44
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตาม อายุ.....	45
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุกับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์....	46
ตารางที่ 4.11	เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตาม ระดับการศึกษา... ..	47
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับระดับคุณภาพการบริการ ของสหกรณ์.....	48
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามรายได้.....	49
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้กับระดับคุณภาพการบริการ ของสหกรณ์.....	50
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิก.....	51
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับระดับคุณภาพ การบริการของสหกรณ์.....	53
ตารางที่ 4.17	ข้อเสนอแนะ.....	54

สารบัญรูภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	3
ภาพที่ 2.1 แผนภูมิโครงสร้างสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย.....	18



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์การเกษตรเป็นการดำเนินธุรกิจแบบเอนกประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวมโดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อให้ประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ และได้มีการจดทะเบียนจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ คือทำให้สมาชิกมีปัจจัย การผลิตเพิ่มขึ้น การกู้เงินสหกรณ์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ทำให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองหรือมีที่ดินทำกินมากกว่าเดิม ได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิต ตั้งแต่การใช้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การใช้ปุ๋ย การใช้ยาปราบศัตรูพืช การเก็บรักษาผลผลิตอย่างมีคุณภาพตามความต้องการของตลาด (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2564)

สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2511 ประเภทสหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2517 มีสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 871 คน มีหนี้สินและทุนจำนวน 3,253,765.88 บาท เงินสำรอง 820,179 บาท ปี 2566 สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด มีจำนวนสมาชิก 2,401 คน ดำเนินธุรกิจ 5 ด้าน ประกอบด้วย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร และธุรกิจรับฝากเงิน มูลค่าธุรกิจรวมทั้งสิ้น จำนวน 1,036,153,259.09 บาท สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด ถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่ต้องอาศัยการให้บริการควบคู่กับการดำเนินธุรกิจในแต่ละด้าน จากผลการดำเนินงาน ปี 2566 ของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด มีกำไรสุทธิ จำนวน 11,323,202.00 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 201,908.76 บาท หรือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 1.82 ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด, 2566, น.56) และมีสมาชิกที่ร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ลดลง โดยในปี 2566 มีสมาชิกร่วมทำธุรกิจ จำนวน 1,321 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.02 แต่ในปี 2565 มีสมาชิกร่วมทำธุรกิจ จำนวน 1,768 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.58 (สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิจิตร, 2567) ซึ่งสาเหตุเนื่องมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจที่สมาชิกของสหกรณ์กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน และปัญหาด้านคุณภาพการบริการของสหกรณ์ที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกที่มาใช้บริการ จึงอาจส่งผลให้จำนวนสมาชิกลดลง

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงานให้บริการต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคเอกชน (ภุริกา ศรีตาแก้ว, 2564, น.46) โดยคุณภาพการให้บริการนั้น เป็นคุณลักษณะหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งหากผู้รับบริการ สามารถรับรู้ได้ถึงบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจในบริการ จะเกิดความรู้สึกที่ดีและมีทัศนคติที่ดี และส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องตระหนักถึงความจำเป็น และความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยการบริการที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงสถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก การดูแลเอาใจใส่เข้าใจและเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย สร้างความประทับใจในการบริการที่ดีให้ผู้รับบริการ มีความรู้สึกอยากมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้บริการต้องพัฒนาระบบการบริการให้มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสถานการณ์ และระบบการจัดการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและรักษามาตรฐานไว้ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสหกรณ์ต้องตระหนักถึงคุณภาพในการให้บริการในทุกด้าน โดยเป้าหมายสำคัญของการให้บริการคือ สร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษาคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตร ตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร ซึ่งผลการศึกษาสหกรณ์สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์
- 2.4 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริการของสหกรณ์

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการศึกษา

4. สมมติฐานในการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด แตกต่างกัน

5. ขอบเขตในการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะคุณภาพการบริการของสหกรณ์ 5 ด้าน และปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

5.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์

5.3 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สมาชิกสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร โดยไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 210 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

5.4 ขอบเขตด้านสถานที่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาจากสมาชิกที่มาใช้บริการสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

5.5 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาขั้นตอนที่ใช้ในการดำเนินงาน เดือน เมษายน 2567 - สิงหาคม 2567

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

- 6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร
- 6.2 สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร
- 6.3 คณะกรรมการดำเนินการ หมายถึง คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร
- 6.4 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ หมายถึง ผู้ที่สหกรณ์จ้างไว้ปฏิบัติงานในสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร
- 6.5 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน
- 6.6 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

6.6.1 ด้านกระบวนการ หมายถึง มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัย และเพียงพอ, มีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอนการรับบริการอย่างชัดเจน, ช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ มีแอปพลิเคชันบนมือถือหรือเว็บไซต์ , การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีที่จอดรถและบริการส่งของที่รถ

6.6.2 ด้านเจ้าหน้าที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว, เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่, เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ, เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ และเจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่ท่านสงสัยหรือมีปัญหาได้

6.6.3 ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง คณะกรรมการมีดำเนินการที่เป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง, มีความซื่อสัตย์สุจริต, มีการรักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ, การปฏิบัติงานยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของสหกรณ์เป็นสำคัญ และมีการดำเนินการอย่างมี จริยธรรม

6.6.4 ด้านการให้ความมั่นใจ หมายถึง การให้คำแนะนำต่างๆ ถูกต้อง, การแจ้ง ข้อมูลที่จำเป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้, การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่างๆ ก่อนส่งถึงมือ สมาชิกถูกต้อง, การบันทึกข้อมูลต่างๆของสมาชิกอย่างถูกต้อง และสหกรณ์มีระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย

6.6.5 ด้านภาพลักษณ์ หมายถึง ชื่อเสียงของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ, ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน, ความถูกต้องในการทำเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน, ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน -หลัง การให้บริการแก่สมาชิก และความสะดวกในการรับบริการ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้บริหารสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพการ ให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์

7.2 สหกรณ์อื่น หรือบุคคลที่สนใจ นำผลการศึกษาไปปรับใช้ หรือต่อยอดในด้านการให้บริการที่ ตอบสนองความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ หรือผู้มาใช้บริการ

7.3 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิจิตร ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการแนะนำ ส่งเสริม กำกับ ดูแลสหกรณ์ ในด้านการให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด ผู้ศึกษา ได้ทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ
3. แนวคิดการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตร
4. บริบทของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

1.1 ความหมายคุณภาพการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, น.106) ได้กล่าวว่า บริการที่ยอดเยี่ยมตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง บริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562, น.20) คุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการตามมาตรฐานหรือคุณภาพที่เหมาะสม โดยการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ รวมถึงคุณลักษณะที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีท่ามกลางการแข่งขันของธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจ

พรพิมล นุชเจริญ (2564, น.23 - 24) คุณภาพการให้บริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการให้บริการ โดยมีคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจบริการให้โดดเด่น การให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก (2563, น.5) คุณภาพการให้บริการ เกิดจากความคาดหวังของผู้ใช้บริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีเลิศ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และการเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ หากผู้รับบริการได้รับการบริการตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจและประเมินความพึงพอใจ ออกมาเป็นบวก

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้รับบริการมีความคาดหวังและความต้องการ ที่จะได้รับการบริการจากผู้ให้บริการ นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญกับธุรกิจที่จะต้องให้ความสำคัญเพื่อให้การบริการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ นำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำ เกิดความจงรักภักดี การสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิก ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ซึ่งมีผลต่อการออกแบบการดำเนินการทางการตลาด ดังต่อไปนี้ (Kotler, P. & Keller, K. I. , 2010)

1.2.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อและไม่สามารถคาดเดาผลที่จะเกิดขึ้นได้ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงผู้ซื้อจะมองหาสัญญาณที่บ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการโดยจะพิจารณาจากสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และราคา ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องสร้างสิ่งเหล่านี้ขึ้นมาเพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้ซื้อ

1.2.2 ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกันนั่นคือไม่มีตัวสินค้าที่สามารถเก็บรักษาทำการจำหน่ายและบริโภคทีหลังได้ ผู้ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้เพียงหนึ่งราย ทำให้เกิดปัญหาเรื่องข้อจำกัดด้านเวลาขึ้น ซึ่งกลยุทธ์ที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวนั้นผู้ให้บริการอาจทำการขยายกลุ่มผู้ให้บริการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นและกำหนดมาตรฐานเวลาการให้บริการให้รวดเร็วซึ่งจะทำให้สามารถบริการลูกค้าได้มากขึ้น

1.2.3 ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการให้บริการมีความไม่แน่นอนสูงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ตัวผู้ให้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ สถานที่ที่ให้บริการ ดังนั้นธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องควบคุมคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถทำได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การคัดเลือก และการอบรมการให้บริการแก่พนักงาน
- 2) กำหนดขั้นตอนในการให้บริการเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งระบบของธุรกิจ
- 3) การตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า จากการสอบถามความคิดเห็น

1.2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การให้บริการนั้นไม่สามารถเก็บได้ เหมือนกับสินค้าอื่น ซึ่งจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อความต้องการไม่แน่นอนทำให้เกิดเหตุการณ์ การให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าเกิดขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่ให้บริการจะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะปรับความต้องการซื้อและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกัน เช่น การนำเอากลยุทธ์ การตั้งราคาที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความต้องการซื้ออย่างสม่ำเสมอ หรือการจ้างพนักงานเพิ่มชั่วคราวในช่วงเวลาที่มีจำนวนลูกค้ามากกว่าปกติ เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น

1.3 เกณฑ์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, Zeithaml and Benny (1988 อ้างถึงใน ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก, 2563, น.17) ได้ทำการพัฒนารูปแบบของการบริการ โดยนำแนวคิดทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ คำนี้ถึงการยอมรับของผู้ใช้บริการในคุณภาพบริการที่ดีที่สุด คุณภาพบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างของการบริการ โดยมีเกณฑ์ปัจจัยคุณภาพบริการ (Determinant of Service Quality) 10 ประการ ได้แก่

1.3.1 ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (reliability) การให้บริการนั้น จะต้องมีคุณภาพถูกต้อง แม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่แรก รวมถึงความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ บริการทุกครั้ง ต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณให้บริการพึงได้

1.3.2 ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันทั่วทั้ง มีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ

1.3.3 สมรรถภาพในการให้บริการ (Competence) ผู้ให้บริการต้องมีทักษะ และมีความรู้ ความสามารถในการบริการ สามารถแสดงให้ผู้ใช้บริการได้ประจักษ์และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถในการรักษาโรค ในขณะที่บุคคลอื่น ๆ ในทีมสุขภาพต้องมีความรู้ความสามารถในสาขาของตน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ในการให้บริการอย่างเต็มที่

1.3.4 การเข้าถึงบริการ (Access) ผู้ใช้บริการจะต้องเข้าถึงบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ การให้บริการนั้นจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น

การคมนาคมที่สะดวก การบริการเป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องรอนานเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ การบริการเป็นไปอย่างเสมอภาค เป็นต้น

1.3.5 ความสุภาพ อ่อน โยน มีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพ ใช้วาจาที่เหมาะสม มีบุคลิกภาพดี

1.3.6 การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารมีความสำคัญมากต่อคุณภาพบริการนอกจากจะเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการให้บริการแล้ว ยังจัดเป็นการบริการอีกลักษณะหนึ่งดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้ใช้บริการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการรักษา และทางเลือกในการรักษา เป็นต้น ซึ่งต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน เหมาะสมและเข้าใจง่ายตามสภาพของผู้ใช้บริการ โดยอาจอยู่ในรูปของการสนทนา หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์

1.3.7 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถืออันเกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดประการหนึ่งสำหรับการให้บริการทางสุขภาพ และส่งผลให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น มีการพูดปากต่อปาก ความเชื่อถือของผู้มาใช้บริการที่มีผลต่อผู้ให้บริการนั้น อาจเกิดปัจจัยเสริมอื่น ๆ เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่าง ๆ ในทีมสุขภาพ

1.3.8 ความปลอดภัยมั่นคง (Security) ได้แก่ ความรู้สึกที่มั่นใจว่าความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน และชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษาความลับของผู้ป่วย การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

1.3.9 ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ (Understanding /knowing The Customer) ผู้ให้บริการ จะต้องมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับบริการ เช่น พยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยที่มาใช้บริการได้ การมีระบบเก็บรักษาข้อมูลในอดีตของผู้ป่วย ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ในการรักษาอย่างรวดเร็ว

1.3.10 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) เป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ คุณภาพของบริการจะถูกประเมิน โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังกับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง บริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนและง่ายขึ้น

ต่อมาพบว่า ตัวแบบข้างต้นมีความซับซ้อน จึงได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ โดยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งจากผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้

ตัวแบบใหม่ที่ยังมีความสัมพันธ์กับตัวแบบเดิมข้างต้น โดยเรียกว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือที่นำมาเป็นตัววัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะ ทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ป้ายและสัญลักษณ์ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ รวมถึงสถานที่ บุคลากรที่ให้บริการ

2) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ผู้รับบริการตั้งไว้ เมื่อผู้ให้บริการมีการบริการที่ถูกต้อง แม่นยำ สามารถตอบข้อซักถามที่สงสัยหรือแก้ปัญหาได้ โดยมีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการให้บริการมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ต่อการบริการได้

3) การตอบสนองต่อความต้องการบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว ทันที และใช้เวลาได้อย่างเหมาะสม เข้าถึงบริการได้ง่าย สะดวก และทั่วถึงต่อผู้รับบริการรายอื่น ๆ

4) การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่น ความมั่นใจในการให้บริการกับผู้รับบริการ โดยแสดงให้เห็นถึงความรู้ ทักษะความสามารถของผู้ให้บริการ รวมถึงความสุภาพ มีกิจกรรมยามว่าง ความนุ่มนวล ความสามารถในการติดต่อสื่อสารรวมถึงการแนะนำ ที่ส่งผลต่อความมั่นใจของผู้รับบริการ

5) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการของแต่ละราย ให้การช่วยเหลือ รับฟังปัญหาและความคิดเห็นของผู้รับบริการ ให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการสามารถสรุปได้ว่าการบริการเป็นกระบวนการที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ของทั้ง 2 ฝ่าย คือ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งคุณภาพการบริการเกิดขึ้นจากการประเมินคุณภาพการบริการที่รับรู้จริงและจากความคาดหวังโดยการบริการที่เกิดขึ้นสามารถวัดคุณภาพการบริการได้ ผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า SERVQUAL ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ 3) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ 4) ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ และ 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจ

1.4 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1.4.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

1.4.2 ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือ เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการ หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

1.4.3 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

1.4.4 การติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นการบอกให้ลูกค้าได้รับทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษาเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย

1.4.5 ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการ ให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

1.4.6 ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ความสามารถ และความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

1.4.7 คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการเมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่คาดหวัง

1.4.8 ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจ และรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

1.4.9 ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้า นั้นเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณทอดทิ้งไม่ได้รับการ เอาใจใส่จากพนักงาน

1.4.10 ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี มีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ สร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือน่าเชื่อถือและมั่นใจในบริการ

1.4.11 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้อง สม่ำเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

1.4.12 การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึงการให้บริการตอบสนองทันทีเมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือเมื่อเกิดปัญหาที่สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

1.4.13 ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ

1.4.14 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการจะต้อง ทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร ดังนั้นต้องค้นหาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ ก็หมายถึงความมีประสิทธิภาพของบริการ

โดยสรุปที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษานำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์

2. แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ

2.1 การรับรู้คุณภาพการบริการ

ณัฐฉติ สง่างาม (2554) กล่าวว่า การรับรู้คือกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับรู้หรือตีความหมายจากการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัสเพื่อที่ให้เป็นภาพในความคิดกลายเป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืนมากยิ่งขึ้น

ชัยพร วิชชาวุธ (2555, อ้างถึงใน พรพิมล นุชเจริญ, 2564, น.28) กล่าวว่า "การรับรู้ เป็นกระบวนการตีความสิ่งที่เห็น สิ่งที่ได้ยิน และสิ่งที่รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสอื่น ๆ เพื่อให้รู้ว่า คืออะไร และความเป็นไปภายในจิตใจของเราเอง เราจึงสามารถแบ่งการรับรู้่ออกตามสิ่งที่รับรู้ เป็นการรับรู้โลกทางวัตถุ การรับรู้โลกทางจิต และการรับรู้โลกทางสังคม

กัลยา เขียวเปลื้อง (2563) กล่าวว่าไว้ว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์หรือสิ่งมีชีวิต วิวัฒนาการเพื่อทำการปรับตัวกับสภาพแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส ประกอบไปด้วย การใช้กายภาพสัมผัสสิ่งเร้าและประมวลสิ่งเร้าใหม่ ผ่านเส้นประสาทสัมผัสและส่งตรงไปยังสมองแล้ว แสดงผลลัพธ์ ผลลัพธ์ที่แสดงออกมาจะอาศัยชุดข้อมูลที่ส่งสมมาในการประมวลผล

2.2 สิ่งที่ถูกคาดหวังจากงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551) กล่าวว่า เมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการแล้ว ลูกค้ามีความคาดหวังที่จะได้รับจากงานบริการหลายอย่างซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้

2.2.1 การดูแลเอาใจใส่ (Care, Take Care) ลูกค้าส่วนมากต้องการให้ผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจเขา ให้บริการเขาเต็มความสามารถ ไม่ละเลยทอดทิ้ง ติดตามงานนั้น จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2.2.2 ความเอื้ออาทรช่วยเหลือ (Hospitality) ความมีเมตตาจิตเพื่อให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการ ถ้าผู้ให้บริการปฏิบัติกับลูกค้าดีมากเท่าไร ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในบริการมากขึ้นเช่นกัน

2.2.3 ความซาบซึ้ง (Appreciation) ความซาบซึ้งในบุญคุณของผู้มีอุปการคุณลูกค้าเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด การให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าว่าลูกค้าคือบุคคลสำคัญ จะทำให้ผู้ทำงานใน ธุรกิจบริการตั้งใจทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ

2.2.4 ความพร้อมของผู้ให้บริการ (Readiness) ความพร้อมของผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานบริการ คือ ต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงาน จะต้องมีความรู้ในเรื่องของงานเป็นอย่างดีและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าทันที

2.2.5 เปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็น (Open Minded) ผู้ที่ทำงานในธุรกิจ ให้บริการจะต้องเปิดใจกว้างเพื่อรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำต่าง ๆ จากลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง การรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ จะทำให้เราได้ข้อมูลเพื่อนำมาปรับปรุงงานบริการให้ดีขึ้น และเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

2.2.6 ความกระตือรือร้น (Enthusiast) เนื่องจากงานบริการเป็นงานที่มีความตื่นตัวและมีชีวิตชีวา ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ ดังนั้น ผู้ที่ทำงานนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในเรื่องการทำงาน มีความตั้งใจในการทำงาน ใฝ่ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว ลูกค้าย่อมไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน

2.2.7 ความประทับใจ (Impression) ความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาเพราะลูกค้าจ่ายแพง สิ่งที่เขาควรจะได้รับคือความประทับใจในบริการ ถ้าเขาไม่ได้รับความประทับใจ ก็เท่ากับว่าเขาได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป การสร้างความประทับใจนั้นต้องคำนึงถึงความรู้ ความสามารถของพนักงาน มีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี

2.2.8 สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Initiative) เนื่องจากธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง การปรับปรุง การเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าย่อมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.2.9 ความประณีตเรื่องบริการ (Neat and Nice) งานบริการเป็นงานที่ต้องทำด้วยความ ประณีต และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ งานบริการควรหลีกเลี่ยงการทำงานในลักษณะที่มีคุณภาพต่ำเพราะจะทำให้เกิดปัญหา งานบริการที่ดีต้องมีมาตรฐานและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับว่า เป็นบริการระดับมืออาชีพ

2.2.10 มีคุณค่า (Value of Service) คุณค่าของงานให้บริการเกิดขึ้นจากคุณภาพภูมิใจ ของผู้มาใช้บริการ เพราะทำให้เขาได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม เหมาะสมกับเกียรติยศ ศักดิ์ศรี บารมีและตำแหน่งหน้าที่ในสังคม

2.2.11 ความปลอดภัย (Security) ลูกค้าต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สิน และบิรวาร สถานบริการใดที่มีความเสี่ยง ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงไม่ไปใช้บริการ ลูกค้าจะเลือกไปใช้บริการที่มีความปลอดภัยสูง ถึงแม้ว่าราคาจะแพงกว่าลูกค้าก็เต็มใจที่จะจ่าย

2.2.12 ความจริงใจ (Sincerity) ผู้ให้บริการจะต้องให้ความจริงใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และมีความจริงใจที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

2.2.13 การยอมรับนับถือ (Respect) เนื่องจากลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ ให้บริการ การยอมรับนับถือ การยกย่อง การให้เกียรติและการให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง พนักงานจะต้องให้เกียรติลูกค้าทั้งต่อหน้าและลับหลัง

2.2.14 ตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าปรารถนา (Get Desire) สิ่งทีลูกค้าปรารถนา คือ ความพึงพอใจในบริการที่เขาได้รับ เห็นคุณค่าของบริการที่เขาได้รับ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลให้ความสนใจกับสิ่งเร้า ผ่านการเลือกรับ การรวบรวมจัดระบบ และแปลความหมายออกมาเป็น ความรู้ ความเข้าใจแก่ข้อมูลที่ได้รับ ให้เข้าใจความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว

3. แนวคิดการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตร

3.1 คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2565) ได้กล่าวถึงคำนิยามที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ ดังนี้

สหกรณ์ (Cooperatives) หมายถึง องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกันและควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ(อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Value) หมายถึง สหกรณ์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการช่วยเหลือตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และมีความเป็นเอกภาพ และในขณะเดียวกัน สมาชิกสหกรณ์ก็มีความเชื่อมั่น ในความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยมีการปฏิบัติสืบทอดกันมาจากผู้ริเริ่มการสหกรณ์

อุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology) คือ ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยเหลือตนเอง และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี ความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม

หลักการสหกรณ์ (Cooperative Principles) ได้มีการประกาศให้สหกรณ์ทุกประเภทถือใช้โดยทั่วกันสหกรณ์ คือ สมาคมที่เป็นอิสระของบุคคลที่มารวมตัวกันด้วยความสมัครใจ ดำเนินกิจการที่เป็นเจ้าของร่วมกันและมีการควบคุมตามแนวทางประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการและความมุ่งมั่นร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม คุณค่าของสหกรณ์ สหกรณ์ยึดมั่นในคุณค่าของการพึ่งพาตนเอง ความรับผิดชอบตนเอง การเป็นประชาธิปไตย การมีสิทธิทัดเทียมกัน ความเที่ยงธรรมและความสามัคคีโดยมีสมาชิกที่เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรม ของความซื่อตรง ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น ตามแบบแผนที่สืบทอดต่อกันมา

จากผู้ริเริ่มการสหกรณ์ หลักการสหกรณ์เป็นแนวทางสำหรับสหกรณ์ต่าง ๆ ในการนำคุณค่าของสหกรณ์ไปสู่การปฏิบัติ หลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ คือ

- หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง
- หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย
- หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก
- หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ
- หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ
- หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์
- หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Practices) คือ การนำหลักการสหกรณ์มาใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งสหกรณ์แต่ละประเภทจะมีวิธีปฏิบัติแตกต่างกันไป เช่น การจัดตั้ง การระดมทุน การบริหารงาน การดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมประโยชน์ทางเศรษฐกิจของสมาชิกโดยกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ในข้อบังคับสหกรณ์

3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์การเกษตร

ความเป็นมา สหกรณ์การเกษตรแห่งแรกได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2459 ชื่อว่า สหกรณ์วัดจันทร์ ไม่จำกัดสินใช้ ในจังหวัดพิษณุโลก เป็นสหกรณ์การเกษตรชนิดไม่จำกัด มีขนาดเล็ก ในระดับหมู่บ้าน ตั้งขึ้นในหมู่เกษตรกรที่มีรายได้ต่ำและมีหนี้สินมาก มีสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 16 คน ทุนดำเนินงาน จำนวน 3,080 บาท เป็นค่าธรรมเนียมแรกเข้า จำนวน 80 บาท และเป็นทุนจากการกู้แบงก์สยามกัมมาจล (ธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน) จำนวน 3,000 บาท

วัตถุประสงค์ สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์

ประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ทำให้สมาชิกมีปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น จากการกู้เงินสหกรณ์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำมาประกอบอาชีพ ทำให้มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองหรือมีที่ดินทำกินมากกว่าเดิม ทั้งในรับความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิต ตั้งแต่การใช้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การใช้ปุ๋ย การใช้ยางปราบศัตรูพืชการเก็บรักษาผลผลิตอย่างมีคุณภาพ ผลิตผล ที่ได้จึงเป็นไปตาม

ความต้องการของตลาด ส่งผลให้สหกรณ์และบุคคลในครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และการอนามัย

ลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตร การดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรเป็นแบบอเนกประสงค์ต่างจากการดำเนินงานของธุรกิจอื่นที่อาจจะดำเนินธุรกิจเพียงด้านใดด้านหนึ่ง โดยสหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจ 6 ด้าน ได้แก่

1. ธุรกิจสินเชื่อ เป็นธุรกิจซึ่งสหกรณ์เป็นผู้ให้เงินกู้หรือสินเชื่อการเกษตรแก่สมาชิกตาม ระเบียบและหลักเกณฑ์การให้เงินกู้เพื่อให้สมาชิกนำไปประกอบอาชีพหรือใช้จ่ายที่จำเป็น แบ่งประเภทเงินกู้ออกตามระยะเวลาการให้เงินกู้ได้แก่เงินกู้ระยะสั้น เงินกู้ระยะปานกลาง และเงินกู้ระยะยาว ซึ่งเงินกู้แต่ละประเภทมีเงื่อนไขแตกต่างกันออกไปตามแต่ที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์ นอกจากนี้ยังมีการให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินโดยปฏิบัติตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์

2. ธุรกิจรับฝากเงิน เป็นธุรกิจที่สหกรณ์ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์และเพื่อเป็นการระดมทุนในสหกรณ์ สหกรณ์จะรับฝากเงินจากสมาชิกทั้งประเภทเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ กำหนดระยะเวลาการฝากและอัตราดอกเบี้ยเป็นไปตามระเบียบและหลักเกณฑ์การรับฝากเงินรวมทั้งรับฝากเงินจากสหกรณ์อื่นตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์

3. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เป็นธุรกิจที่สหกรณ์จัดหาหรือจัดซื้อเครื่องมือเครื่องใช้และ วัสดุอุปกรณ์การเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เครื่องจักรการเกษตรตลอดจนสินค้าอุปโภค บริโภคที่จำเป็น เพื่อนำ มาจำหน่ายให้แก่สมาชิกตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์ทั้งนี้ โดย จำหน่ายได้ในราคาที่เหมาะสม สำหรับประเภท ชนิดและคุณภาพสินค้าเป็นไปตามความต้องการของสมาชิก

4. ธุรกิจรวบรวมผลผลิต เป็นธุรกิจที่เกิดจากการที่สหกรณ์ทำการรวบรวมหรือรับซื้อผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสมาชิก นำมาขายให้ได้ราคาดี ทั้งยังให้ความเป็นธรรมในด้านการชั่ง ตวง วัด และคัดคุณภาพผลิตผลของสมาชิกตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์

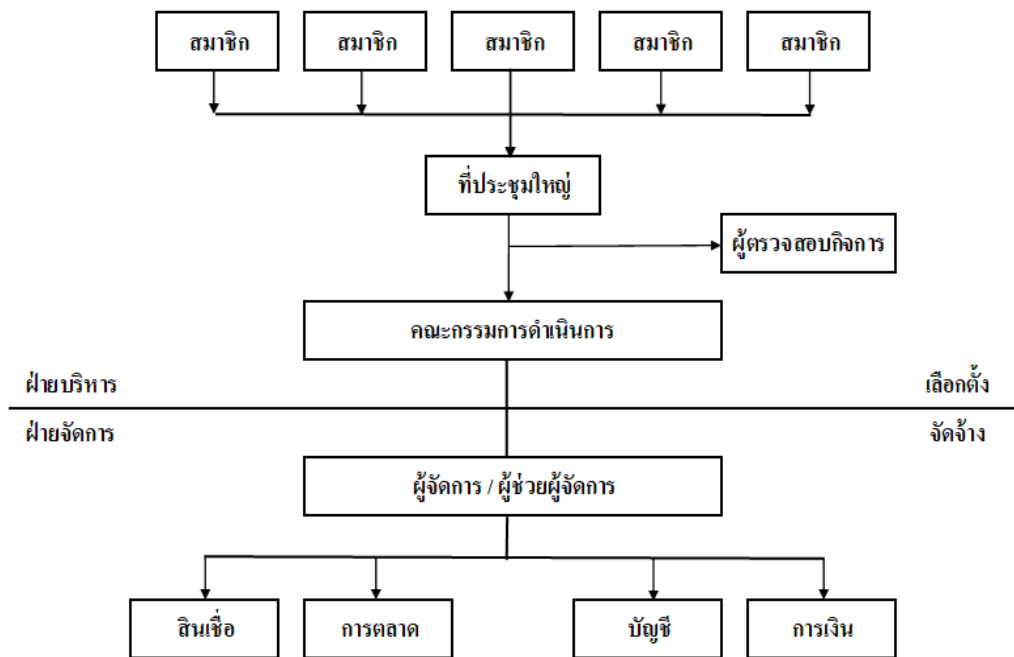
5. ธุรกิจแปรรูปผลิตผลการเกษตรและการผลิตสินค้า เป็นธุรกิจที่เกิดจากการนำผลผลิตที่ สหกรณ์รวบรวม/จัดหามาแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขายต่อ ตลอดจนการส่งเสริมให้สมาชิก ผลิตสินค้าเพื่อนำมาขายตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์

6. ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร เป็นธุรกิจที่เกิดจากการที่สหกรณ์ให้บริการ ช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการเผยแพร่ความรู้และส่งเสริมการเกษตร การวางแผนเพาะปลูก ตลอดจนการให้บริการและบำรุงที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่การเพาะปลูกของสมาชิก เช่น

การให้บริการสูบน้ำ ปรับพื้นที่การให้บริการไถไร่/นา การจัดระบบส่งน้ำ ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์

โครงสร้างของสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2565) สหกรณ์ตั้งอยู่บนรากฐานของประชาธิปไตย สมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์ แต่ทุกคนไม่สามารถร่วมบริหารกิจการของสหกรณ์ได้ จึงต้องมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการเป็นผู้บริหารงานแทน ซึ่งตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 กำหนดให้มีคณะกรรมการดำเนินการไม่เกิน 15 คน มีอำนาจหน้าที่เป็นผู้ดำเนินกิจการและเป็นผู้แทนสหกรณ์ในกิจการทั้งปวง เพื่อให้กิจการสหกรณ์ดำเนินการอย่างกว้างขวาง และให้บริการแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง คณะกรรมการดำเนินการควรจัดจ้างผู้จัดการที่มีความรู้ความสามารถดำเนินธุรกิจแทน และผู้จัดการอาจจัดจ้างเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการ เพื่อช่วยเหลือกิจการสหกรณ์ด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงปริมาณธุรกิจและการประหยัดเป็นสำคัญ

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2560 อ้างถึงใน ชุดิบัณท์ แสงหวัง, 2564 น.91 -93) สำหรับโครงสร้างโดยรวมของระบบการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทยสามารถสรุปได้ตามภาพประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แผนภูมิโครงสร้างสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย

จากภาพที่ 2.1 การจัดโครงสร้างสหกรณ์ ตามแผนผังข้างต้นเป็นการจัดแบ่งส่วนงานหน้าที่ ความรับผิดชอบและจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่าง ๆ ในสหกรณ์ ดังนี้

1. สมาชิก สมาชิกสหกรณ์ ทุกคนมีสิทธิเสมอภาคกันในการดำเนินงานของสหกรณ์ โดยมีสิทธิเข้าร่วมประชุมใหญ่เพื่อเสนอความคิดเห็น หรือออกเสียงเพื่อลงคะแนนในเรื่องต่าง ๆ หนึ่งคนต่อหนึ่งเสียง และมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งของสหกรณ์ รวมถึงสอดส่อง ดูแลกิจการสหกรณ์ให้พัฒนาและเจริญรุ่งเรืองโดยร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการ

2. ที่ประชุมใหญ่ คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ จะเรียกประชุมใหญ่สามัญ ปีละ 1 ครั้ง ภายใน 150 วัน นับแต่วันสิ้นปีทางบัญชี ในการประชุมใหญ่ของสหกรณ์ ต้องมีสมาชิกมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกทั้งหมด หรือไม่น้อยกว่า 100 คน ในกรณีเป็นการประชุมใหญ่โดยผู้แทนสมาชิก ต้องมีผู้แทนสมาชิกมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนผู้แทนสมาชิกทั้งหมด หรือไม่น้อยกว่า 100 คน จึงจะเป็นองค์ประชุม ที่ประชุมใหญ่มีอำนาจหน้าที่พิจารณาวินิจฉัย ตัดสินใจ และลงมติเรื่องทั้งปวงที่เกี่ยวกับการดำเนินกิจการของสหกรณ์ โดยถือเอามติเสียงข้างมากตามหลักประชาธิปไตย

3. ผู้ตรวจสอบกิจการ ที่ประชุมใหญ่สหกรณ์ เลือกตั้งสมาชิกหรือบุคคลภายนอกที่เป็นผู้มีคุณวุฒิ มีความรู้ ความสามารถในด้านธุรกิจ การเงิน การบัญชี การเศรษฐกิจ หรือการสหกรณ์ เพื่อเป็นผู้ตรวจสอบกิจการ โดยมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบการดำเนินงานของสหกรณ์ แล้วเสนอรายงานผลการตรวจสอบประจำปีต่อที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ รวมถึงเสนอรายงานผลการตรวจสอบประจำปีต่อที่ประชุมใหญ่สหกรณ์

4. คณะกรรมการดำเนินการ ที่ประชุมใหญ่สหกรณ์ เลือกตั้งสมาชิกเป็นคณะกรรมการดำเนินการ โดยมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการทั้งปวงของสหกรณ์ให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติ และคำสั่งของสหกรณ์ รวมถึงกำกับ ดูแลและติดตามการปฏิบัติงานของผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เพื่อให้การดำเนินงานของสหกรณ์สามารถเอื้อประโยชน์แก่บรรดาสมาชิกและบรรลุตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

5. ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการ อาจพิจารณาคัดเลือกบุคคลเพื่อแต่งตั้ง หรือจัดจ้างเป็นผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ โดยมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการทั่วไป และรับผิดชอบเกี่ยวกับบรรดากิจการประจำของสหกรณ์ ให้เป็นไปตามนโยบาย และแผนการดำเนินงานที่คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์กำหนด รวมถึงอาจพิจารณาจัดจ้าง

เจ้าหน้าที่อื่น ๆ ตามความจำเป็น ได้แก่ เจ้าหน้าที่สินเชื่อ เจ้าหน้าที่ตลาด เจ้าหน้าที่บัญชีเจ้าหน้าที่การเงิน เป็นต้น เพื่อปฏิบัติงานในสหกรณ์ ภายใต้การบังคับบัญชาของผู้จัดการสหกรณ์

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การบริหารจัดการสหกรณ์ จะยึดหลักประชาธิปไตยสมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์ แต่ทุกคนไม่สามารถร่วมบริหารกิจการของสหกรณ์ ได้จึงเลือกตัวแทนซึ่งเรียกว่า "คณะกรรมการดำเนินการ" จากที่ประชุมใหญ่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายการบริหารงานให้สหกรณ์เป็นผู้ดำเนินกิจการและเป็นผู้แทนสหกรณ์ในกิจการทั้งปวง เพื่อให้กิจการสหกรณ์ดำเนินการอย่างกว้างขวางให้บริการแก่สมาชิกอย่างทั่วถึง และจัดจ้าง "ผู้จัดการ" ให้ปฏิบัติงานในสหกรณ์ ภายใต้การควบคุมดูแลของคณะกรรมการดำเนินการและผู้จัดการ อาจจัดจ้างเจ้าหน้าที่โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการดำเนินการ เพื่อช่วยเหลือกิจการสหกรณ์ด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม และจึงเป็นที่มาของการให้ความสำคัญในการบริการแก่สมาชิก ซึ่งเป็นเจ้าของสหกรณ์ เพื่อที่จะให้สมาชิกอยู่กับเราไปตลอด

4. บริบทของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

4.1 ความเป็นมาของสหกรณ์

สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จัดทะเบียนตามพระราชบัญญัติ พ.ศ.2511 ประเภทสหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2517 มีสมาชิกแรกตั้ง จำนวน 871 คน มีหนี้สินและทุนจำนวน 3,253,765.88 บาท เงินสำรอง 820,179 บาท ปัจจุบัน (2566) ตั้งอยู่เลขที่ 218/2 หมู่ 8 ตำบลห้วยเกตุ อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร มีจำนวนสมาชิก 2,401 คน ดำเนินธุรกิจ 5 ด้าน ประกอบด้วย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ธุรกิจให้บริการ และส่งเสริมการเกษตร และธุรกิจรับฝากเงิน มูลค่าธุรกิจรวมทั้งสิ้น จำนวน 1,036,153,259.09 บาท

4.2 วิสัยทัศน์

สหกรณ์มั่นคง ธุรกิจยั่งยืน สร้างแรงศรัทธา เชื่อมั่น มุ่งมั่นพัฒนา ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4.3 ธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

4.3.1 ธุรกิจสินเชื่อ

สหกรณ์ให้บริการสินเชื่อแก่สมาชิก โดยให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้สมาชิกนำไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนการดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้

ของสมาชิกและให้สมาชิกปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ โดยแยกเงินกู้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เงินกู้ระยะสั้น เงินกู้ระยะปานกลาง และเงินกู้ระยะยาว

4.3.2 ธุรกิจรับฝากเงิน

สหกรณ์ให้บริการรับฝากเงินจากสมาชิก เพื่อเป็นการส่งเสริมการออม รู้จัก และเห็นคุณค่าของการออม สร้างภูมิคุ้มกันให้ครอบครัวของสมาชิก โดยรับฝากเงิน 3 ประเภท ได้แก่ เงินรับฝากออมทรัพย์ เงินรับฝากออมทรัพย์พิเศษ และสัจจะออมทรัพย์

4.3.3 ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

สหกรณ์ให้บริการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้แก่สมาชิกและบุคคลภายนอก ได้แก่ ปุ๋ย พันธุ์ข้าว เคมีการเกษตร วัสดุการเกษตร น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น ข้าวสาร สินค้าอุปโภคบริโภค

4.3.4 ธุรกิจรวบรวมผลผลิต

สหกรณ์มีการรวบรวมข้าวเปลือกทั้งข้าวสดและข้าวแห้งจากสมาชิก และบุคคลภายนอก เพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่โรงสีภายในจังหวัดหรือจังหวัดใกล้เคียง

4.3.5 ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร

สหกรณ์มีการให้บริการตลาดกลาง เช่าลานตากข้าว การบริการรถตัด การขนข้าว การชั่งข้าว

4.4 ผลการดำเนินงานปี 2566

จากรายงานประจำปี สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม 2566 สหกรณ์การเกษตร ตะพานหิน จำกัด มีทุนดำเนินงาน 527,529,705.58 บาท สหกรณ์ดำเนินธุรกิจ 5 ด้าน มีมูลค่าธุรกิจรวมทั้งสิ้น จำนวน 1,036,153,259.09 บาท ประกอบด้วยธุรกิจสินเชื่อ จำนวน 105,583,380.00 บาท ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย จำนวน 111,167,184.64 บาท ธุรกิจรวบรวมผลผลิต จำนวน 752,384,723.00 บาท ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร จำนวน 1,462,169.81 บาท ธุรกิจรับฝากเงิน จำนวน 65,555,801.64 บาท โดยผลการดำเนินงาน ปี 2566 มีผลกำไรสุทธิ จำนวน 11,323,202.00 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 201,908.76 บาท หรือเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 1.82 (สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด, 2566, น. 48 - 53) ซึ่งไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และเมื่อดูจากยอดผู้ใช้บริการของสหกรณ์ในบางธุรกิจมีจำนวน ดังรายละเอียดตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด

ที่	รายการ	หน่วย	ปี 2565	ปี 2566	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
1	สินทรัพย์	บาท	71,835,947.53	27,529,705.58	155,693,758.05
2	หนี้สิน	บาท	16,399,731.55	62,486,239.61	146,086,508.06
3	ทุน	บาท	55,436,215.98	65,043,465.97	9,607,249.99
4	รายได้	บาท	04,507,087.91	54,334,499.95	349,827,412.04
5	ค่าใช้จ่าย	บาท	93,385,794.67	43,011,297.95	349,625,503.28
6	กำไร	บาท	11,121,293.24	11,323,202.00	201,908.76
7	จำนวนสมาชิก	คน	2,436	2,401	(35)
8	ธุรกิจของสหกรณ์				
8.1	ธุรกิจสินเชื่อ	คน	696	684	(12)
8.2	ธุรกิจรับฝากเงิน	คน	851	837	(14)
8.3	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	คน	787	967	180
8.4	ธุรกิจรวบรวมผลผลิต	คน	538	565	27
8.5	ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร	คน	69	86	17

ที่มา : สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด (2566, น. 54 – 56)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธิดารัตน์ ถมมาลี (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรควนโดน จำกัด การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์ (2) ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการซื้อสินค้าสหกรณ์ และ (3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรควนโดน จำกัดโดยศึกษาจากกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 273 คน ผลการศึกษาพบว่า (1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสหกรณ์มากที่สุดในแต่ละครั้ง คือ ซื้อปุ๋ยปริมาณ วัสดุการเกษตร และเคมีการเกษตร ปริมาณ ความถี่ในการซื้อปุ๋ย วัสดุการเกษตร เคมีการเกษตร 1 - 2 ครั้งต่อปี (2) ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ตามลำดับ (4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า เพศ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีผลต่อความถี่ในการซื้อปุ๋ย วัสดุการเกษตร และเคมีการเกษตรแต่ละครั้ง ระดับการศึกษา มีผลต่อปริมาณในการซื้อปุ๋ยและวัสดุการเกษตรแต่ละครั้ง รายได้ของครอบครัวต่อเดือน มีผลต่อปริมาณและความถี่ในการซื้อเคมีการเกษตรแต่ละครั้ง ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ ด้านราคา ด้าน การส่งเสริมการตลาด อายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

สุเทพ ช่วยอุระชน (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรนิคมฯ ลำน้ำน่าน จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของสมาชิกสหกรณ์ในการซื้อสินค้าของสหกรณ์ (2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการซื้อสินค้าของสหกรณ์ (3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของสมาชิกที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของสหกรณ์ (4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของสหกรณ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกที่ซื้อสินค้าของสหกรณ์การเกษตรนิคมฯ ลำน้ำน่าน จำกัด จำนวน 288 คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 168 คน ผลการศึกษา พบว่า (1) สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี

การศึกษาระดับประถม ศึกษาหรือต่ำกว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิก 5 -10 ปี รายได้ของครัวเรือน ต่อเดือนไม่เกิน 4,000 บาท พื้นที่ทำการเกษตร 6-25 ไร่ การซื้อสินค้าของสหกรณ์ ส่วนใหญ่ซื้อพันธุ์ สัตว์/อาหารสัตว์ ปุ๋ย พันธุ์พืชและเคมีการเกษตร ตามลำดับ ความถี่ในการซื้อสินค้าสหกรณ์ต่อปี ต่ำกว่า 5 ครั้ง และปริมาณซื้อต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง (2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ในการซื้อ สินค้าสหกรณ์ โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความสำคัญตามลำดับ ดังนี้ ด้านการบริการ คุณภาพสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ ความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัย ส่วนประสมการตลาด พบว่า เพศ อายุ และรายได้ของครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับ ราคาสินค้า (ยี่ห้อ) ของสินค้า ที่จัดหามาจำหน่ายที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 รายได้ของครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับชนิด ของสินค้าสหกรณ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพื้นที่ในการทำการเกษตร มีความสัมพันธ์กับการ ประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับการบริการ ของสหกรณ์ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 (3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของสมาชิก ที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ของสหกรณ์ พบว่าพื้นที่ในการทำการเกษตรมีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และด้านชนิดสินค้าที่ซื้อ ได้แก่ ปุ๋ย เพศ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์ด้านชนิดสินค้าที่ซื้อ ได้แก่ ปุ๋ย และเคมีการเกษตร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของ สหกรณ์ พบว่าคุณภาพสินค้า ชนิดของสินค้าสหกรณ์และราคาของสินค้า มีความสัมพันธ์กับการซื้อ สินค้าด้านปริมาณที่ซื้อสินค้าต่อปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ คุณภาพสินค้าและชนิดของสินค้า สหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าสหกรณ์ด้านชนิดสินค้า ที่ซื้อที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ เคมีการเกษตร ปุ๋ย ราคาของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้าต่อปี และบรรจุภัณฑ์หีบห่อสินค้า มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าปริมาณที่ซื้อสินค้าต่อปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

พรจิตรา จันทร์แฝก (2559: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางเลน จำกัด จังหวัดนครปฐม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก 2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก 3) ระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของ สมาชิก 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก และ 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก สหกรณ์การเกษตร บางเลน จำกัด จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุ 60 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับประถมศึกษา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท

2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก ประกอบด้วย (1) ข้าวสาร ปริมาณที่ซื้อ 1,001 บาทขึ้นไปต่อครั้ง ซื้อมากกว่า 11 ครั้งต่อปี (2) ผลิตภัณฑ์ปรุงอาหาร ปริมาณที่ซื้อ 501 บาทขึ้นไปต่อครั้ง และซื้อ 9 - 10 ครั้ง ต่อปี (3) เครื่องดื่ม ปริมาณที่ซื้อ 200 บาทขึ้นไปต่อครั้ง และซื้อ 9 - 10 ครั้ง ต่อปี (4) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ปริมาณที่ซื้อ 101 - 300 บาทต่อครั้ง และ ซื้อมากกว่า 11 ครั้งต่อปี (5) ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ปริมาณที่ซื้อ 301 - 500 บาท ต่อครั้ง และ ซื้อ 7 - 8 ครั้งต่อปี

3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านการจัดจำหน่ายตามลำดับ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก พบว่า (1) ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงอาหารแต่ละครั้ง (2) รายได้ของครอบครัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อและปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 5) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิก พบว่า (1) ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับปรุงอาหารแต่ละครั้ง และ (2) ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อข้าวสารและปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงอาหารแต่ละครั้ง

ฉัตรชญา วิศพันธุ์, วาสนา สุวรรณวิจิตร และ อนุวัต สงสม (2560: บทคัดย่อ) ศึกษาความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์การเกษตร เกาะงูน-กะทิง จำกัด ของเกษตรกร อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทางด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และที่อยู่ โดยภาพรวมในแต่ละด้านแตกต่างกัน มีส่วนประสมการตลาดเลือกใช้บริการทุกด้านไม่แตกต่างกัน และส่วนประสมการตลาดโดยจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ ประเภทที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ จำนวนครั้งในการใช้บริการ วันที่สะดวกมาใช้บริการ ช่วงเวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ วัตถุประสงค์หลักที่เลือกใช้บริการ ความสำคัญในการใช้บริการ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประเภทสินค้า เชื่อ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการแตกต่างกันให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดบริการไม่แตกต่างกัน การศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลกับ

พฤติกรรมการใช้บริการพบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เชมศรัญญ์ เหมฤติพัฒนาโชติ (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมปศุสัตว์ จำกัด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกและสมาชิกสมทบสหกรณ์ออมทรัพย์กรมปศุสัตว์ จำกัด จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัยด้านคุณลักษณะผู้ให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านมาตรฐานการให้บริการ 2) คุณภาพการให้บริการเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ประเภท หน่วยงานต้นสังกัด ระดับการศึกษาสูงสุด และเงินได้รายเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

รภัทสรณ์ โปธิสิริธนาชัย (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 60 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 1 – 10 ไร่ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี มากกว่า 250,000 บาท ขึ้นไป รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทและหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด 100,001 – 200,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าสมาชิกมีระดับการตัดสินใจต่อการมีส่วนร่วมด้านผลผลิต ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่งและด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการมีส่วนร่วมพบว่าประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ยมากกว่า 17.5% และเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์คือ ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ 1) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ คือ อายุ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน และหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ คือ ด้านผลผลิตด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการและ 2) ข้อเสนอแนะ

คือ ทาวิธีกำจัดแมลงศัตรูพืชที่มาทำลายผลผลิตแนะนำให้แก่สมาชิก และจัดหาแหล่งน้ำให้แก่สมาชิก เพื่อให้มีปริมาณน้ำเพียงพอในการเพาะปลูก

ณิรนุช บุญตั้ง และวัลลภ รัชฎ์ทรานนท์ (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรบางซ้าย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางซ้าย จำกัด มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับสูง การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรทางด้านอายุ การศึกษา และความคาดหวัง มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรทางเพศ รายได้ ต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่มีผลต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรบางซ้าย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดิگانต์ วงษรัตน์ (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกสหกรณ์การเกษตรกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพทำสวน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 10 ปีขึ้นไป รายได้ภาคเกษตร 10,000 – 20,000 บาท/เดือน รายจ่ายภาคการเกษตรต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และมีหนี้สินทั้งหมดมากกว่า 30,000 บาท 2) ความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า สมาชิกมีระดับการตัดสินใจต่อการใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/การใช้บริการ ด้านบุคคล/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง 3) พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ ซื้อสินค้า วัสดุ และอุปกรณ์ทางการเกษตร ปริมาณการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง 1,001 – 5,000 บาท ใช้บริการสหกรณ์ 1 – 3 ครั้ง/เดือน เหตุผลที่ใช้บริการของสหกรณ์ คือ มีผลตอบแทนเฉลี่ยคืน และดอกเบี้ยเงินฝากสูง 4) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ภาคการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน รายได้อื่น ๆ เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายภาคการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายอื่น ๆ เฉลี่ยต่อเดือน และด้านหนี้สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/การใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล/เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมการใช้บริการ และ 5) ข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์ควรเพิ่มการส่งเสริมการขาย เพิ่มสินค้า ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มจุดให้บริการกับสมาชิก เพื่อสามารถให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างทั่วถึง

นันทพรดี นิตยพงศ์ชัย และพิมพ์ชนก สังข์แก้ว (2563: บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพ การให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยที่ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ มีผลการประเมินสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการและด้านความ ปลอดภัย ตามลำดับ และพบว่า สมาชิกที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษารายได้ และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้จำกัด พบว่า มี 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1. การพัฒนาเชิง ระบบ โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการสมาชิก สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ ออนไลน์บนมือถือ ตู้เอทีเอ็ม และเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ แนวทางที่ 2. การเสริมคุณภาพการให้บริการ มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประเมินคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิก 2) ด้านการพัฒนาบุคลากร 3) ด้านข้อมูลข่าวสาร และ 4) ด้านสวัสดิการ

ดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น และ ศิริลักษณ์ นามวงศ์ (2563: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการส่วนท้องถิ่นนครสวรรค์ จำกัด โดยผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า/สมาชิกด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ ด้านการให้ความ เชื่อมั่นต่อลูกค้า/สมาชิก ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า/สมาชิก และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ 2) เปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของสมาชิก พบว่า สมาชิกที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการเป็น สมาชิก และประเภทการรับบริการที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เนตรชนก เรียงวัน และเสาวนีย์ สิทธิโชติ (2564: บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญ ต่อการเลือกร้านขายปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอบ้านฝือ จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านขายปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มี ความสำคัญต่อการเลือกร้านขายปุ๋ยเคมีเรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.47)

ปัจจัยด้านการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.38) ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย = 4.13) และปัจจัยด้านสถานที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.13) ตามลำดับ

ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร (2565: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีวัตถุประสงค์การศึกษา 1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด 2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ มีผลการประเมินสูงสุด รองลงมาคือด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ และด้านความปลอดภัย ตามลำดับ ส่วนแนวทางการพัฒนาการให้บริการพบว่า ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้สามารถทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์บนมือถือ ตู้เอทีเอ็ม และเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้ อีกทั้งควรให้ความสำคัญด้านการประเมินคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิก ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านสวัสดิการ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร มีวิธีดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ สมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์การเกษตร ตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร โดยไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดที่มาใช้บริการ คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของดับเบิลยู จี โคเชน (W.G Cochran, 1953) ดังนี้

การคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample Size)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานของระดับความเชื่อมั่น

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ในการกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรได้เลือกระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($Z = 1.96$) และกำหนดให้ค่า p เท่ากับร้อยละ 85 เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากสมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จังหวัดพิจิตร โดยมีข้อสมมติว่า ประชากรมีการกระจายแบบโค้งปกติ และให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้เพียงร้อยละ 5 ($d = 0.05$) ซึ่งเมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้

$$n = \frac{0.85(1-0.85)1.96^2}{(0.05)^2}$$

$$= 195.9165 \approx 196$$

ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 196 ราย ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ 210 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของคนที่มาใช้บริการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามในการสำรวจคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ผู้ศึกษาดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

2.1.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 สร้างคำถามของแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2.1.3 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้ได้เครื่องมือวัดที่สมบูรณ์

2.2 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อใช้ในการสำรวจ คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวตามความเป็นจริงของผู้ตอบและเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเลือกระดับคุณภาพการให้บริการที่ทำให้ใช้บริการกับสหกรณ์ 5 ระดับ (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ระดับคะแนน	5	คะแนน
มาก	ระดับคะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ระดับคะแนน	3	คะแนน
น้อย	ระดับคะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ระดับคะแนน	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด

2.3 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.3.1 เพื่อให้แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา และโครงสร้างแบบสอบถาม และปรับปรุงให้มีความชัดเจนสมบูรณ์

2.3.2 นำแบบสอบถามจำนวน 35 ชุด ไปทดลองถามกับสมาชิกสหกรณ์การเกษตรทับคล้อ จำกัด จังหวัดพิจิตร แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น

2.3.1 วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) หากค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เข้าใกล้ 1.00 ถือว่าเครื่องมือวัดนั้นใช้ได้ แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นจากแบบสอบถามเท่ากับ 0.963

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด จำนวน 210 คน ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่สนับสนุนการศึกษาให้สมบูรณ์โดยเก็บรวบรวมจากหนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ รายงาน

กิจการประจำปีของสหกรณ์ วารสารทางวิชาการ และเว็บไซต์ (Website) ต่าง ๆ โดยนำเสนอในรูปแบบ
พรรณนา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

4.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั้งหมด
ในแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย
(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) โดยแยกวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)
โดยคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวตามความเป็นจริงของผู้ตอบและเป็นคำถามปลายปิด
(Close-Ended Response Question) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวน
สมาชิกในครัวเรือน จะแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
และนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรสะพานหิน จำกัด เป็นคำถาม
ปลายปิด ประมาณค่า 5 ระดับ โดยหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Std. Deviation) ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลไว้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่แบ่ง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดที่ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด จังหวัดพิจิตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และถ้าพบว่ามีความแตกต่างกัน จะนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการทดสอบ Scheffe



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระ คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด แบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F - distribution

SS แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of squares)

MS แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสอง (Mean of squares)

df แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ

sig. แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

H_0 แทน สมมติฐานหลัก

H_1 แทน สมมติฐานรอง

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

n = 210

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	117	55.7
หญิง	93	44.3
รวม	210	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 30	6	2.9
30-40 ปี	43	20.5
41-50 ปี	89	42.3
50 ปีขึ้นไป	72	34.3
รวม	210	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	72	34.3
มัธยมศึกษา	99	47.1
อนุปริญญา/ปวส.	21	10.0
ปริญญาตรี	18	8.6
รวม	210	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	26	12.4
9,001 – 10,000 บาท	88	41.9
10,001 – 20,000 บาท	74	35.2
20,001 – 30,000 บาท	14	6.7
มากกว่า 30,000 ขึ้นไป	8	3.8
รวม	210	100.0
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
1-2 คน	41	19.5
3-4 คน	136	64.8
5 คนขึ้นไป	33	15.7
รวม	210	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

เพศ

สมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด เป็นเพศชายจำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.7 และเป็นเพศหญิงจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.3

อายุ

สมาชิกส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา 50 ปีขึ้นไป , 30 – 40 ปี และต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 72 ราย , 43 ราย และ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 , 20.5 และ 2.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

สมาชิกส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในมัธยมศึกษา จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา ประถมศึกษา , อนุปริญญา/ปวส.และปริญญาตรี จำนวน 72 ราย , 21 ราย และ 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 , 10.0 และ 8.6 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน

สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับ 9,001 – 10,000 บาท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท , ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท , 20,001 – 30,000 บาท , มากกว่า 30,000 ขึ้นไป จำนวน 74 ราย , 26 ราย , 14 ราย และ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.2 , 12.4 , 6.7 และ 3.8 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

สมาชิกส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนอยู่ในระดับ 3-4 คน จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมา 1-2 คน , 5 คนขึ้นไป จำนวน 41 ราย , และ 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 และ 15.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์

ระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ในภาพรวม

ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านกระบวนการ	4.19	0.554	มาก	1
2. ด้านเจ้าหน้าที่	4.14	0.552	มาก	2
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.09	0.506	มาก	4
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	4.13	0.521	มาก	3
5. ด้านภาพลักษณ์	4.08	0.493	มาก	5
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.13	0.490	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ในภาพรวมมีระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา ด้านเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านภาพลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ

n = 210

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัย และเพียงพอ	4.16	0.670	มาก	4
2. มีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอน การรับบริการอย่างชัดเจน	4.10	0.691	มาก	5
3. ช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ มีแอปพลิเคชันบนมือถือหรือเว็บไซต์	4.24	0.707	มากที่สุด	2
4. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการดำเนินงาน	4.26	0.739	มากที่สุด	1
5. มีที่จอดรถและบริการส่งของที่รถ	4.21	0.730	มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.19	0.554	มาก	

จากตารางที่ 4.3 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ มีแอปพลิเคชันบนมือถือหรือเว็บไซต์ และมีที่จอดรถและบริการส่งของที่รถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และ 4.21 ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัยและเพียงพอ และมีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอนการรับบริการอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 และ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่

n = 210

ด้านเจ้าหน้าที่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. เจ้าหน้าที่ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว	4.16	0.800	มาก	3
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่	4.16	0.707	มาก	2
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ	4.12	0.741	มาก	4
4. เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการและทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ	4.17	0.638	มาก	1
5. เจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่ท่านสงสัยหรือมีปัญหาได้	4.09	0.682	มาก	5
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.14	0.552	มาก	

จากตารางที่ 4.4 ด้านเจ้าหน้าที่พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และเมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการและทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่ , เจ้าหน้าที่ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว , เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ และเจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่ท่านสงสัยหรือมีปัญหาได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 , 4.16 , 4.12 และ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านความน่าเชื่อถือ

n = 210

ด้านความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. คณะกรรมการมีดำเนินการที่เป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง	4.12	0.741	มาก	2
2. มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.20	0.722	มาก	1
3. มีการรักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ	4.10	0.637	มาก	3
4. การปฏิบัติงานยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของสหกรณ์เป็นสำคัญ	4.00	0.638	มาก	5
5. มีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม	4.04	0.687	มาก	4
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.09	0.506	มาก	

จากตารางที่ 4.5 ด้านความน่าเชื่อถือพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ ได้แก่มีความซื่อสัตย์สุจริตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ คณะกรรมการมีดำเนินการที่เป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง , มีการรักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ , มีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรมและการปฏิบัติงานยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของสหกรณ์เป็นสำคัญโดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 , 4.10 , 4.04 และ 4.00 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.6 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านการให้ความมั่นใจ

n = 210

ด้านการให้ความมั่นใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การให้คำแนะนำต่างๆถูกต้อง	4.17	0.653	มาก	2
2. การแจ้งข้อมูลที่เป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้	4.18	0.700	มาก	1
3. การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่างๆ ก่อนส่งถึงมือสมาชิกถูกต้อง	4.12	0.741	มาก	3
4. การบันทึกข้อมูลต่างๆของสมาชิกอย่างถูกต้อง	4.11	0.707	มาก	4
5. สหกรณ์มีระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย	4.10	0.637	มาก	5
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.13	0.521	มาก	

จากตารางที่ 4.6 ด้านการให้ความมั่นใจพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านการให้ความมั่นใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และเมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ การแจ้งข้อมูลที่เป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือ การให้คำแนะนำต่าง ๆ ถูกต้อง , การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่าง ๆ ก่อนส่งถึงมือสมาชิกถูกต้อง , การบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของสมาชิกอย่างถูกต้อง และสหกรณ์มีระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 , 4.12 , 4.11 และ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านภาพลักษณ์

n = 210

ด้านภาพลักษณ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ชื่อเสียงของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ	4.09	0.682	มาก	3
2. ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.08	0.652	มาก	4
3. ความถูกต้องในการทำเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน	4.12	0.741	มาก	2
4. ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก	4.02	0.622	มาก	5
5. ความสะดวกในการรับบริการ	4.13	0.686	มาก	1
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.08	0.493	มาก	

จากตารางที่ 4.7 ด้านภาพลักษณ์พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และเมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการรับบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการทำเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน , ชื่อเสียงของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ , ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลัง การให้บริการแก่สมาชิกโดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 , 4.09 , 4.08 และ 4.02 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามเพศ

คุณภาพการบริการ	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t.	Sig.
1. ด้านกระบวนการ	ชาย	117	4.28	0.568	2.789	0.006**
	หญิง	93	4.07	0.515		
2. ด้านเจ้าหน้าที่	ชาย	117	4.21	0.560	2.188	0.030*
	หญิง	93	4.04	0.530		
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	ชาย	117	4.18	0.486	3.111	0.002*
	หญิง	93	3.97	0.506		
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	ชาย	117	4.24	0.506	3.380	0.001**
	หญิง	93	4.00	0.512		
5. ด้านภาพลักษณ์	ชาย	117	4.15	0.496	2.077	0.039*
	หญิง	93	4.01	0.481		

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญ 0.05

** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ t-test พบว่า เพศของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตาม อายุ

คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	17.921	3	5.974	26.547	.000**
	ภายในกลุ่ม	46.354	206	.225		
	รวม	64.275	209			
2. ด้านเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	21.546	3	7.182	35.043	.000**
	ภายในกลุ่ม	42.218	206	.205		
	รวม	63.764	209			
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	16.893	3	5.631	31.666	.000**
	ภายในกลุ่ม	36.632	206	.178		
	รวม	53.525	209			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	19.065	3	6.355	34.692	.000**
	ภายในกลุ่ม	37.735	206	.183		
	รวม	56.799	209			
5. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	16.524	3	5.508	32.951	.000**
	ภายในกลุ่ม	34.433	206	.167		
	รวม	50.957	209			

หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ F-test พบว่า อายุของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการทดสอบ Scheffe ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุกับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์

	ช่วงอายุ	ต่ำกว่า 30	30-40 ปี	41-50 ปี	50 ปีขึ้นไป
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 30	-	-.1953	-.1933	-.7972*
	30-40 ปี		-	.0021	-.6019*
	41-50 ปี			-	-.6040*
	50 ปีขึ้นไป				-
ด้านเจ้าหน้าที่	ต่ำกว่า 30	-	-.0450	-.0434	-.7167*
	30-40 ปี		-	.0015	-.6717*
	41-50 ปี			-	-.6732*
	50 ปีขึ้นไป				-
ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่า 30	-	-.0744	-.0989	-.6833*
	30-40 ปี		-	-.0245	-.6089*
	41-50 ปี			-	-.5845*
	50 ปีขึ้นไป				-
ด้านการให้ความ มั่นใจ	ต่ำกว่า 30	-	-.1969	-.1925	-.8167*
	30-40 ปี		-	.0044	-.6198*
	41-50 ปี			-	-.6242*
	50 ปีขึ้นไป				-
ด้านภาพลักษณ์	ต่ำกว่า 30	-	-.0124	-.0255	-.6111*
	30-40 ปี		-	-.0131	-.5987*
	41-50 ปี			-	-.5856*
	50 ปีขึ้นไป				-

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.10 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุกับระดับคุณภาพการบริการพบว่า อายุ 50 ปี ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับทุกกลุ่มอายุ และทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	35.909	3	11.970	86.927	.000**
	ภายในกลุ่ม	28.366	206	.138		
	รวม	64.275	209			
2. ด้านเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	33.696	3	11.232	76.950	.000**
	ภายในกลุ่ม	30.068	206	.146		
	รวม	63.764	209			
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	27.901	3	9.300	74.772	.000**
	ภายในกลุ่ม	25.623	206	.124		
	รวม	53.525	209			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	27.315	3	9.105	63.617	.000**
	ภายในกลุ่ม	29.484	206	.143		
	รวม	56.799	209			
5. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	23.703	3	7.901	59.722	.000**
	ภายในกลุ่ม	27.254	206	.132		
	รวม	50.957	209			

หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบแบบ F-test พบว่า ระดับการศึกษาของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการทดสอบ Scheffe ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์

	ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี
ด้านกระบวนการ	ประถมศึกษา	-	.8174*	-.0155	-.0472
	มัธยมศึกษา		-	-.8329*	-.8646*
	อนุปริญญา/ปวส.			-	-.0317
	ปริญญาตรี				-
ด้านเจ้าหน้าที่	ประถมศึกษา	-	.7955*	.1452	-.1500
	มัธยมศึกษา		-	-.6502*	-.9455*
	อนุปริญญา/ปวส.			-	-.2952
	ปริญญาตรี				-
ด้านความน่าเชื่อถือ	ประถมศึกษา	-	.7298*	.1246	-.1056
	มัธยมศึกษา		-	-.6052*	-.8354*
	อนุปริญญา/ปวส.			-	-.2302
	ปริญญาตรี				-
ด้านการให้ความ มั่นใจ	ประถมศึกษา	-	.7230*	.1377	-.1083
	มัธยมศึกษา		-	-.5853*	-.8313*
	อนุปริญญา/ปวส.			-	-.2460
	ปริญญาตรี				-
ด้านภาพลักษณ์	ประถมศึกษา	-	.6725*	.1853	-.1306
	มัธยมศึกษา		-	-.4872*	-.8030*
	อนุปริญญา/ปวส.			-	-.3159
	ปริญญาตรี				-

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับการศึกษากับระดับคุณภาพการบริการ พบว่า ระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับทุกกลุ่มระดับการศึกษา และทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 4 รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามรายได้

คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.871	4	1.718	6.134	.000**
	ภายในกลุ่ม	57.404	205	.280		
	รวม	64.275	209			
2. ด้านเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	9.190	4	2.298	8.631	.000**
	ภายในกลุ่ม	54.574	205	.266		
	รวม	63.764	209			
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	6.251	4	1.563	6.777	.000**
	ภายในกลุ่ม	47.273	205	.231		
	รวม	53.525	209			
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	8.467	4	2.117	8.979	.000**
	ภายในกลุ่ม	48.332	205	.236		
	รวม	56.799	209			
5. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	9.365	4	2.341	11.539	.000**
	ภายในกลุ่ม	41.592	205	.203		
	รวม	50.957	209			

หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามรายได้ต่อเนื่องโดยใช้สถิติทดสอบแบบ F-test พบว่า รายได้ต่อเนื่องของสมาชิกสหกรณ์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการทดสอบ Scheffe ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้กับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์

	รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	9,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป
ด้าน กระบวนการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	-	.4199*	4154*	.0297	-1.1096
	9,001 – 10,000 บาท		-	-.0045	-.3903	-.5295
	10,001 – 20,000 บาท			-	-.3857	-.5250
	20,001 – 30,000 บาท				-	-.1393
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป					-
ด้านเจ้าหน้าที่	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	-	.4224*	.4769*	.0198	-.2481
	9,001 – 10,000 บาท		-	.0545	-.4026	-.6705*
	10,001 – 20,000 บาท			-	-.4571	-.7250*
	20,001 – 30,000 บาท				-	-.2679
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป					-
ด้านความ น่าเชื่อถือ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	-	.3587*	.4012*	-.0231	-.1231
	9,001 – 10,000 บาท		-	.0425	-.3818	-.4818
	10,001 – 20,000 บาท			-	-.4243	-.5243
	20,001 – 30,000 บาท				-	-.1000
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป					-
ด้านการให้ความ มั่นใจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	-	.4559*	.4761*	.0495	-.1327
	9,001 – 10,000 บาท		-	.0201	-.4065	-.5886*
	10,001 – 20,000 บาท			-	-.4266	-.6088*
	20,001 – 30,000 บาท				-	-.1821
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป					-
ด้านภาพลักษณ์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท	-	.4533*	.5368*	.0835	-.1308
	9,001 – 10,000 บาท		-	.0835	-.3698	-.5841*
	10,001 – 20,000 บาท			-	-.4533*	-.6676*
	20,001 – 30,000 บาท				-	-.2143
	มากกว่า 30,000 ขึ้นไป					-

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างรายได้กับระดับคุณภาพการบริการ พบว่า

รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 9,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 9,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ในด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ในด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5 จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

H_0 : จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนสมาชิกที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ จำแนกตามจำนวนสมาชิก

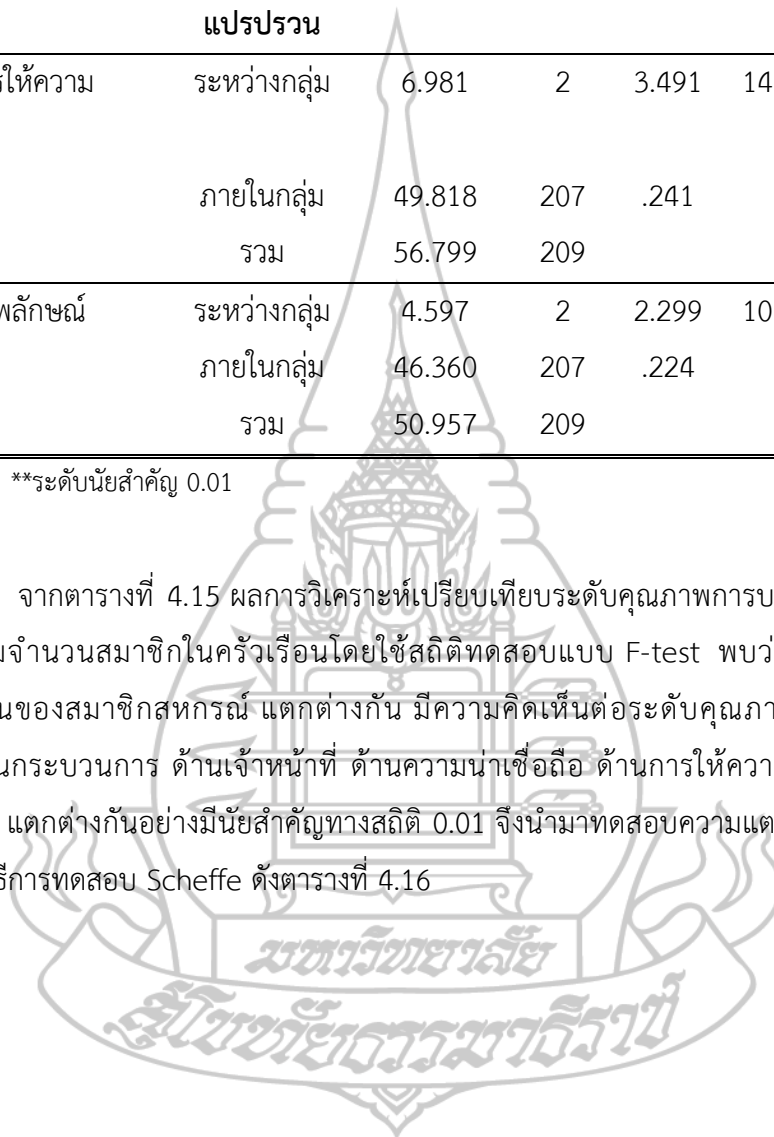
คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.207	2	3.104	11.064	.000**
	ภายในกลุ่ม	58.068	207	.281		
	รวม	64.275	209			
2. ด้านเจ้าหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	5.386	2	2.693	9.548	.000**
	ภายในกลุ่ม	58.378	207	.282		
	รวม	63.764	209			
3. ด้านความน่าเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	5.950	2	2.975	12.946	.000**
	ภายในกลุ่ม	47.574	207	.230		
	รวม	53.525	209			

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านการให้ความ มั่นใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.981	2	3.491	14.503	.000**
	ภายในกลุ่ม	49.818	207	.241		
	รวม	56.799	209			
5. ด้านภาพลักษณ์	ระหว่างกลุ่ม	4.597	2	2.299	10.264	.000**
	ภายในกลุ่ม	46.360	207	.224		
	รวม	50.957	209			

หมายเหตุ **ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์
จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือนโดยใช้สถิติทดสอบแบบ F-test พบว่า จำนวนสมาชิก
ในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของ
สหกรณ์ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้าน
ภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย
รายคู่ โดยวิธีการทดสอบ Scheffe ดังตารางที่ 4.16



ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์

	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	1-2 คน	3-4 คน	5 คนขึ้นไป
ด้านกระบวนการ	1-2 คน	-	-0.2732*	-0.5823*
	3-4 คน		-	-0.3091*
	5 คนขึ้นไป			-
ด้านเจ้าหน้าที่	1-2 คน	-	-0.2656*	-0.5413*
	3-4 คน		-	-0.2757*
	5 คนขึ้นไป			-
ด้านความน่าเชื่อถือ	1-2 คน	-	-0.2741*	-0.5695*
	3-4 คน		-	-0.2954*
	5 คนขึ้นไป			-
ด้านการให้ความมั่นใจ	1-2 คน	-	-0.3080*	-0.6155*
	3-4 คน		-	-0.3075*
	5 คนขึ้นไป			-
ด้านภาพลักษณ์	1-2 คน	-	-0.2199*	-0.5014*
	3-4 คน		-	-0.2815*
	5 คนขึ้นไป			-

หมายเหตุ * ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างจำนวนสมาชิกในครัวเรือนกับระดับคุณภาพการบริการ พบว่า

สมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมาชิกในครัวเรือน 5 คนขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มสมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน และสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ในทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

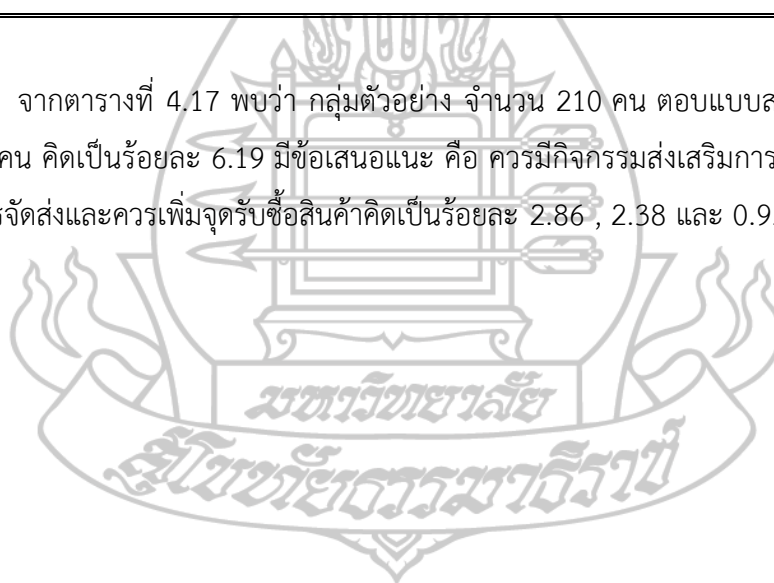
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย	6	2.86
2. ควรมีบริการจัดส่ง	5	2.38
3. ควรเพิ่มจุดรับซื้อสินค้า	2	0.95
รวม	13	6.19

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 คน ตอบแบบสอบถามปลายเปิด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.19 มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย ควรมีบริการจัดส่งและควรเพิ่มจุดรับซื้อสินค้าคิดเป็นร้อยละ 2.86 , 2.38 และ 0.95 ตามลำดับ



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ 2) ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ 3) เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ และ 4) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริการของสหกรณ์ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 210 ราย มีรายละเอียดดังนี้

1. สรุปการศึกษา

ผลการศึกษา คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา รายได้ต่อเดือน 9,001 – 10,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน

1.2 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านภาพลักษณ์

ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายข้อนั้น อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน, ช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบมีแอปพลิเคชันบนมือถือหรือเว็บไซต์และมีที่จอดรถ และบริการส่งของฟรี อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ได้แก่ มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัยและเพียงพอ และมีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอนการรับบริการอย่างชัดเจน

ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายชื่อนั้น อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจให้บริการและทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ, เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่, เจ้าหน้าที่ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว, เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำและ เจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่ท่่านสงสัยหรือมีปัญหาได้

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อนั้น อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ มีความซื่อสัตย์สุจริต, คณะกรรมการมีดำเนินการที่เป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง, มีการรักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ, มีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม และการปฏิบัติงานยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์เป็นสำคัญ

ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อนั้น อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ การแจ้งข้อมูลที่จำเป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้, การให้คำแนะนำต่าง ๆ ถูกต้อง, การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่าง ๆ ก่อนส่งถึงมือสมาชิกถูกต้อง, การบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของสมาชิกอย่างถูกต้อง และสหกรณ์มีระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายชื่อนั้น อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการรับบริการ, ความถูกต้องในการทำเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน, ชื่อเสียงของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ, ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก

1.3 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า

เพศของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันไป โดยค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า สมาชิกที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับทุกกลุ่มอายุ และทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษาของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน โดยค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า สมาชิกที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับทุกกลุ่มระดับการศึกษา และทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ต่อเดือนของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันไป โดยค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 9,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ , รายได้มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 9,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ในด้านเจ้าหน้าที่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ในด้านภาพลักษณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ แตกต่างกันไป โดยค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5 คนขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพการบริการแตกต่างกันกับกลุ่มจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2 อภิปรายผล

จากการศึกษา คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

2.1 ระดับความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกผู้รับบริการให้ความสำคัญของคุณภาพการบริการของสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ เขมศรีธัญญ์ เหมฤทธิพัฒน์โชติ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมปศุสัตว์ จำกัด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกและสมาชิกสมทบสหกรณ์ออมทรัพย์กรมปศุสัตว์ จำกัด จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ในมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านคุณลักษณะผู้ให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านมาตรฐานการให้บริการ สอดคล้องกับการวิจัยของ นันทพรดี นิตยพงศ์ชัย และพิมพ์ชนก สังข์แก้ว (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น และศิริลักษณ์ นามวงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการส่วนท้องถิ่นนครสวรรค์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า/สมาชิก ด้านความเชื่อใจไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า/สมาชิก ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า/สมาชิก และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และยังสอดคล้องกับ ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์ (2565) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ มีผลการประเมินสูงสุด รองลงมาคือด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ และด้านความปลอดภัย

2.2 เปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของสมาชิกแตกต่างกัน มีผลต่อระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ด้านกระบวนการด้านเจ้าหน้าที่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านภาพลักษณ์แตกต่างกันสอดคล้องกับ นันทพรดี นิตยพงศ์ชัย และ พิมพ์ชนก สังข์แก้ว (2563) ศึกษา คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด แตกต่างกัน และสอดคล้องกับดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น และ ศิริลักษณ์ นามวงศ์ (2563) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการส่วนท้องถิ่นนครสวรรค์ จำกัด พบว่า เมื่อเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก พบว่า สมาชิกที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับเขมศรีธัญญ์ เหมฤติพัฒน์โชติ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมปศุสัตว์ จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้รายเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา มีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

3.1.1 จากการศึกษาในระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากถึง 5 ด้าน แต่มีประเด็นที่สหกรณ์ควรพัฒนาคุณภาพการบริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก โดยพิจารณาจากผลการศึกษาในระดับคุณภาพการบริการในแต่ละด้าน มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

ด้านกระบวนการ พบว่า มีประเด็นที่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ เช่น ควรมีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอนการรับบริการอย่างชัดเจน และควรมีจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สมาชิกติดต่อสอบถามได้สะดวก มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัยและเพียงพอ รวมถึงมีที่จอดรถและบริการส่งของที่รถ เพื่ออำนวยความสะดวก บริการ

ที่รวดเร็วให้แก่สมาชิก ควรเพิ่มช่องทางให้สมาชิกเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะผ่านทาง Application หรือ Website โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ในสหกรณ์ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน

ด้านเจ้าหน้าที่ พบว่า มีประเด็นที่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ เช่น เจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่สมาชิกสงสัยได้ สามารถเข้าใจสภาพปัญหาและให้คำแนะนำที่เหมาะสม มีความพร้อมในการให้บริการ บริการด้วยความถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว บริการด้วยความเต็มใจ เสมอภาค คำนึงถึงสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกพึงได้รับอย่างเหมาะสม

ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า มีประเด็นที่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ เช่น ระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย เจ้าหน้าที่บันทึกข้อมูลของสมาชิกได้อย่างถูกต้อง มีการตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่าง ๆ ก่อนส่งถึงมือสมาชิก รวมทั้งการให้คำแนะนำต่าง ๆ และแจ้งข้อมูลที่จำเป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า มีประเด็นที่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ เช่น การปฏิบัติงานควรยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับ ของสหกรณ์อย่างเคร่งครัด ดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม รักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ รวมถึงคณะกรรมการดำเนินการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง มีความซื่อสัตย์สุจริต

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีประเด็นที่สหกรณ์ควรให้ความสำคัญ เช่น ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน-หลัง การให้บริการแก่สมาชิกผู้มาก่อนได้รับบริการก่อน มีขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน เพื่อความสะดวกในการรับบริการ ตรวจสอบความถูกต้องของใบเสร็จรับเงินก่อนส่งมอบให้สมาชิก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิกมากขึ้น

3.1.2 จากการศึกษาเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด แตกต่างกัน สหกรณ์จึงควรมีการบริหารจัดการด้านคุณภาพการให้บริการ โดยคำนึงถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เพื่อสามารถให้บริการได้ครอบคลุมสมาชิกทุกกลุ่มและตรงตามความต้องการของสมาชิกมากที่สุด

3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ ดังนั้น ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงด้านความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปกำหนดแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.2.2 ควรมีการสัมภาษณ์ผู้บริหารสหกรณ์ คณะกรรมการสหกรณ์ เพื่อทราบปัญหาของสหกรณ์และนำข้อมูลไปใช้ร่วมกับข้อมูลในด้านของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลมีความชัดเจนมากขึ้น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

ศูนย์วิทยบริการวชิรเวศน์

บรรณานุกรม

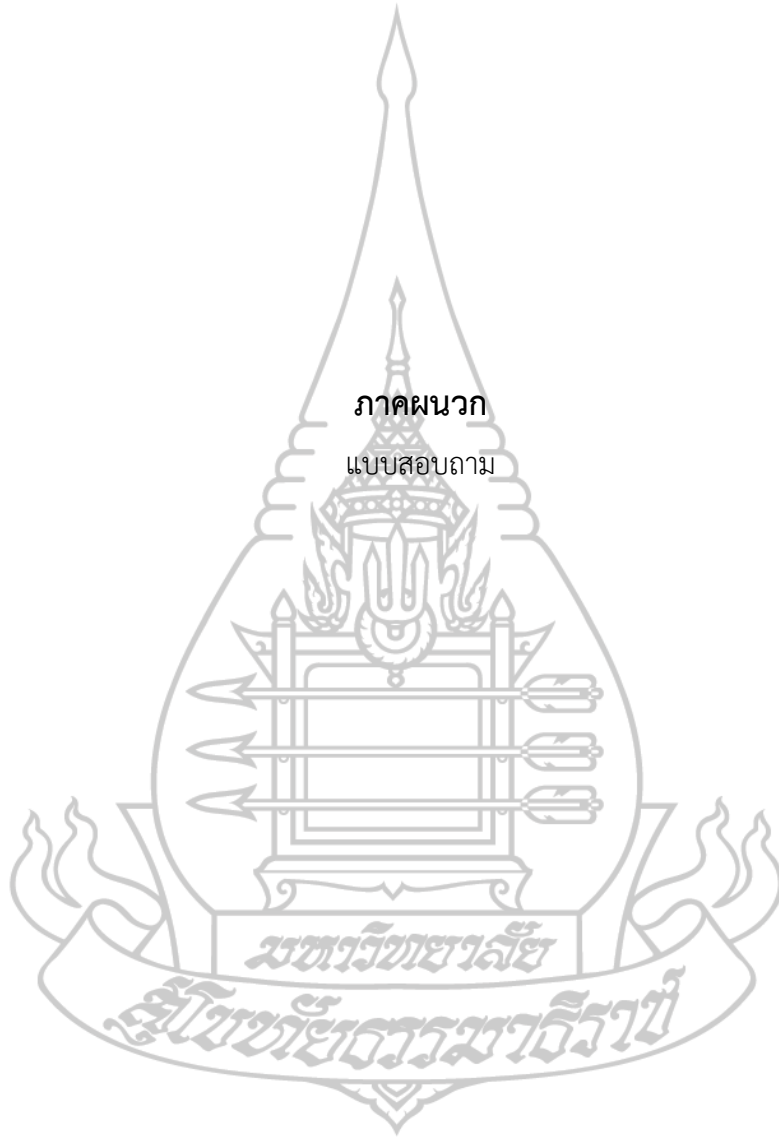
- กัลยา เขียวเปลื้อง. (2563). พฤติกรรมของประชาชนในการรับรู้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 16 (2), 79-93
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2565). อุดมการณ์สหกรณ์/หลักการสหกรณ์/วิธีการสหกรณ์. สำนักนายทะเบียนและกฎหมาย. <https://rlo.office.cpd.go.th/cooperative-knowledge/general-knowledge-about-cooperatives.html>.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2565). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์. สำนักนายทะเบียนและกฎหมาย. <https://rlo.office.cpd.go.th/cooperative-knowledge/general-knowledge-about-cooperatives.html>
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). สหกรณ์ภาคการเกษตร. กรมส่งเสริมสหกรณ์. <https://cpd.go.th/content-page/item/1748-coop-type-agri.html>
- เขมศรีบุญญ์ เหมฤดีพัฒนาโชติ. (2562). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ฉัตรชญา วิเศษพันธุ์, วาสนา สุวรรณวิจิตร, อนุวัต สงสม. (2560). ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์การเกษตรเกาะงู-กะทิง จำกัด ของเกษตรกรในอำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา. [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยทักษิณวิทยาเขตสงขลา, สงขลา.
- ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ชัยพร วิชชาวุธ. (2555). แนวคิดและการพัฒนาการใหม่ในการปลูกฝังจริยธรรมในจริยธรรมศึกษา. (ม.ป.ท.)
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). ความหมายการบริการและคุณภาพการให้บริการ. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930082/chapter2.pdf.
- ชุติพันธ์ แสนหวัง. (2564). การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร. [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.

- ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์. (2565). การพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 3 (2), 42-50.
- ณัฐวุฒิ สง่างาม. (2554). *การสร้างแบรนด์ด้วยการตลาดสีเขียวของกระดาษไอเดียกรีน*. [วิทยานิพนธ์ นศ.ม. นิเทศศาสตร์ธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- ณิรันดร์ บุญตั้ง และวัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (บทความย่อ:2562). *ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรบางซ้าย จำกัด*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ดารณี แสงแก้ว, ส่งเสริม หอมกลิ่น และ ศิริลักษณ์ นามวงศ์. (2563). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการสวนทองถิ่นนครสวรรค์ จำกัด. *วารสารเกษตรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*, 2 (1), 38-50.
- ธิดารัตน์ ถมมาลี. (2556). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรควนโดน จำกัด อำเภอควนโดน จังหวัดสตูล* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- นันทพรรัตน์ นิตยพงศ์ชัย และพิมพ์ชนก สังข์แก้ว. (2563). *คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จำกัด* [วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- นิตินพ ภูตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น
- เนตรชนก เรียงวัน และเสาวนีย์ สิทธิโชติ. (2564). *ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกร้านขายปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในเขตอำเภอบ้านฝาง จังหวัดอุดรธานี*. เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 และนานาชาติ ครั้งที่ 3 “นวัตกรรมและตัวแบบการพัฒนาวิถีใหม่ (New Normal)” วันที่ 15 – 16 กุมภาพันธ์ 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, น.1-6. <https://ms.udru.ac.th/FNresearch/detail/73>.
- พรจิตรา จันทร์แฝก. (2559). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางเลน จำกัด จังหวัดนครปฐม* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- พรพิมล นุชเจริญ. (2564). *ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของคลินิกทันตกรรมสตาร์เด็นท์*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

- ภูริกา ศรีตาแก้ว. (2564). มิติองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการสกลนคร จำกัด. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 1 (2), 45-56.
- รภััสสรณ์ โพธิ์สิริธนาชัย (บทคัดย่อ:2562) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- วรรษริญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. [วิทยานิพนธ์ปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- วิมลรัตน์ นวลดี. (2559). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- สหกรณ์การเกษตรตะพานหิน จำกัด, (2566). รายงานประจำปี 2566.
- สุเทพ ช่วยอุระชน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรนิคมลำน้ำน่าน จำกัด จังหวัดอุตรดิตถ์ [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิจิตร. (2567). ระบบโปรไฟล์สหกรณ์. <https://phichit.web.cpd.go.th/>
- อดิگانต์ วงษณรัตน์ (บทคัดย่อ:2562) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรกระบุรี จำกัด จังหวัดระนอง. [การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- Kotler, P. & Keller, K. I. (2010). *Marketing management* (12th ed.). New Delhi: Dorling Kindersley Pvt.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระพานหิน จำกัด

กรุณาตอบแบบสอบถามแต่ละส่วนตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ คำตอบของท่านจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์ในทางสถิติจะนำเสนอในภาพรวม คำตอบของท่านจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายต่อตัวผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ไว้ ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระพานหิน จำกัด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง () หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ

() 1) ชาย () 2) หญิง

2. อายุ

() 1) ต่ำกว่า 30 ปี () 2) 30 – 40 ปี
() 3) 41 – 50 ปี () 4) 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1) ประถมศึกษา () 2) มัธยมศึกษา
() 3) อนุปริญญา/ปวส. () 4) ปริญญาตรี
() 5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

() 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 9,000 บาท () 2) 9,001 – 10,000 บาท
() 3) 10,001 – 20,000 บาท () 4) 20,001 – 30,000 บาท
() 5) มากกว่า 30,000 ขึ้นไป

5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

() 1) 1-2 คน () 2) 3-4 คน
() 3) 5 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการของสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ด้านกระบวนการ					
1.1 มีอุปกรณ์/เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัยและเพียงพอ					
1.2 มีป้ายบอกประเภทของการให้บริการและขั้นตอนการรับบริการอย่างชัดเจน					
1.3 ช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ มีแอปพลิเคชันบนมือถือหรือเว็บไซต์					
1.4 การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน					
1.5 มีที่จอดรถและบริการส่งของที่รถ					
2. ด้านเจ้าหน้าที่					
2.1 เจ้าหน้าที่ให้การบริการด้วยความรวดเร็ว					
2.2 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่					
2.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ					
2.4 เจ้าหน้าที่มีความเต็มใจให้บริการและทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ					
2.5 เจ้าหน้าที่สามารถตอบข้อซักถามที่ท่านสงสัยหรือมีปัญหาได้					
3. ด้านความน่าเชื่อถือ					
3.1 คณะกรรมการมีดำเนินการที่เป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง					
3.2 มีความซื่อสัตย์สุจริต					
3.3 มีการรักษาข้อมูลของสมาชิกเป็นความลับ					
3.4 การปฏิบัติงานยึดถือกฎระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์เป็นสำคัญ					
3.5 มีการดำเนินการอย่างมีจริยธรรม					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
4. ด้านการให้ความมั่นใจ					
4.1 การให้คำแนะนำต่างๆถูกต้อง					
4.2 การแจ้งข้อมูลที่เป็นที่ผู้รับบริการต้องรับรู้					
4.3 การตรวจสอบความถูกต้องทางด้านเอกสารต่าง ๆ ก่อนส่งถึงมือสมาชิกถูกต้อง					
4.4 การบันทึกข้อมูลต่างๆของสมาชิกอย่างถูกต้อง					
4.5 สหกรณ์มีระบบบริการข้อมูลที่มีความทันสมัยและปลอดภัย					
5. ด้านภาพลักษณ์					
5.1 ชื่อเสียงของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือ					
5.2 ขั้นตอนในการให้บริการของสหกรณ์ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
5.3 ความถูกต้องในการทำเอกสาร เช่น ใบเสร็จรับเงิน					
5.4 ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน – หลัง การให้บริการแก่สมาชิก					
5.5 ความสะดวกในการรับบริการ					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ เพื่อเพิ่มคุณภาพด้านการบริการของสหกรณ์

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางสาวกมลรัตน์ ชัยมงคล
วัน เดือน ปี เกิด	23 มิถุนายน 2529
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร
ที่อยู่ปัจจุบัน	บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี พ.ศ. 2551
ประวัติการศึกษา	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิจิตร
ประวัติการทำงาน	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

