



อิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีของสมาชิก
สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี
The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction
toward Loyalty Si Prachan Agricultural Cooperative Limited,
Suphanburi Province

ธนัชชนม์ แจ่มขำ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: jiravadeejan19@gmail.com

ปัญญาพร พลายเพชร

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
E-mail: panahaporn-st@rmutsb.ac.th

Thanatchon Jangkhum

Lecturer, Finance and Economics, Faculty of Business Administration and
Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
Panchaporn Plaipect

Student, Bachelor of Business Administration (Management),
Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

รับเข้า: 11 กรกฎาคม 2565 แก้ไข: 27 กรกฎาคม 2565 ตอรับ: 9 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ที่มีการทดสอบเบื้องต้นและมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน



ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิก คือ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อสมาชิก และปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิก คือ สมาชิกพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ สม่ำเสมอ ยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก และมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ผลการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อยู่สม่ำเสมอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ ความภักดี

Abstract

This study aimed to study 1) the level of service quality and customer satisfaction. 2) service quality and customer satisfaction toward loyalty of Si Prachan Agricultural Cooperative Limited, Suphanburi Province. The sample was Si Prachan Agricultural Cooperative User. The instrument used was a questionnaire consisting of 400 people collected by accidental sampling. The average of the Item-Objective Congruence Index (IOC) was 0.78, and the reliability index was 0.89. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and Stepwise Multiple Regression.

The findings were disclosed as follows: 1) Service quality and customer satisfaction of the members were at the highest level, and 2) Service quality factors that affect member loyalty were responsiveness factors to service providers. In terms of providing confidence to members, the member satisfaction factor that affected member loyalty was that members were satisfied when the cooperative had adequate and consistent service staff, based on public benefits as the main focus, and improved service quality. Performance To increase work efficiency regularly, with statistical significance at .05.

Keywords: service quality, satisfaction, loyalty

บทนำ

สหกรณ์การเกษตรจัดตั้งขึ้นสำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพทางการเกษตร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิกและช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น เป็นองค์การธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาททางเศรษฐกิจเกือบทุกด้าน ตั้งแต่การผลิต การจำหน่าย และการบริโภค หากกระบวนการทาง



สหกรณ์มีประสิทธิภาพ จะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสหกรณ์มีบทบาทในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยตัดพ่อค้าคนกลาง และนายทุนออกไป การประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาสำคัญ เช่น การขาดแคลนเงินทุน ในการประกอบอาชีพ ขาดแคลนที่ดินทำกิน ปัญหาการขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน การคมนาคมขนส่ง รวมถึงปัญหาการตลาด ถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต เป็นต้น จากปัญหาเศรษฐกิจข้างต้น ทำให้มีคุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกรต่ำกว่าที่ควรจะเป็น (Cooperative Promotion Department, 2020)

การพัฒนาคุณภาพการบริการเป็นส่วนที่สำคัญที่จะช่วยให้องค์กรเติบโตก้าวหน้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดี หากคุณภาพในการให้บริการไม่เป็นที่พึงพอใจ การบริการไม่สอดคล้องกับความต้องการจะทำให้สะท้อนไปยังคุณภาพการบริหารจัดการสหกรณ์ การพัฒนางานในองค์กร ผู้รับบริการจะทำหน้าที่ที่เป็นทั้งผู้ประเมินและผู้เสนอแนะความเห็นในการปรับปรุงบริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการนี้เป็นเรื่องที่มีผลกระทบในการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า (Anderson and Zeithaml, 1984) โดย Szwarc (2005) ตั้งข้อสังเกตว่าคุณภาพการบริการนั้นช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีผลต่อความภักดีของลูกค้าและนำไปสู่ผลกำไรขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้ามีรากฐานมาหลายปี และมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงระหว่างการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในภาคการเงินการธนาคาร ความภักดีของลูกค้าเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาวิจัยในการบริการ (Gremler, 1995) ประเด็นสำคัญสำหรับความสำเร็จอย่างต่อเนื่องขององค์กรคือศักยภาพในการรักษาลูกค้าปัจจุบันและทำให้ลูกค้าภักดีต่อแบรนด์ (Dekimpe, et al. 1997) Han and Ryu (2009) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้และราคาที่รับรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่กำหนดระดับความพึงพอใจของลูกค้า และมีบทบาทในการเพิ่มความภักดีของลูกค้า โดยเน้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า

สหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์ที่ผู้ประกอบการด้านการเกษตรร่วมกันจัดตั้งขึ้นด้วยความสมัครใจ เพื่อแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ เช่น การขาดแคลนเงินทุน เครื่องมือการเกษตร ตลอดจนการขายผลผลิตให้ได้ราคาดี โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (วิมลรัตน์ นวลดี, 2559) เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการช่วยแก้ปัญหาความยากจนได้อย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม กลับพบว่าการเติบโตของสหกรณ์ไทยมีแนวโน้มลดลง พิจารณาจากข้อมูลจำนวนสหกรณ์ในปี พ.ศ. 2563 สำหรับสหกรณ์ในภาคการเกษตรและสหกรณ์นอกภาคการเกษตรมีการเติบโตจำนวน 3,002 สหกรณ์ ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ลดลงจำนวน 59 แห่ง หรือลดลงร้อยละ 1.93 (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2563) และสหกรณ์ยังคงต้องพึ่งพาการสนับสนุนจากรัฐ และการดำเนินงานของหลายสหกรณ์ขาดอุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology) ประเด็นที่มีความน่าสนใจในการจัดการใน ปัจจุบัน คือ การดำเนินงานของสหกรณ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานต้องอาศัยการให้บริการควบคู่กับการดำเนินธุรกิจไปด้วย ปัจจัยที่สำคัญ

และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้ก็คือในเรื่องของคุณภาพการให้บริการคือการสร้างความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า รวมถึงองค์กรจำเป็นต้องมีการสร้างความพึงพอใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ถือเป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์การเกษตร ดำเนินธุรกิจในรูปแบบองค์กรประชสังคม คือ ดำเนินธุรกิจแบบครบวงจรมีการให้สินเชื่อ รับฝากเงิน จัดหาสินค้ามาจำหน่าย รวบรวมผลผลิตจากสมาชิกเพื่อจำหน่ายสู่ตลาดกลางข้าวเปลือกของสหกรณ์ รวมถึงธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกออมและกู้เงินได้เมื่อมีความจำเป็นแก้ไขปัญหาของตนเองรวมถึงการจัดรูปแบบเพื่อช่วยเหลือสมาชิกจากการดำเนินการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด ที่ผ่านมายังพบกับปัญหาทางการบริการเพราะสมาชิก ประกอบสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อบริการเนื่องจากการบริการเกิดความไม่สะดวกเพราะมีมาตรการป้องกันเกิดขึ้นจึงทำให้สมาชิกต้องรอใช้บริการเป็นเวลานาน อาจสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่สมาชิก

ดังนั้นการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลกระทบต่อความภักดี มีความสำคัญต่อสหกรณ์การเกษตรสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด หลายประการ โดยเฉพาะในด้านความสามารถในการทำกำไรให้เพิ่มขึ้นที่จะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงและฐานะทางการเงินของสหกรณ์การเกษตร เป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรในการจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรให้สามารถช่วยเหลือ สนับสนุนสมาชิก และเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐในบทบาทการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยให้การสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพทางการเกษตรกร ซึ่งเป็นอาชีพหลักของประเทศ และช่วยยกระดับรายได้รวมถึงคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

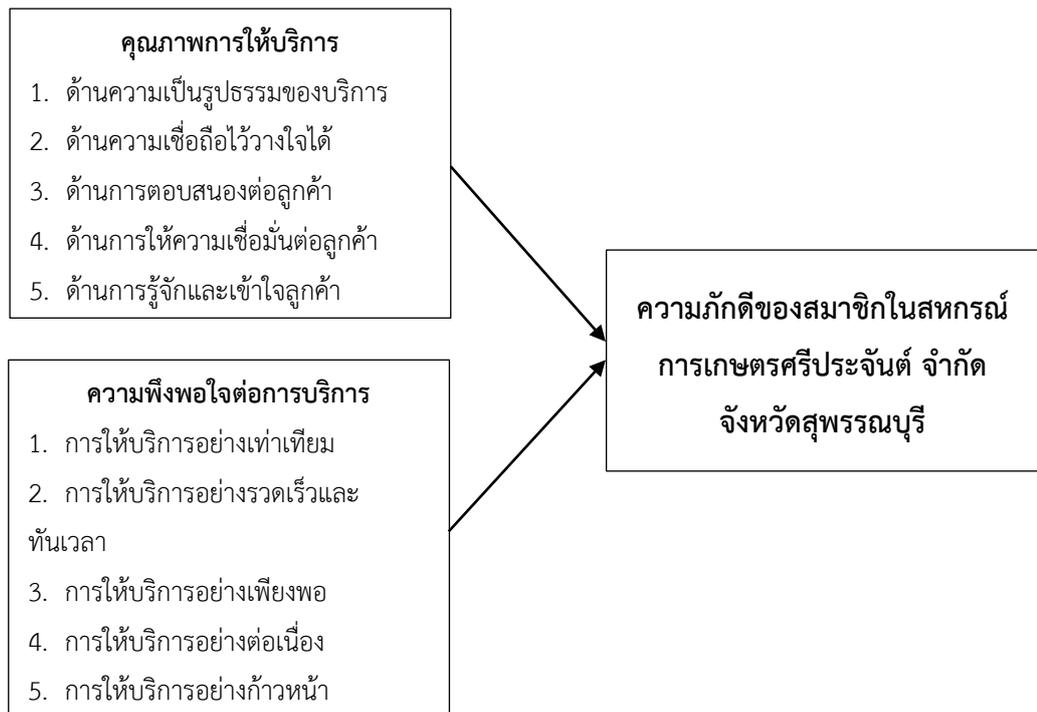
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2564 จำนวน 2,664 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรคำนวณของ Yamane ที่ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ (U-on, 2011) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 348 คน เพื่อความครบถ้วนในการเก็บข้อมูล และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนผิดพลาด จึงกำหนดตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น และสร้างแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้



ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ระดับรายได้ และ 5) อาชีพ ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เลือกเพียง 1 คำตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ คำถามอยู่ในระดับมาตราการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 24 ข้อ ได้แก่ 1) คำถามด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการจำนวน 5 ข้อ 2) คำถามด้านความเชื่อถือไว้วางใจจำนวน 6 ข้อ 3) คำถามด้านการตอบสนองต่อผู้บริการจำนวน 5 ข้อ 4) คำถามด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการจำนวน 4 ข้อ และ 5) คำถามด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการจำนวน 4 ข้อ ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการบริการ คำถามอยู่ในระดับมาตราการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 5 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดี คือ การกลับมาใช้บริการสหกรณ์ซ้ำ คำถามอยู่ในระดับมาตราการวัดอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 4 ข้อ ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.78 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยรวมทั้งความชัดเจนของภาษา ถ้อยคำและทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (The Index of Item-Objective Congruence: IOC) ได้ค่า IOC เฉลี่ยรายข้อระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ราย ในเบื้องต้นก่อนการทดสอบจริงไปทำการตรวจหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.89 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสูง (Vanichbuncha, 2016) สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

ระดับความคิดเห็น	\bar{x}	SD	การแปลผล
คุณภาพการบริการ			
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.78	0.18	มากที่สุด
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.80	0.17	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.76	0.20	มากที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.81	0.19	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.84	0.22	มากที่สุด
ภาพรวม	4.84	0.22	มากที่สุด
ความพึงพอใจต่อการบริการ			
6. การให้บริการอย่างเท่าเทียม	4.87	0.33	มากที่สุด
7. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา	4.82	0.39	มากที่สุด
8. การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.80	0.40	มากที่สุด
9. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.96	0.21	มากที่สุด
10. การให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.67	0.47	มากที่สุด
ภาพรวม	4.82	0.19	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.84$, $SD=0.22$) รองลงมา คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ($\bar{x}=4.81$, $SD=0.19$) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{x}=4.80$, $SD=0.17$) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{x}=4.78$, $SD=0.18$) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x}=4.76$, $SD=0.22$) ตามลำดับ

ในส่วนของความพึงพอใจต่อการบริการของสมาชิก พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.82$, $SD=0.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสหกรณ์มีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลักไม่ใช่ยึดตามความพอใจของสหกรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด



($\bar{x}=4.96$, $SD=0.21$) รองลงมา คือ มีความพึงพอใจในการให้บริการอย่างเท่าเทียม คือ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.87$, $SD=0.33$) ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) นั่นคือ ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) และไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) คือ การที่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปจะเกิดปัญหาทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูง โดยพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า ค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.354 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคือ ค่า $VIF \leq 10$ และค่า Tolerance มีค่าเท่ากับ 0.863-0.997 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 (Vanichbuncha, 2016) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ

จากการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี และทดสอบสมมติฐานโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.090 ($R^2=0.090$) และมีประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้วเท่ากับ 0.086 (Adjusted $R^2=0.086$) โดยสามารถแสดงได้เป็นสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

$$Y=2.727 + 0.231 (X_3)+ 0.203 (X_4)$$

จากสมการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ (X_3) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.231) หมายความว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้บริการส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X_4) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.203) หมายความว่า ปัจจัยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานโดยพบว่าการตอบสนองต่อผู้บริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปรากฏผลดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

Model	Unstandardized		Std.	t	Sig	Collinearity	
	Coefficients		Coef.			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.727	.333		8.199*	.000		
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X ₃)	.231	.049	.225	4.701*	.000	.863	1.354
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X ₄)	.203	.052	.188	3.913*	.000	.997	1.003
	R ²				Adjusted R ²		
	.090				.086		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในการใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) นั่นคือ ตัวแปรอิสระจะต้องมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Linearity) และไม่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) คือ การที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากเกินไปจะเกิดปัญหาทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูง โดยพิจารณาค่า VIF (Variance Inflation Factors) สำหรับตัวแปรอิสระแต่ละตัว พบว่า ค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.207 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานคือ ค่า VIF ≤ 10 และค่า Tolerance มีค่าเท่ากับ 0.829-0.986 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 (Vanichbuncha, 2016) แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ

จากการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลพบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี และทดสอบสมมติฐานโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.145 (R²=0.145) และมีประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้วเท่ากับ 0.139 (Adjusted R²=0.139) โดยสามารถแสดงได้เป็นสมการวิเคราะห์การถดถอย ดังนี้

$$Y=3.038 + 0.074 (Z_3) + 0.196 (Z_4) + 0.093 (Z_4)$$



จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ (Z_3) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.074) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Z_4) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.196) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

จากสมการความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Z_5) มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Beta=0.093) หมายความว่า ปัจจัยความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้าส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สูงขึ้น

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานโดยพบว่า ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปรากฏผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิกที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี

Model	Unstandardized		Std. Coef.	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
	(Constant)	3.038	.243		12.517*	.000	
การให้บริการอย่างเพียงพอ (Z_3)	.074	.026	.145	2.846*	.005	.829	1.192
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Z_4)	.196	.044	.207	4.431*	.000	.986	1.014
การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Z_5)	.093	.022	.216	4.254*	.000	.839	1.207
	R ²					Adjusted R ²	
	.145					.139	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ได้แก่ การตอบสนองต่อผู้บริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้



ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อผู้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ยิ่งพนักงานแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ และพนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ โดยผู้ใช้บริการรับรู้และสัมผัสได้ถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงาน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการสหกรณ์การเกษตรอีก เนื่องจากคุณภาพการบริการช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และนำไปสู่ความภักดี ยิ่งเจ้าหน้าที่มีคุณภาพการบริการมากเท่าใด ก็จะยิ่งสร้างความภักดีของสมาชิกผู้ใช้บริการมากเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อีสริยาภรณ์ อัครเวศน์ และ ระเบียบ พันภัย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองส่งผลทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคที่ใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อมีการใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งแล้วระบบมีการตอบสนองอย่างทันท่วงทีระบบมีความเสถียรหรือเจ้าหน้าที่มีการช่วยเหลือตามความต้องการของตัวผู้บริโภคได้รวดเร็วก็จะทำให้ผู้บริโภคอยากที่จะใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งนั้นต่อไปโดยไม่สนใจสตรีมมิ่งของผู้ให้บริการอื่นส่งผลทำให้เกิดสิ่งแสดงให้เห็นถึงความภักดีในตราสินค้า และสอดคล้องกับ Cossio-Silva et al. (2016) ได้ศึกษาการสร้างมูลค่าร่วมกันและความภักดีของลูกค้า พบว่า ความภักดีของลูกค้าเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนที่สำคัญสำหรับองค์กร และในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันทางธุรกิจ นอกเหนือจากการบริการที่มีคุณภาพเป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สำคัญและจะนำไปสู่การความภักดีแล้วนั้นการวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างต่อเนื่องยังเป็นประเด็นสำคัญของความภักดีของสถาบันการเงินด้วย

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมีความเชื่อมั่นเมื่อพนักงานมีความสุภาพให้การบริการแก่สมาชิกอย่างเสมอภาคเท่าเทียม ปราศจากความเหลื่อมล้ำ และเมื่อพนักงานที่ให้บริการสามารถตัดสินใจได้ ขณะที่เกิดปัญหาขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการได้รับการแก้ปัญหาตรงตามความต้องการ รวดเร็ว ทันเวลา สร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาชิกผู้ใช้บริการ และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำเพราะเชื่อมั่นว่าพนักงานหรือสหกรณ์การเกษตรสามารถช่วยแก้ปัญหาให้ได้โดยไม่ต้องไปใช้บริการจากที่อื่น ซึ่งคุณภาพการบริการโดยการสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยก่อให้เกิดความภักดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ อีสริยาภรณ์ อัครเวศน์ และ ระเบียบ พันภัย (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการรับประกันหรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลทางบวกต่อความภักดีในตราสินค้าวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งจะรับรู้ได้ว่า การใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งนั้นบริษัทวีดีโอสตรีมมิ่งจะมีการรับประกันว่าจะปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในทุกด้าน และหากเกิดปัญหาในการใช้งานจะมีเจ้าหน้าที่ที่เชี่ยวชาญมีความสามารถตรงตามมาตรฐานคอยให้การช่วยเหลือทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจที่จะใช้งานได้อย่างไม่ต้องกังวล ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะใช้บริการและเกิด



ความภักดีในตราสินค้านั้นต่อไป และ Kracklauer and Mills et al. (2004) เชื่อมั่นว่าความภักดีของลูกค้าควรถูกมองว่าเป็นการผสมผสานระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและความเชื่อใจ ความไว้วางใจของลูกค้า โดยความไว้วางใจและความภักดีมีความสัมพันธ์เชิงบวก คือ เมื่อความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อองค์กรเพิ่มขึ้นก็จะสะท้อนให้เห็นในความจงรักภักดีที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

2. อิทธิพลของปัจจัยด้านความพึงพอใจของสมาชิก ได้แก่ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ ความพึงพอใจการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และความพึงพอใจการให้บริการอย่างก้าวหน้า ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตรศรีประจันต์ จำกัด จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอสามารถรองรับจำนวนผู้มาใช้บริการในการติดต่อรับบริการผู้ใช้บริการไม่ต้องรอนาน ลดระยะเวลาการดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจทั้ง 4 ด้าน ทั้งด้านความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ด้านการเข้าถึงแหล่งบริการ ด้านความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ และด้านความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทุกด้าน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อเกิดภาวะเจ็บป่วยทางด้านสุขภาพ ผู้รับบริการต้องการเข้าถึงแหล่งบริการโดยเร็วที่สุดเพื่อให้ได้รับการรักษาอย่างทันทั่วถึง ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งบริการเป็นไปได้ง่าย มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อเป็นการสื่อสารที่ผู้รับบริการสามารถไปยังแผนกที่ให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วชัดเจน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในความรวดเร็วของการเข้าถึงแหล่งบริการได้ง่าย และ Segoro and Limakrisna (2020) ให้คำจำกัดความความพึงพอใจว่าเป็นทัศนคติ การประเมินและอารมณ์การตอบสนองที่แสดงโดยผู้บริโภคหลังกระบวนการซื้อ เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการพอใจกับสินค้าหรือบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเวลา มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ ส่วนมากมีความคิดเห็นในเชิง “พึงพอใจมาก” ในด้านความรวดเร็วในการให้บริการ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีบริการอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดตามความพอใจของสหกรณ์ โดยหากสหกรณ์มีการวางนโยบายเพื่อประโยชน์ของสมาชิกมากกว่าการแสวงหาผลกำไรจากสมาชิกจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ อบต.บ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ



มีความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการด้านต่าง ๆ และระดับต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความถูกต้องและแม่นยำ ในขณะที่ Mithas, Krishnan and Fornell (2006) กล่าวว่า การสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าจะมาจากปรับแต่งข้อเสนอโยบายของบริษัทหรือองค์กรให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ข้อมูลลูกค้าสามารถใช้เป็นแพลตฟอร์ม โดยระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) สำหรับการสื่อสาร สร้างความภักดี การบริการลูกค้า และความพึงพอใจ การปลูกฝังความไว้วางใจ และการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า พบว่า สมาชิกผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับการให้บริการอย่างก้าวหน้าอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจเมื่อสหกรณ์มีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการผลการปฏิบัติงานและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ โดยหากสหกรณ์มีการพัฒนารูปแบบ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคโนโลยีในการให้บริการจะทำให้เกิดการพัฒนาคูณภาพการให้บริการให้ก้าวหน้าขึ้น ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย ความพึงพอใจเพิ่มขึ้น สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสหกรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนะดา วีระพันธ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอบางแพอง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ อบต. บ้านเก่า อำเภอบางแพอง จังหวัดชลบุรี ในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีการจัดเตรียมตู้เพื่อรับความคิดเห็น/ร้องเรียน/ร้องทุกข์ รองลงมา คือ มีการใช้ทรัพยากรของหน่วยงานอย่างคุ้มค่าและระดับต่ำสุด คือ มีการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตลอดเวลา และสอดคล้องกับ Rizwan et al. (2014) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และชื่อเสียง เป็นตัวทำนายที่สำคัญของความภักดีของลูกค้า ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าความไว้วางใจในระดับที่น้อยกว่าคุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้าในฐานะชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ผลลัพธ์ที่ได้อธิบายว่าคุณภาพการบริการเป็นเงื่อนไขพื้นฐานแต่ไม่เพียงพอสำหรับความภักดีของลูกค้าที่จะเกิดขึ้นจริงและมีอยู่จริง ดังนั้น นอกจาก คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจ จำเป็นต้องพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ให้ก้าวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการกำหนดทางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความภักดีของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยด้านปัจจัยคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพราะฉะนั้นสหกรณ์ต้องมีกระบวนการเตรียมความพร้อมให้กับเจ้าหน้าที่ในการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ เพราะจะช่วยตอบสนองความต้องการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะในส่วนของการแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการของพนักงานรวมถึงความสุภาพในการให้บริการแก่สมาชิกอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกันทุกคน เพราะจะนำไปสู่การภักดีของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์การเกษตรได้



2. จากผลการวิจัยด้านปัจจัยความพึงพอใจของสมาชิก พบว่า ความพึงพอใจการให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า ทั้ง 3 ด้านส่งผลต่อการความภักดีของสมาชิกผู้ใช้บริการ ดังนั้นการให้บริการสหกรณ์จะต้องให้ความสำคัญในส่วนพนักงานผู้ให้บริการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการสัมผัสโดยตรงในการติดต่อทำธุรกรรมกับสหกรณ์ การเกษตร และสหกรณ์การเกษตรควรเน้นในเรื่องการให้บริการของพนักงานที่จะต้องจัดสรรให้เพียงพอสำหรับให้บริการสมาชิกที่มาใช้บริการ รวมทั้งมีการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณชนหรือสมาชิกเป็นหลักไม่ใช่เป็นการยึดตามความพอใจของสหกรณ์เอง และสหกรณ์การเกษตรควรมีการปรับปรุงการให้บริการ คุณภาพผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และนำผลการปฏิบัติที่ยังไม่เกิดความพึงพอใจมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการศึกษาความแตกต่างด้านพื้นที่ และปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจของสมาชิก ปัจจัยด้านผลตอบแทน เพื่อทราบถึงนโยบายด้านคุณภาพการบริการ อีกทั้งสามารถเปรียบเทียบมาตรฐานการบริการ และหาข้อแตกต่างเป็นการประเมินกลยุทธ์ที่มีได้นำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. ควรศึกษาการวิจัยเกี่ยวกับการเปรียบเทียบหรือศึกษาทางด้านความสัมพันธ์ เช่น การเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการสหกรณ์ของแต่ละภูมิภาคในประเทศไทยที่ส่งผลต่อความภักดีในการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือศึกษาทางด้านความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความภักดีเพื่อใช้เปรียบเทียบถึงวิธีการสร้างความภักดีในการกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2563). สารสนเทศนำรู้ทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร ปี พ.ศ. 2563. ค้นเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม 2565, จาก <https://data.go.th/dataset/resource/download/-2563.pdf>.
- ชนะดา วีระพันธ์. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านเก่า อำเภอบางแพ จังหวัดลพบุรี. การค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิมลรัตน์ นวลดี. (2559). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอรวย จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



- อิสริยาภรณ์ อัสเวศน์ และ ระบิล พันภัย. (2565). *ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าวิดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 24(1): 1-10.
- Anderson, C.R. & Zeithaml, C.P., (1984). *Stage of the product life cycle, business strategy and business performance*. *Academy of Management Journal*, 27(1): 5-24.
- Cooperative Promotion Department. (2020). **Government Action Plan of the Ministry of Agriculture and Cooperatives 3-year term (2020-2022)**. Retrieved on 21st July 2021, from <https://www.naewna.com/local/>.
- Cossio-Silva, F.J. et al. (2016). *Value co-creation and customer loyalty*. *Journal of Business Research*, 69(5): 1621-1625.
- Dekimpe, M. G. et al. (1997). *Decline and variability in brand loyalty*. *International Journal of Research in Marketing*, 14(5): 405-420.
- Gremler, D. D. (1995). **The effect of satisfaction, switching costs, and interpersonal bonds on service loyalty**, Arizona State University.
- Han, H.S. & Ryu, K. (2009). *The role of the physical environment, price perception, and customer satisfaction in determining customer loyalty in the family restaurant industry*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(4): 487- 510.
- Kracklauer, A. H. & D. Q. Mills, et al. (2004). **Customer management as the origin of collaborative customer relationship management**. Collaborative Customer Relationship Management, 3-6.
- Mithas, S., Krishnan, M.S. & Fornell, C. (2006). *Why Do Customer Relationship Management Applications Affect Customer Satisfaction?*. *Journal of Marketing*, 69: 201-209.
- Rizwan, A. et al. (2014). *Factors Influencing Customer Loyalty of Banking Industry: Empirical Evidence from Pakistan*. *International Journal of Learning & Development*, 4(2): 9-26.
- Segoro, W., & Limakrisna, N. (2020). *Model of Customer Satisfaction and Loyalty*. *Utopía Y Praxis Latinoamericana*, 25(1): 166-175.
- Szwarc, P. (2005). **Researching Customer Satisfaction and Loyalty: How to Find Out what People Really Think**. London: Kogan Page.
- U-on, V. (2011). **Business Research and Discovery**. Bangkok: Sripatum University Press.
- Vanichbuncha, K. (2016). **Statistical Analysis: Statistics for Management and Research**. 16th ed. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.