

คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด
THE QUALITY OF SERVICE FOR MEMBERS OF SISAKET TEACHER
SAVING COOPERATIVE LIMITED

สุวรรณี สีหาพงษ์

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Suwannee Seehapong

E-mail: suwannnaka@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด (2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด จำแนกตามปัจจัยประชากร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัดจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ โดยใช้สถิติ t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปร จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ต่างกัน และสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีสถานภาพ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ต่างกัน ทำให้คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัดไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านกระบวนการ มีผลต่อ คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ,สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to study the quality of service for members of Sisaket Teacher Saving Cooperative Ltd. (2) to study the quality of service for members of Sisaket Teacher Saving Cooperative Limited, classified by population factors. (3) to study the factors of marketing ingredients affecting service quality for members of the Teacher Sisaket Savings Cooperative Ltd.

The sample group used in this research was 400 Member of the Teacher Sisaket Savings Cooperative Limited. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA, (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by Least Square Difference methods (LSD) and Multiple Regression Analysis.

The results of hypothesis testing showed that members of the Teacher Sisaket Savings Cooperative Limited The quality of service of members of Sisaket Teacher Saving Cooperative Limited was different, and members of Sisaket Teacher Savings Cooperative Limited, who had different membership duration status. Member service of Sisaket Teacher Saving Cooperative No different As for the marketing ingredient factors Product price aspect Human resource promotion service location Aspects of creating and presenting physical characteristics Process aspects affected the quality of service for members of Sisaket Teacher Saving Cooperative Limited.

Keywords: Quality of service; Members of sisaket teacher saving cooperative limited

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสถาบันการเงินได้มีความสำคัญในชีวิตด้านการเงินและในด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากและมีมากขึ้นในทุก ๆ วัน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องประสบกับปัญหาความยากจนอยู่ในภาวะที่ขาดแคลนในด้านการเงิน ซึ่งทำให้ไม่มีความมั่นคงในด้านเศรษฐกิจและเกิดการเป็นหนี้สินอย่างมากจึงทำให้ประเทศไทยมีสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นเป็นมาก เพื่อมารองรับปัญหาต่าง ๆ ของประชาชนคนไทยไม่ว่าจะเป็นธนาคารต่าง ๆ หรือธนาคารเฉพาะกิจที่ สหกรณ์ออมทรัพย์ถือว่าเป็นอีกสถาบันการเงินแห่งหนึ่งซึ่งมีความมั่นคงสูงและเป็นที่ยอมรับในสังคมว่าสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่สามารถส่งเสริมให้สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแต่เนื่องจากสภาวะแวดล้อมหลาย ๆ อย่าง ในด้านการเงินได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสืบเนื่องมาจากกระแสของโลกาภิวัตน์ทางการเงินของโลกและการดำเนินนโยบายทางการเงินแบบเสรีในประเทศไทย จึงทำให้ธุรกิจในด้านสถาบันการเงินต่าง ๆ

ได้พยายามที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีความหลากหลาย ทันท่วงที และรวดเร็วโดยมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ เข้ามาเพื่อพัฒนาการให้บริการและการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อที่จะสามารถพัฒนาองค์การให้ประสบความสำเร็จ และอย่างยั่งยืนโดยมีการปรับปรุงในด้านคุณภาพการให้บริการต่าง ๆ

การดำเนินงานของสหกรณ์ครูศรีสะเกษ จำกัด นั้น ถือได้ว่าเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัดที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการให้บริการซึ่งในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจการให้บริการนั้น มีความจำเป็นอย่างมาก ที่จะต้องสร้างความประทับใจ ความน่าเชื่อถือ ให้แก่สมาชิกโดยการสร้างคุณภาพการให้บริการรวมทั้งการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจที่เป็นเลิศให้กับสมาชิกเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีและก่อให้เกิดการมีสัมพันธภาพที่ดีให้กับสมาชิก การสร้างความมั่นใจในด้านคุณภาพการให้บริการแก่สมาชิก

เป้าหมายหลักที่สำคัญของคุณภาพการให้บริการคือการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ได้มาจาก การประเมินความพึงพอใจของผู้มารับบริการในด้านต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้ เพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการที่มีความแตกต่างไปจากจากคุณภาพในการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพราะการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยากที่จะควบคุมได้ เนื่องจากการให้บริการมีการควบคุมหรือการบริหารจัดการที่น้อย แต่คุณภาพการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการโดยขึ้นอยู่กับความสนใจและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้มารับบริการนั้น ในเรื่องการให้บริการและผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการที่ผู้รับบริการจะทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้ประเมินและผู้เสนอแนะให้ความเห็นในการปรับปรุงการ ในเรื่องของคุณภาพการให้บริการนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้มารับบริการมากที่สุด คุณภาพการให้บริการจะเกิดจากความคาดหวัง และคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อการบริการนั้น ๆ

ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด เพื่อจะนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้มาเป็นข้อมูลในการสร้างและพัฒนากิจการของสหกรณ์ให้มีการบริการที่ดี มีการดูแลและมีการตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ โดยการมุ่งไปสู่การเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยยึดหลักธรรมาภิบาลมีมาตรฐานสากล มีความเอื้ออาทรต่อมวลสมาชิกและสังคม เพื่อมุ่งสู่สหกรณ์ออมทรัพย์ชั้นนำของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ตามปัจจัยประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

สมมติฐานของการวิจัย

1. สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีปัจจัยประชากรต่างกัน น่าจะทำให้คุณภาพในการให้บริการต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด น่าจะมีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ซึ่งมีประชากรทั้งหมด 18,636 คน

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคิดจากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาโดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% โดยค่าความเชื่อมั่นจะอยู่ที่ระดับ 95% ได้จำนวน 392 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (สุ่มแบบสะดวก) โดยการสุ่มเลือกผู้ที่เป็นสมาชิก โดยสามารถเลือกใครก็ได้ที่พบในระหว่างรวบรวมข้อมูล เพื่อสอบถามข้อมูลที่ต้องการ

3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆรวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ดังนี้

(1) ปัจจัยประชากรได้แก่เพศอายุสถานภาพระดับการศึกษารายได้ต่อเดือนและระยะเวลาการเป็นสมาชิก

(2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพด้านกระบวนการ

ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือในมาตรฐาน คุณภาพการบริการ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านการติดต่อสื่อสาร

5. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้ทราบถึงความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ครู ศรีสะเกษ จำกัด
2. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด เพื่อให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจในการมารับบริการมากที่สุด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การส่งหรือมอบการบริการที่เหมาะสมทั้งในด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านรูปแบบลักษณะทางจิตวิทยาโดยการใช้แรงงานมนุษย์เพื่อที่จะสามารถตอบสนองกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความคาดหวังและเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุดจากการใช้บริการและมีความประทับใจในด้านบวกอยากกลับมาใช้บริการอีกโดยมีการบอกต่อไปยังผู้ใช้บริการอื่นในทางที่ดีซึ่งจะส่งผลด้านบวกต่อภาพลักษณ์การบริการที่ดีเท่าไรก็จะแสดงถึงคุณภาพการบริการที่ดีนั้นด้วย (ปิยวรรณ กลั่นกลิ่น ,2544 อ้างถึงใน เกริกเกียรติ แก้วมณี, 2551, หน้า 7 อ้างถึงใน อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ ,2559)

1.ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดีและมีการได้รับรางวัลหรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการและสร้างความน่าเชื่อถือโดยบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความน่าเชื่อถือและเกิดความมั่นใจในบริการ (นิติพลภูตะโชติ ,2551 อ้างถึงใน เบญชภา แจ้งเวชฉาย,2559)

2.ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้ที่มารับบริการผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวลมีกิริยามารยาทที่ดีใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้มารับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด (จิรวรรณ บุญพิทักษ์ ,2553 : 19 อ้างถึงใน ชัชพล นันถิณี,จตุพร ฝูงใหญ่,วรางคณา ธวัชควัฒน์,จรีพรพรณ์ สวัสดิ์พูน,ชดชนก พริ้งเพราะ,2562)

3. ได้ให้ความหมายคุณภาพในการให้บริการด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการที่ให้บริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของการบริการความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้ (Parasuraman et al.,1988 อ้างถึงใน จิรวรรณ บุญพิทักษ์, 2553, หน้า 19 อ้างถึงใน อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ ,2559)

4. ด้านความปลอดภัย หมายถึง ผู้มาใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยที่มาใช้บริการไม่มีความเสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่มีข้อผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ (นิติพลภูตะโชติ ,2551 อ้างถึงใน เบญชภา แจ้งเวชฉาย ,2559)

5. ด้านการติดต่อสื่อสาร หมายถึงการที่ผู้ให้บริการได้ให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้มารับบริการ การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้มารับบริการเข้าใจง่ายทฤษฎีคุณภาพการบริการของ (Parasuraman et al., 1983 อ้างถึงใน จิรวรรณ บุญพิทักษ์, 2553, หน้า18 อ้างถึงใน อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ ,2559)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler ,1997, p. 92 อ้างถึงใน ชุตินณนธ์ เข้าเจริญ , 2559 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้โดยกิจการจะผสมผสานเครื่องมือต่างๆ เหล่านี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่นำเสนอสู่ตลาดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อให้สามารถจับจองเป็นเจ้าของหรือเพื่อให้ใช้บริโภคที่จะสามารถตอบสนองความต้องการได้ที่จะได้ผลิตภัณฑ์ โดยมีได้หมายความว่าถึงเฉพาะที่เป็นรูปธรรมสามารถจับต้องได้เท่านั้น แต่มีความหมายโดยนัยอย่างกว้าง โดยกล่าวคือผลิตภัณฑ์และยังรวมถึงบริการบุคคลสถานที่ องค์กรความคิดหรือการผสมผสานทั้งหมดของที่กล่าวมา โดยการบริการเป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในรูปของกิจกรรมผลประโยชน์ที่สามารถนำเสนอให้แก่ลูกค้าได้เป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนทางการตลาด ซึ่งไม่สามารถที่จะครอบครองในลักษณะทางกายภาพได้ เช่น การบริการทางธนาคาร ร้านอาหารท่องเที่ยว เป็นต้น (Armstrong & Kotler ,2009, อ้างถึงใน นันทศรีสุขโตและคณะ, 2555, หน้า 122 อ้างถึงใน พรรณราย จิตเจนการ,2558)

2. ด้านราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่แปรให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงินที่ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของการบริการกับราคาของการบริการนั้น ดังนั้น การกำหนดราคาที่ทำให้บริการจึงควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการที่ชัดเจน (Philip Kotler ,2003 อ้างถึงใน กิ่งกานต์ จอมชัยแสงนภา, สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ ,2559)

3. ด้านสถานที่การให้บริการ (Place) หมายถึง การเสนอการบริการให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้าได้จะรับความสะดวกในการเข้าถึงบริการและสามารถรับรู้ได้ในคุณประโยชน์และคุณค่าของการบริการที่นำเสนอ (Philip Kotler,2003 อ้างถึงใน กิ่งกานต์ จอมชัยแสงนภา,สุทธาวรรณ จีระพันธุ์,2559)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotions) หมายถึง ความสำคัญในด้านการติดต่อสื่อสารแก่ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือสิ่งชักจูงที่ทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และสามารถเป็นกุญแจสำคัญของตลาดสายสัมพันธ์ (Philip Kotler,2003 อ้างถึงใน กิ่งกานต์ จอมชัยแสงนภา ,สุทธาวรรณ จีระพันธุ์,2559)

5. ได้ให้ความหมายคุณภาพในการให้บริการด้านบุคลากร หมายถึง การบริการที่จะต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งคนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้กิจการจะต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญเริ่มตั้งแต่การสรรหา การฝึกอบรมและการกระตุ้นพนักงานโดยเฉพาะพนักงานส่วนที่จะต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง (ฉัตยาพร เสมอใจ ,2547 อ้างถึงใน พรรณราย จิตเจนการ, 2558)

6. ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพหมายถึง การสร้างและนำการนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพให้กับลูกค้าในด้านที่เป็นรูปแบบการให้บริการไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยน ฉับไวหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับซึ่งอาจรวมไปถึงสภาพแวดล้อมด้วย เช่น การตกแต่งภาพบรรยากาศ สีสันทัน รูปแบบ ร้านที่บริการ (Philip Kotler ,2003 อ้างถึงใน ทิพชญาณ์ อัครพงษ์โสภณ ,2556)

7. ได้ให้ความหมายคุณภาพในการให้บริการด้านกระบวนการ หมายถึง การที่จะสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการอาศัยกระบวนการที่ได้วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สำคัญสำหรับการบริการ ก็คือ เวลาและประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนั้น กระบวนการบริการที่ดีจึงควรที่จะมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบรวมถึงจะต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่จะให้

พนักงานไม่เกิดความสับสนกับการทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวไปในทางกันและงานที่ได้ก็จะต้องดีมี (ประสิทธิภาพ ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547 อ้างถึงใน พรรณราย จิตเจนการ, 2558)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิงกานต์ จอมชัยแสงนภา , สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจใน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงขี้ สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ เวลาที่ติดต่อกับธนาคาร มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ มีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงขี้ สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

เกษรา ณ กลาง, ภูษิต วงศ์หล่อสายชล (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองหญ้าปล้อง อำเภอหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองหญ้าปล้องแตกต่างกัน ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาหนองหญ้าปล้องแตกต่างกัน ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองหญ้าปล้องแตกต่างกัน และในส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาหนองหญ้าปล้องโดยด้านที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านบุคลากร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เรียกว่าแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสถิติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษา ไปดำเนินการจัดทำแบบสอบถามเป็นแบบออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด โดยสุ่มแบบสะดวก หลังจากการรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์คำนวณผลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาใส่รหัสและแปลงค่าเป็นตัวเลขเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งการวิเคราะห์ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด และการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด จำแนกตาม

ปัจจัยประชากรโดยใช้วิธีการประมวลผลหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่มได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือนและระยะเวลาการเป็นสมาชิก

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการสมาชิกของ สหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด จำแนกตามเพศโดยใช้สถิติ t-test

2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด จำแนกตาม อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือนและระยะเวลาการเป็นสมาชิกโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปรจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยประชากร ผลการวิเคราะห์จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงานสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 -40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ต่ำกว่า 5 ปี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และค่า S.D. เท่ากับ 0.62 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

คุณภาพการให้บริการสมาชิก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัดพบว่า สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และค่า S.D. เท่ากับ 0.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านมาตรฐานการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อทำให้คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด โดยสรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีคุณภาพการให้บริการสมาชิก ด้านมาตรฐานการให้บริการมากที่สุด สามารถ อภิปรายสรุปผลได้ดังนี้

1.1 ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ว่า การให้บริการของสหกรณ์มีการบริการที่ดี สามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ และการบริการมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจในการมารับบริการจากสหกรณ์ได้ โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด พบว่า ความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมาก สมาชิกเห็นด้วยกับคุณภาพการให้บริการ มีการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ของสมาชิกอย่างถูกต้องและมีการตรวจสอบความถูกต้อง ก่อนส่งถึงมือสมาชิก จึงทำให้สหกรณ์เกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจแก่สมาชิกทุกคน

1.2 ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ว่า สหกรณ์มีเจ้าหน้าที่ให้บริการมีทักษะในการบริการ มีการบริการด้วยความนุ่มนวล และมีอัธยาศัยดี มีความรู้ความสามารถ และตอบคำถามได้อย่างถูกต้องและชัดเจนในการให้บริการต่าง ๆ ของสหกรณ์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ (2559) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด พบว่า ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีน้ำใจ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เจ้าหน้าที่พูดอย่างสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสและเจ้าหน้าที่สามารถอธิบายขั้นตอนการให้บริการได้อย่างถูกต้อง เจ้าหน้าที่สามารถดึงข้อมูลของสมาชิกมาใช้ได้ทันทีและรวดเร็ว

1.3 ด้านมาตรฐานการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ว่า สหกรณ์มีสถานที่ได้มาตรฐาน ไม่แออัด สะอาด มีจุดรับบริการที่เพียงพอต่อการให้บริการ อุปกรณ์ เครื่องมือ และเอกสารที่ใช้ในการสื่อสารมีความเพียงพอแก่การให้บริการสมาชิก มีจุดบริการหรือเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการตอบคำถามของสมาชิกอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ (2559) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก สมาชิกเห็นด้วยกับคุณภาพการให้บริการเกี่ยวกับ เครื่องมือและอุปกรณ์การให้บริการมีเพียงพอ การให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว มีความเสมอภาคยุติธรรมในการให้บริการและมีการกำหนดกฎระเบียบในการบริการไว้อย่างชัดเจน

1.4 ด้านความปลอดภัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ว่า สหกรณ์มีวิธีการให้บริการทำธุรกรรมต่าง ๆ ทางการเงินที่ปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยง และไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง มีการบริการที่แม่นยำ ไม่ผิดพลาด มีการเก็บรักษาข้อมูลสมาชิกไว้เป็นความลับสอดคล้อง

กับผลการวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชูวงศ์ (2559) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ นาวิกโยธิน จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก สมาชิกเห็นด้วยกับคุณภาพการให้บริการมากกว่าข้ออื่น ๆ สามอันดับแรก คือ สถานที่ให้บริการ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและสหกรณ์มีการเก็บรักษาข้อมูลสมาชิกไว้เป็นความลับ

1.5 ด้านการติดต่อสื่อสาร มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นไปได้ว่าการให้ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกได้ครบถ้วนตามความต้องการ สมาชิกสามารถติดต่อได้ง่าย ทั้งกับเจ้าหน้าที่เอง และทางเว็บไซต์ โลกออนไลน์ เจ้าหน้าที่ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่สมาชิกสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย สมาชิกได้รับความสะดวก สบาย ไม่ยุ่งยาก และง่ายต่อการเข้าใช้บริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัชพล นันถิณี, จุติพร ผงใหญ่, วรางคณา ฐวังค์วัฒน์, จุรีพรรณ สวัสดิ์พูน, ชตชนก พริ้งเพระ (2562) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์อนามัยสุรินทร์ จำกัด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สมาชิกสามารถติดต่อกับทางสหกรณ์โดยผ่านผู้ประสานงาน ในการติดต่อขอรับบริการ มีการแจ้งทำการล่วงหน้า สหกรณ์มีระยะเวลาเปิด - ปิดที่เหมาะสม ให้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว สมาชิกสามารถติดต่องานบริการทางโทรศัพท์ โทรสาร

2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด จำแนกตามปัจจัยประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการให้บริการ สามารถอภิปรายสรุปผลได้ดังนี้

2.1 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีเพศต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการโดยรวมต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีผลต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมที่ต่างกัน ทั้งในด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ ด้านความปลอดภัย และด้านการติดต่อสื่อสาร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งทิพย์ มณฑิธร, ณัฏชา กริมใจ, ชนิดาภาติ สุขอนันต์ (2560) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด พบว่า สมาชิกที่มีเพศต่างกัน ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีอายุต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการโดยรวมต่างกัน โดยผลการวิจัยพบว่า ที่มีอายุต่างกัน ทำให้คุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการสมาชิก ด้านมาตรฐานการให้บริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิ่งกานต์ จอมชัยแสงนา, สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2559) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจใน คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบักชี สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัยด้านประชากร อายุ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาบักชี สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

2.3 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีสถานภาพไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกทุกด้านก็ไม่ต่างกัน สอดคล้องกับผลวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชูวงษ์ (2559) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด พบว่า สถานภาพสมาชิกสหกรณ์ฯ มีสถานภาพต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ การให้บริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

2.4 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีการศึกษาต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการสมาชิก ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้านคุณลักษณะของผู้ให้บริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ ด้านความปลอดภัย ด้านการติดต่อสื่อสาร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลวิจัยของ นิรันตร์ อ่อนนุ่ม,กิตติมา จึงสุวดี,ประนอม คำผา (2557) วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ ปีที่ 9 เล่มที่ 2 เดือน พฤศจิกายน 2557 หน้า 1-15 วิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเมืองอุบล จำกัด พบว่า พบว่า การศึกษาต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

2.5 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการสมาชิก ด้านความเชื่อถือในมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้านมาตรฐานการให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลวิจัย รุ่งทิพย์ มณฑิเยร, ณิชชา กริมใจ, ชนิดาภาตี สุขอนันต์ (2560) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า คุณภาพการให้บริการสมาชิกโดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการสมาชิกทุกด้านก็ไม่ต่างกัน สอดคล้องกับผลวิจัยของ อัจฉราภรณ์ ชูวงษ์ (2559) วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด พบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกสมาชิกสหกรณ์ฯมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด สามารถอภิปรายสรุปผลรายด้านได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สหกรณ์มีการบริการด้านเงินฝากที่หลากหลายให้แก่สมาชิก มีการบริการเงินกู้ที่หลากหลาย การบริการที่รวดเร็วมีความถูกต้อง และการบริการต่าง ๆ ของสหกรณ์สร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกได้เป็นอย่างดี สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่สมาชิกได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินถนน์ เข้าเจริญ (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้

บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยธนาคารมีผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการ

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ในด้านราคา เกี่ยวกับเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ไม่ส่งผลต่อการมาใช้บริการของสมาชิก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ มณเฑียร , ณัชชา กริมใจ, ชนิดาภาดี สุขอนันต์ (2560) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด ความพึงพอใจของสมาชิกด้านราคาไม่ส่งผลต่อการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด ซึ่งสมาชิกได้เน้นไปที่การบริการในด้านของพนักงาน ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ และในเรื่องสวัสดิการต่าง ๆ มากกว่าในเรื่องของราคาค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยเงินกู้

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการ ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สมาชิกมีความคาดหวังในเรื่องของความพร้อมในการที่จะให้บริการได้ตลอดเวลาเมื่อถึงเวลาที่เปิดทำการ โดยมีสถานที่พร้อมให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการของสมาชิก และมีการบริการที่สะดวก รวดเร็วในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 สถานที่ตั้งของธนาคารควรตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ สะดวกต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น มีที่จอดรถเพียงพอ

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สหกรณ์มีช่องทางสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกทราบถึงสวัสดิการต่าง ๆ ที่จะได้รับ และการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความทั่วถึง มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสิทธิและประโยชน์ต่าง ๆ ที่สมาชิกจะได้รับ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตติมณฑน์ เช้าเจริญ (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญซึ่งผู้บริการจะพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยจะพิจารณาจากการที่ธนาคารมีของรางวัล ของสมนาคุณ การมีสิทธิพิเศษต่างๆ ที่น่าสนใจจากพันธมิตรของธนาคาร การเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่ถูกต้องครบถ้วนและทันสมัย อย่างสม่ำเสมอ

3.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของ สหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์มีความรู้ ความสามารถ สามารถตอบคำถามได้ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์มีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และตอบคำถามได้ทันท่วงที สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้กับสมาชิกได้เป็นอย่างดี โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ มณฑิธร, ณัชชา กริมใจ, ชนิดาภาติ สุขอนันต์ (2560) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด ด้านบุคลากร พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพอ่อนโยน เป็นกันเองและใช้ถ้อยคำที่สุภาพ เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นเต็มใจในการให้บริการ และมีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย

3.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สหกรณ์มีเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ให้แก่สมาชิกได้รับข่าวสารที่รวดเร็วกว่าที่อื่น เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส ทำให้สมาชิกเกิดความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่เข้ารับบริการ มีการตกแต่งสถานที่ สะดวกสบาย มีป้ายบอกทางไปแต่ละจุดที่ชัดเจน เจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อย และมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชุตติมณฑน์ เช้าเจริญ (2559) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านบุคลากร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีการตกแต่งภายในและภายนอกธนาคารที่มีความทันสมัยมีระเบียบเรียบร้อย สวยงาม สถานที่ให้บริการสะอาดเรียบร้อย เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัยและในการจัดเก็บเอกสาร/อุปกรณ์หรือเครื่องใช้สำนักงาน

3.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูศรีสะเกษ จำกัด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า สหกรณ์มีกระบวนการในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน ง่ายต่อการเข้ามาใช้บริการ ขั้นตอนการให้บริการรวดเร็ว คล่องตัว ไม่ทำให้สมาชิกเกิดความสับสนในการเข้ารับบริการ มีการให้บริการที่เท่าเทียมกัน และเป็นมาตรฐานเดียวกันไม่แบ่งชนชั้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ธนาคารมีการบริหารจัดการจัดคิวที่มีคุณภาพ ให้บริการอย่างเป็นขั้นตอน เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีการลดขั้นตอนของการปฏิบัติงาน การนำระบบคิวมาใช้ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ส่วนพนักงานต้อนรับให้บริการอย่างเป็นขั้นตอนและรวดเร็วและธนาคารควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สหกรณ์ควรมีการบริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย รูปแบบในการรับฝากเงิน มีการบริการเกี่ยวกับด้านเงินกู้ที่หลากหลายและทั่วถึง มีการบริการที่รวดเร็ว กระชับ มีความถูกต้อง ทำให้การบริการต่าง ๆ สร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกได้เป็นอย่างดี สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่สมาชิกได้มากที่สุด

2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา สหกรณ์ควรมีการพัฒนาทางด้านทางด้านดอกเบี้ยเงินฝากที่หลากหลาย และมีดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าที่อื่น พัฒนาในเรื่องของค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในเรื่องเกี่ยวกับการหักเงินที่กู้ มีดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงขึ้นสำหรับดอกเบี้ยเงินฝากประจำเพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกที่ต้องการฝากเงิน

3. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่ให้บริการ สหกรณ์ควรมีการพัฒนาในเรื่องสถานที่ ให้มีความเพียงพอแก่สมาชิกที่มาใช้บริการ และมีป้ายบอกทางตลอดทาง เพื่อให้สมาชิกไปถูกต้องที่จะใช้บริการ และมีเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อความรวดเร็วในการใช้บริการของสมาชิก

4. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด สหกรณ์ควรมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้สมาชิกได้ทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะเกี่ยวเรื่องเงินกู้และเงินฝากต่าง ๆ มีช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย ทันกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน

5. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านบุคลากร สหกรณ์ควรมีพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการแก่สมาชิก ให้มีการบริการที่เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ ตอบคำถามเกี่ยวกับสหกรณ์ได้อย่างแม่นยำ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ เฉพาะหน้าได้อย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกที่มาใช้บริการได้

6. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ สหกรณ์ควรมีพัฒนาในเรื่องของเครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการต่าง ๆ ให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ และเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อให้สมาชิกได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ได้รวดเร็วและทั่วถึง

7. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ สหกรณ์ควรมีการพัฒนาสหกรณ์เกี่ยวกับกระบวนการในการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจนและง่ายต่อสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการ ขั้นตอนกระบวนการต่าง ๆ ที่ให้บริการมีความรวดเร็ว คล่องตัว ไม่ทำให้สมาชิกเกิดความสับสนในการเข้ารับบริการ มีการให้บริการที่เท่าเทียมกัน และเป็นมาตรฐานเดียวกันไม่แบ่งชนชั้น

8. จากผลการศึกษาคุนภาพการให้บริการสมาชิก สหกรณ์มีคุณภาพการให้บริการสมาชิกในภาพรวมอยู่ในระดับมากอยู่แล้ว โดยมีคุณภาพการให้บริการ. ด้านมาตรฐานการให้บริการมากที่สุด ดังนั้น สหกรณ์จึงควรคงความเป็นมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการแบบนี้ต่อไปย่อมจะส่งผลให้สหกรณ์สามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ และลดปัญหาในเรื่องของการบริการที่ส่งผลให้สมาชิกไม่พึงพอใจในการบริการ

เอกสารอ้างอิง

กึ่งกานต์ จอมชัยแสงนภา,สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2561) พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาบึงกิ้ง สุขสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรปราการ บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

- เกณรา ณ ถลาง, ภูษิต วงศ์หล่อสายชล (2559) คุณภาพการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาหนอง
 ญาติป่าปล้อง อำเภอหนองญาติป่าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ,
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ถนนวิภาวดี รังสิต เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400
- ซัชพล นันต์อดี, จุติพร ผ่องใหญ่, วรางคณา ฐวังควัฒน์, จุริพรรณ สวัสดิ์พูน, ชดชนก พริ้งเพราะ (2562) คุณภาพ
 การให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์อนามัย สุรินทร์ จำกัด กรรมการศึกษาและ
 ประชาสัมพันธ์ สหกรณ์ออมทรัพย์อนามัย สุรินทร์ จำกัด ชุดที่ 50
- ชุติมณฑน์ เข้าเจริญ (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด
 (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ทิพชญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด
 (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นิรันทร อ่อนนุ่ม, กิตติมา จึงสุวดี, ประนอม คำผา (2557) คุณภาพการให้บริการของ สหกรณ์การเกษตรเมือง
 อุบล จำกัด วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ ปีที่ 9 เล่มที่ 2 เดือนพฤศจิกายน 2557 หน้า 1-15
- เบญญาภา ช่างสุวรรณ กงการเงินกองบัญชาการสถาบันวิชาการป้องกัน ประเทศ ที่ 7 ฉบับที่ 3 กันยายน –
 ธันวาคม 2559 ความคิดเห็นของสมาชิกต่อคุณภาพ การให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์วิทยาลัย
 ป้องกันราชอาณาจักรและโรงเรียน เสนาธิการทหาร จำกัด
- ประพันธ์ แก้วกระต่าย (2556) ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้
 บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารวิทยาลัย
 บัณฑิตศึกษาด้านการจัดการมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- พรรณราย จิตเจนการ (2558) ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ
 แรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และ
 การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- รุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณชชา กริมใจ, ชนิดาภา ดีสุขอนันต์ (2560) ความพึงพอใจของสมาชิก ที่มีต่อการ
 ให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด นักศึกษา
 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ธนบุรี D.B.A., ดร., อาจารย์ประจำ, หัวหน้า
 หลักสูตร M.B.A. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี D.B.A., ดร., อาจารย์ประจำคณะ
 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- อัจฉราภรณ์ ชวงษ์ (2559) คุณภาพการให้บริการสมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์นาวิกโยธิน จำกัด กลุ่มวิชาการ
 จัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ลิขสิทธิ์เป็นของ
 มหาวิทยาลัยบูรพา