

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมและความพึงพอใจของสมาชิกต่อสหกรณ์ ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด
ผู้เขียน	นายประสงค์ ปินตารักษ์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.วินัส ฤาชัย ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์วัชรวิทย์ พฤกษ์นิทานนท์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด ที่ทำงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 307 ราย ประกอบด้วยข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราว ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสมาชิกน้อยกว่า 10 ปี ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อหุ้นเพิ่ม ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการสวัสดิการที่มีให้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาปนกิจสงเคราะห์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมประชุมสามัญและวิสามัญ

พฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินฝากและด้านสินเชื่อ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการฝากเงินประเภทออมทรัพย์ ผู้ใช้บริการมีบัญชีเงินฝากกับสถาบันการเงินอื่น ส่วนใหญ่ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่กู้เงินประเภทเงินกู้สามัญ และมีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการเงินกู้สามัญเพื่อสำรองค่าใช้จ่าย ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการกู้เงินกับสถาบันการเงินอื่น และส่วนใหญ่กู้เงินกับธนาคารออมสิน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด โดยวิธีการเรียงลำดับความสำคัญ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีสวัสดิการให้แก่สมาชิก ปัจจัยด้านราคา คือ การที่มีเงินปันผลให้ ปัจจัยด้านสถานที่ คือ สามารถติดต่อง่าย, สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีแผ่นพับข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ให้แก่สมาชิกทุกเดือน และปัจจัยด้านการให้บริการ คือ มีความรวดเร็วในการฝาก - ถอนเงิน

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อยปัจจัยด้านต่างๆ ที่เหมือนกัน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ พึงพอใจต่อการที่มีสวัสดิการให้แก่สมาชิก ด้านราคา คือ พึงพอใจต่อการที่มีเงินปันผลให้ ด้านสถานที่ คือ พึงพอใจต่อการที่สามารถติดต่อง่าย, สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พึงพอใจต่อการที่มีแผ่นพับข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ให้แก่สมาชิกทุกเดือน ด้านการให้บริการ คือ พึงพอใจต่อการที่มีความรวดเร็วในการฝาก - ถอนเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Behavior and Satisfaction of Members Towards on Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited	
Author	Mr. Prasong Pintarak	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai	Chairperson
	Assoc. Prof. Watcharee Prugsiganant	Member

ABSTRACT

The three objectives of this research were to study 1) the behavior of the members of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited, 2) the market factors that drew the members to come for the service of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited and 3) the satisfaction level of the members of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited in terms of service.

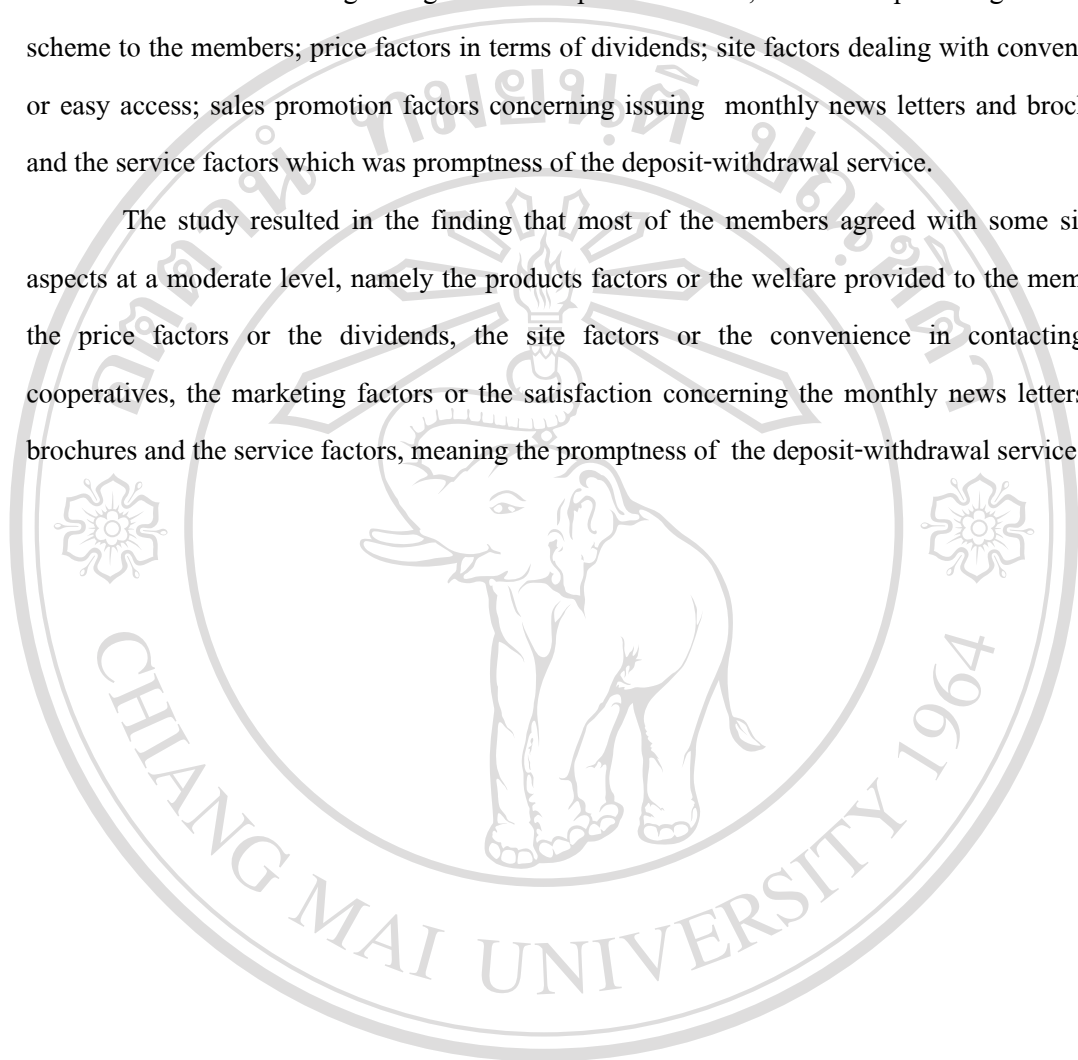
The primary data was collected through a questionnaire given to 307 members of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited who worked in Chiang Mai University which comprised Government Officers, University staff, permanent personnel, and temporary personnel, selected by random sampling and analyzed by using descriptive statistics.

The study on the behavior of the members who came for the service of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited found that most of them had been members for less than 10 years and did not buy additional units of investment. The members did not use the welfare provided, and most of them were members of the cremation service but had never participated in the general and extraordinary meetings.

Their behavior concerning savings and loans showed that most members had a savings account as well as the accounts of other financial institutes, mainly the commercial banks. Most members applied for ordinary loans with the purpose of backing up their expenses. The members had also borrowed money from other financial institutes, mainly from the Government Savings Bank.

The study on the factors affecting the use of service of the Chiang Mai University Savings and Credits Cooperative Limited by ranking from the most significant factors downwards showed that most members gave significance to product factors, in terms of providing the welfare scheme to the members; price factors in terms of dividends; site factors dealing with convenience or easy access; sales promotion factors concerning issuing monthly news letters and brochures and the service factors which was promptness of the deposit-withdrawal service.

The study resulted in the finding that most of the members agreed with some similar aspects at a moderate level, namely the products factors or the welfare provided to the members, the price factors or the dividends, the site factors or the convenience in contacting the cooperatives, the marketing factors or the satisfaction concerning the monthly news letters and brochures and the service factors, meaning the promptness of the deposit-withdrawal service.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved