

พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ
จำกัด จังหวัดสตูล

Behavior and Service Satisfaction of Members of Ibnuauf Islamic Cooperative
Limited., Satun Province

ธีรศักดิ์ สันงะ

Theerasak San-nga

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสงขลา

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Master of Business Administration Program

Chaloem Phrakiat Academic Resources Branch, Songkhla Province,

Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูลในแต่ละด้าน และ 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของสมาชิกในด้านการใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยการสุ่มอย่างง่ายกับผู้ใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่น 0.972 และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ เน้นด้านเงินฝากออมทรัพย์ ภาพรวมปัจจัยส่วนบุคคล ทุกด้านยอมรับสมมติฐาน สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ภาพรวมพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ทุกด้านยอมรับสมมติฐาน และความพึงพอใจของสมาชิก ภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทุกด้านยอมรับสมมติฐาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การใช้บริการ ความพึงพอใจ จังหวัดสตูล พฤติกรรม สมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบนูเอาฟ จำกัด

ABSTRACT

The purpose of this research is; 1) To study the behavior of members in using the service of Ibnuauf Islamic Cooperative Limited., Satun Province. 2) to study the level of satisfaction of members in using the services of Ibnuauf Islamic Cooperative Limited., Satun Province in each aspect; and 3) To study the relationship between personal factors and members' satisfaction in using services of Ibnuauf Islamic Cooperative Limited., Satun Province. This was a simple random quantitative study with 400 members of Islamic Cooperative Ibn Auf. The instrument used for data collection was a estimation scale questionnaire. The reliability was 0.972 and data analysis was performed by percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing. The results showed that the sample was male, aged between 31–40 years old, education level below bachelor's degree, status of Marriage, occupation, employee and monthly income 20,001-30,000 baht. Focus on savings Overview of personal factors All sides accepted the hypothesis. For opinions on service behavior of cooperative members, The overall level is at the level of being very satisfied. All sides accepted the hypothesis, and satisfaction of members Service marketing mix overview All sides accepted the hypothesis, has a multiple regression coefficient equal to 0.000 with statistical significance.

Keywords: Service Use, Satisfaction, Satun Province, Behavior, Ibnuauf Islamic Cooperative Limited.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเป็นหนี้เป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่ภาระหนี้ส่วนใหญ่ควรเป็นหนี้ที่เกิดขึ้นเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตระยะยาวของผู้กู้หรือเพิ่มรายได้ของผู้กู้ เช่น สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สินเชื่อเพื่อการประกอบอาชีพ อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีหนี้สินเพิ่มขึ้นอย่างมากและไม่มีแนวโน้มว่าจะลดลง ส่งผลให้สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ภาระหนี้ส่วนใหญ่เป็นสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค ซึ่งหมายความว่าครัวเรือนต้องใช้รายได้จำนวนมากเพื่อชำระหนี้ที่ไม่ได้ทำให้คุณภาพชีวิตในระยะยาวดีขึ้น หรือรายได้ของผู้กู้ดีขึ้น รวมทั้งลดปริมาณเงินเหลือสำหรับยังชีพและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้กู้ นอกจากนี้ ภาพใหญ่ของปัญหาหนี้ครัวเรือน สะท้อนสถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทย และสัญญาณสำคัญ แสดงว่าปัญหาหนี้เกินตัวเริ่มถดถอยและเพิ่มความเสี่ยงต่อฐานะทางการเงินของภาคครัวเรือน สัญญาณแรกคือหนี้ก้อนกำหนด โดยเริ่มก่อหนี้ตั้งแต่อายุยังน้อย และ 1 ใน 5 ของผู้กู้เมื่ออายุ 29 ปี กลายเป็นหนี้เสีย สัญญาณที่สองคือหนี้มากขึ้น จำนวนหนี้ต่อหัวสูงกว่าในอดีต และผู้กู้เฉลี่ยมีภาระหนี้สินเชื่อทุกประเภทเพิ่มขึ้นจาก 377,109 บาท เป็น 552,499 บาท ในระยะเวลา 10 ปี และราคารีที่ 3 เป็นหนี้มากขึ้น ภาระหนี้ไม่ลดลงแม้ผู้กู้จะเข้าสู่วัยเกษียณ นอกจากนี้ยังพบว่า 4 ใน 5 ของการเติบโตของหนี้ครัวเรือนไทยมาจากผู้กู้รายเดิม (ป๋วย อึ๊งภากรณ์. 2564).

ปัญหานี้เกิดขึ้นตัวเกิดจากทั้ง 1) ภาคครัวเรือนที่มีความต้องการหรือความจำเป็นในการซื้อสินค้าและบริการ ส่วนหนึ่งอาจขาดทักษะความรู้ทางการเงิน ไม่มีการวางแผนทางการเงินเพื่อรองรับความจำเป็นและความไม่แน่นอนในอนาคต ประกอบกับกระแสบริโภคนิยมที่ต้องการใช้จ่ายเพื่อศักดิ์ศรีหรือเพื่อยกระดับฐานะทางสังคม ล้วนกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่ายฟุ่มเฟือยและเป็นหนี้เกินตัว และ 2) ภาคการเงิน ผลผลิตหนี้สินเชื่อที่นำเสนอไม่สอดคล้องกับความต้องการหรือความจำเป็น รวมทั้งมาตรฐานการให้สินเชื่อที่ต่ำลงเนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ภาคครัวเรือนได้รับสินเชื่อเกินตัวจนกลายเป็นปัญหานี้เกินตัว นอกจากนี้การพิจารณาความเสี่ยงด้านเครดิตก็มีความสำคัญโดยไม่คำนึงถึงความเสี่ยงที่ผู้กู้อาจไม่มีเงินเพียงพอในการดำรงชีวิต (Affordability Risk) เท่าที่ควร ทำให้ครัวเรือนอยู่ในภาวะที่เงินคงเหลือหลังหักภาระหนี้ทั้งหมด (Residual Income) ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ โดยเฉพาะครัวเรือนที่มีรายได้น้อยที่มีภาระการผ่อนชำระสูงจากหนี้ประเภทต่างๆ ปัจจุบันสหกรณ์มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่จังหวัดสตูล และได้ขยายกิจการไปยังอำเภอต่างๆ ในพื้นที่ต่างๆ รวม 10 สาขา มีสมาชิก 32,843 คน สินเชื่อ ผ่อนชำระ เปิดรับสมาชิกใหม่ มีสวัสดิการสมาชิกและส่งเสริมสวัสดิการสังคม (รายงานธุรกิจสหกรณ์อิสลาม อิบнуเอาฟ จำกัด ประจำปี 2564)

การพัฒนาบริการใหม่ของสหกรณ์อิสลาม อิบнуเอาฟ จำกัด เป็นหน้าที่สำคัญที่พนักงานทุกคนต้องคำนึงถึง และปฏิบัติอย่างจริงจัง ระบบสหกรณ์ จะประสบผลสำเร็จได้ จะต้องเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการในการใช้บริการทางการเงิน ลูกค้าต่างคน ต่างมีความต้องการที่แตกต่างกัน อาจทำให้บริการของสหกรณ์ไม่พร้อมตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า จะรักษาลูกค้าไว้ เราต้องปรับปรุงคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดหัวข้อที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการบริการของสมาชิกสหกรณ์อิสลาม อิบнуเอาฟ จำกัด เพื่อมุ่งหาคำตอบสำคัญคือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการมากน้อยเพียงใด พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างไร และมีปัจจัยที่สัมพันธ์กันหรือไม่เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการให้เกิดประโยชน์และเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งนำข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแผนการบริหารจัดการของสหกรณ์อิสลาม อิบнуเอาฟ จำกัด ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูลในแต่ละด้าน
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของสมาชิกในด้านการใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ต่างกัน
2. ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูลในแต่ละด้าน ต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมและความพอใจของสมาชิกในการให้บริการด้านต่างๆโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางภาพ
2. ขอบเขตด้านสถานที่ เป็นการศึกษาเฉพาะสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ซึ่งเป็นจังหวัดที่กำลังขยายตัวด้านเศรษฐกิจและมีการทำธุรกรรมทางการเงินเพิ่มมากขึ้นทุกด้านครบถ้วน
3. ขอบเขตประชากรศาสตร์ ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล
4. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2565 ด้วยการสุ่มตัวอย่างสมาชิกที่มาใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล
5. ขอบเขตตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ด้านพฤติกรรมผู้มาใช้บริการ คือ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการ 7 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรและการเปิดรับ เน้นการศึกษาผู้ฟังซึ่งเป็นกลุ่มที่หลากหลายและวิเคราะห์ผู้ฟังเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชากรที่จะศึกษา ผู้ชมแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะกลุ่มประชากร ผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมต่างกัน ความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกัน ส่วนใหญ่ถูกกำหนดให้กับบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมที่แตกต่างกันรวมถึงอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนคิดและปฏิบัติต่างกัน เพื่อความบันเทิง สร้างทัศนคติ ความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรมของผู้บริโภค

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

วัลย์ลิกา จาตุประยูร. (2559). ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นการรับรู้ของบุคคล ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อคุณภาพของบริการต่าง ๆ ทั้งที่สัมพันธ์กันในวงแคบกับลักษณะของ บริการ ต่อคุณภาพบริการ รวมถึง ความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกระบวนการให้บริการ 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

รังสรรค์ เลิศในสัจย์, (2563). ได้หมายความว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคหมายถึงการกระทำ ของบุคคลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่มี อยู่แล้ว. ที่มีส่วนในการกำหนดการกระทำดังกล่าว ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์การใช้บริการ 2) ระยะเวลา การที่ใช้บริการ 3. ความถี่ในการใช้บริการ 4) วันที่ใช้บริการ 5) ช่วงวันที่ใช้บริการ 6) ช่วงเวลาที่ใช้ บริการ 7) เหตุที่เลือกใช้บริการ และ 8) ช่องทางการใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ชูชัย สมิทธิไกร. (2557). พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Defined) ได้ให้ ความหมายที่คล้ายคลึงกันไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้ พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำ ต่างๆ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหา การได้มา การบริโภค และการใช้จ่ายซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึง กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

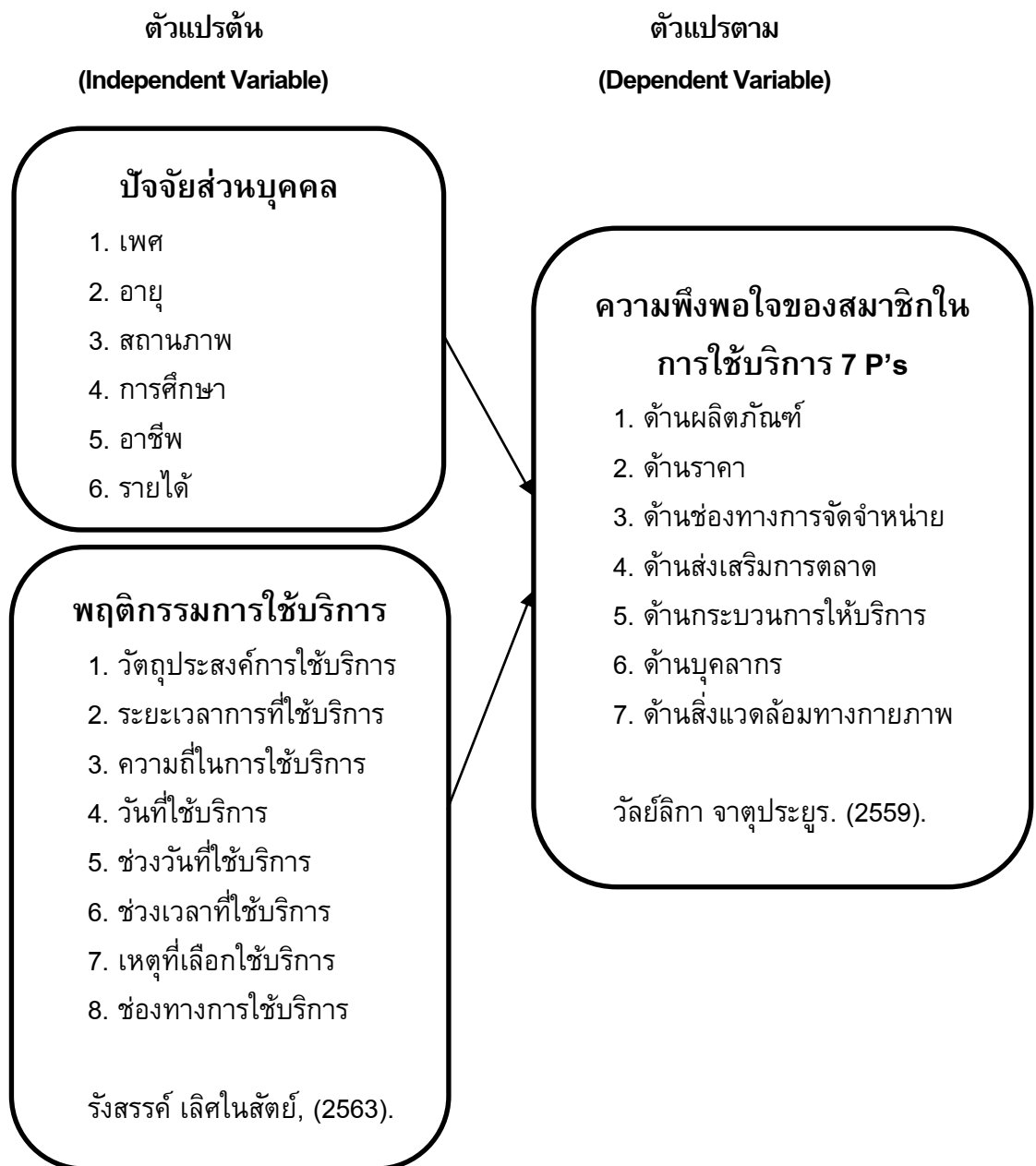
ชูชัย สมิทธิไกร. (2560). อธิบายว่า แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) คือ แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าซึ่งเริ่มต้นจากสิ่งเร้า ที่ทำให้เกิดความต้องการ กระตุ้น ผ่านความคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดเดาได้ ความเชื่อมั่น ของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งอาจนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการ ตัดสินใจซื้อ ก่อนแล้วจึงกระตุ้นการตอบสนอง โมเดลนี้เรียกว่า S-R THEORY

สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด

สหกรณ์อิสลามหมายถึงคณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการของศาสนาอิสลามหลักการดำเนินกิจการของสหกรณ์อิสลามโดยมี วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักในการให้ความช่วยเหลือสมาชิกของสหกรณ์เพื่อบรรเทาผลกระทบที่ เกิดขึ้น เช่น อัคคีภัย ความเสียหายทางทรัพย์สินหรือกรณีเจ็บป่วย เป็นต้น ซึ่งการช่วยเหลือดังกล่าว สอดคล้องกับหลักคำสอนของอิสลามดังที่มีระบุในคัมภีร์อัลกุรอาน ความว่า และผู้เจ้าทั้งหลายจง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในสิ่งดีงามและความยำเกรง (การเงินอิสลาม.สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565 จาก<http://islamicfinance.com>)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้เป็นการกำหนดลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมเป็นตัวแปรหลัก ความพึงพอใจเป็นตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการค้นคว้าและเป็นแนวทางในการหาคำตอบ กรอบแนวคิดนี้ใช้แนวคิดของ รังสรรค์ เลิศในสัตย์, (2563). และวัลย์ลิกา จาตุประยูร. (2559). ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามของผู้มาใช้บริการที่สหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล จึงนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และประมวลผล พร้อมกับทดสอบข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษารายละเอียดข้อมูลทั่วไปของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากรายงานวิจัย วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การศึกษาคคว้าอิสระ รายงานประจำปีของสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกที่มาใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูลโดยไม่จำกัด เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ซึ่งมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 32,843 คน (รายงานกิจการ ธันวาคม 2564 การเงินอิสลาม. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565 จาก <http://islamicfinance.com>) ซึ่งทราบจากจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Taro (Yamane, 1967). ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 399.98 ตัวอย่างและโดยประมาณ 400 ตัวอย่างเพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความเหมาะสมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสมาชิกสหกรณ์อิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการคำนวณโดยใช้วิธีของ Yamane และทำการสุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่วันที่ 20 – 31 พฤศจิกายน 2565 คิดเป็น 10 วันทำการ เพราะฉะนั้นจำนวนตัวอย่างที่ทำการสุ่มเลือกต่อวัน และระยะเวลาในการสุ่มเลือกตัวอย่างต่อชั่วโมง (พุทธศรีสรรค์ สุทธิไชยเมธี, 2563). ตัวอย่าง โดยใช้เวลาในการเก็บตัวอย่างเป็นระยะเวลา 10 วันทำการสหกรณ์โดยทำการเก็บตัวอย่าง 7 ตัวอย่าง/ชั่วโมง นั่นคือทำการสุ่มตัวอย่างทุก ๆ 7 นาทีต่อ 1 ตัวอย่าง

4. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เพื่อการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเครื่องมือจากการรวบรวมงานวิจัย และได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามโดยมีเนื้อหาแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของสมาชิกที่มาใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด ประกอบด้วย 1) ประเภทบริการของสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด สตูล ดำเนินใดที่ท่านใช้บริการอยู่เป็นประจำ 2) ระยะเวลา นับตั้งแต่ท่านเริ่มใช้บริการของสหกรณ์สหกรณ์

อิสลามอิบнуเออาฟ จำกัด สตูล มาจนถึงปัจจุบัน 3) ความถี่ในการใช้บริการของสหกรณ์สหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ สตูล 4) ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ สตูล ในวันใด 5) ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ สตูล ช่วงใดของเดือน 6) ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ สตูล บ่อยที่สุด 7) เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการกับสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ จำกัด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

พุทธศรีสรรค์ สุทธิไชยเมธี, (2563). การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านรายชื่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านได้แก่นายอุ้ม อภิเษม ตำแหน่งผู้จัดการใหญ่สหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ จำกัด อ.ดร. ชุกริ แดสา ตำแหน่งประธานหลักสูตรวิศวกรรมการผลิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศ.ดร. มุฮำหมัด ซากี เจ๊ะหะ ตำแหน่งคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยฟาฏอนีเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้น นำผลการพิจารณามาบันทึกคะแนนเฉลี่ยเป็นรายชื่อ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.972 ซึ่งได้ค่า IOC=1 และนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไข

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่งแบบสอบถามทำการการเก็บ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการสหกรณ์ในเดือนพฤศจิกายน 2565 โดยให้เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าเป็นผู้รวบรวม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุดไปคำนวณโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป แจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด คิดเป็น ร้อยละ 100

7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ใช้ร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เปรียบเทียบพฤติกรรมสมาชิกที่ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแล้วนำมาวิเคราะห์ t-test และ F-test และหาค่าความแปรปรวน (One-way Analysis of Variance: ANOVA) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (นิจ ตันติศิริพันธ์, 2563).

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนมากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบнуเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล จากการศึกษา พบว่า ประเภทบริการของสหกรณ์ ด้านใดที่ท่าน

ใช้บริการอยู่เป็นประจำ เน้นด้านเงินฝากออมทรัพย์ ระยะเวลานับตั้งแต่ท่านเริ่มใช้บริการของสหกรณ์ มาจนถึงปัจจุบัน ระหว่าง 1-3 ปี ความถี่ในการใช้บริการสหกรณ์ ใช้บริการขั้นต่ำ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการสหกรณ์ ในวันอาทิตย์ ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการสหกรณ์ ช่วงใดของเดือน แล้วแต่สะดวกไม่แน่นอน ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้บริการสหกรณ์ บ่อยที่สุด คือช่วงเวลา 10.01-12.00 น. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการกับสหกรณ์ สาเหตุใกล้ที่พักอาศัย และท่านใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของสหกรณ์ หรือไม่ ส่วนใหญ่สมาชิกไม่ใช้แอปพลิเคชัน ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล จากการศึกษา พบว่า ประเภทบริการของสหกรณ์ ด้านใดที่ท่านใช้บริการอยู่เป็นประจำ เน้นด้านเงินฝากออมทรัพย์ ระยะเวลานับตั้งแต่ท่านเริ่มใช้บริการของสหกรณ์ มาจนถึงปัจจุบัน ระหว่าง 1-3 ปี ความถี่ในการใช้บริการสหกรณ์ ใช้บริการขั้นต่ำ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการสหกรณ์ ในวันอาทิตย์ ส่วนใหญ่ท่านมาใช้บริการสหกรณ์ ช่วงใดของเดือน แล้วแต่สะดวกไม่แน่นอน ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้บริการสหกรณ์ บ่อยที่สุด คือช่วงเวลา 10.01-12.00 น. เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการกับสหกรณ์ สาเหตุใกล้ที่พักอาศัย และท่านใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของสหกรณ์ หรือไม่ ส่วนใหญ่สมาชิกไม่ใช้แอปพลิเคชัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ด้านราคา (Price) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก สตูล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ด้านบุคลากร (People) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ด้านกระบวนการ (Process) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) จัดอยู่ในระดับ พึงพอใจมาก และผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัดสตูล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านกับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล ทุกด้านยอมรับสมมติฐาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.000 และสมมติฐานที่ 2. ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล ภาวรวมส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ยอมรับสมมติฐาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การศึกษาระดับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพลูกจ้าง และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ สงระบุญ. (2560), ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชนรัฐวิสาหกิจ วุฒิปริญญาตรี รายได้ 20,001 - 30,000 บาท นับถือศาสนาอิสลาม สำหรับการศึกษสมมติฐานที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์

อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัดสตูล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านกับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ทุกด้านยอมรับสมมติฐาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ มณเฑียร, ณัฏชา กริมใจ, ชนิดา ภาดีสุขอนันต์. (2560). ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด ซึ่งแสดงระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ ด้านสถานที่ พนักงาน และขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ และสมมติฐานที่ 2. ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ยอมรับสมมติฐาน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรภัส สีส่วน. (2560). ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อพนักงานในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ ราคา สินค้าและบริการ สถานที่ กระบวนการให้บริการ การส่งเสริม การตลาด ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ สมาชิกส่วนใหญ่ฝากเงินแบบออมทรัพย์ โดยใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуเอาฟ 1 ครั้งต่อเดือน และสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ใช้แอปพลิเคชัน ทำให้ทราบถึงจำนวนลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการสหกรณ์ อย่างน้อยทุกเดือน ดังนั้นสหกรณ์ ควรเตรียมทรัพยากรให้เพียงพอ เช่น ของสมนาคุณสำหรับสมาชิกสหกรณ์ เช่น ปากกาโลโก้สหกรณ์ สมุดบันทึกโลโก้สหกรณ์ เป็นต้น
2. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาการบริการในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณภาพมากขึ้นเพื่อสร้างความไว้วางใจในสหกรณ์ รวมถึงช่องทางการใช้บริการที่สะดวกซึ่งจะทำให้สมาชิกสหกรณ์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์
3. ด้านราคา ควรพิจารณาค่าธรรมเนียมและค่าบริการของสหกรณ์ มีความสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ นอกจากลูกหนี้เอกชนรายอื่นๆ แล้ว อัตราดอกเบี้ยของสหกรณ์ จะอยู่ในเกณฑ์ต่ำ กว่าธนาคารพาณิชย์ ประมาณร้อยละ 0.05 ของอัตราดอกเบี้ยประกาศ และเนื่องจากภาระในการดำเนินธุรกิจภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาลทำให้ค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บเป็นขั้นต่ำ ส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานในการให้บริการ การทำธุรกรรมทางการเงิน สาธารณะ

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แนวโน้มการใช้บริการของลูกค้ามีมากขึ้น ที่ตั้งสหกรณ์ อยู่ในจุดที่ไม่เด่นมาก ดังนั้นควรทำให้สมาชิกสหกรณ์ สามารถค้นหาสถานที่ตั้งของสหกรณ์ ได้ง่ายขึ้น เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อสมาชิกสหกรณ์ เพื่อขอรับบริการ เช่น ดิจิทัลประชาสัมพันธ์หลายจุดเพื่อแสดงที่ตั้งของสหกรณ์ เช่น สถานที่บริการประชาชน ตลาด ที่ว่าการอำเภอ ที่ทำการท้องถิ่น เป็นต้น และการพัฒนาระบบออนไลน์ การพัฒนา Application และพัฒนาเครื่อง ATM อำนวยความสะดวกแก่สมาชิก

5. ด้านการส่งเสริมการตลาดสหกรณ์ ควรเลือกใช้เครื่องมือส่งเสริมการขายที่หลากหลายขึ้น และความเหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของแต่ละบริการด้วย ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการใช้บริการมากขึ้น โดยให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ภายในศูนย์บริการ เช่น มีคอมพิวเตอร์ให้ลูกค้าทดลองใช้บริการต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของสหกรณ์ เป็นต้น

6. ด้านบุคลากร ควรมีการฝึกอบรม บุคลากร เพื่อความพร้อมของบริการควรพร้อมตั้งแต่เปิดให้บริการสำหรับสมาชิก เช่น การแข่งขันบุคลากรดีเด่น การฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตามกระแสเทคโนโลยีที่เติบโต และสหกรณ์ ควรประเมินผลงานของบุคลากรอยู่เสมอ โดยการประเมินจากสมาชิก และบุคลากรเอง ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงานพัฒนาศักยภาพของตนเองด้วย และที่สำคัญอีกอย่างคือการสื่อสารภายในสหกรณ์ ควรมีแผนการสื่อสารและการประสานงานที่ดี และควรมีการวัดผลการสื่อสารตลอดเวลา เพื่อประเมินและปรับปรุงวิธีการสื่อสาร ให้บุคลากรเข้าใจและทำงานไปในทิศทางเดียวกัน และสร้างมาตรฐานให้เกิดขึ้นภายในสหกรณ์

7. ด้านกระบวนการ ลดขั้นตอนในการให้บริการและลดเอกสารประกอบการทำธุรกรรม และบริการหลังการขายที่รวดเร็ว ยังพบว่า สมาชิกสหกรณ์ ยังไม่พึงพอใจในด้านนี้ สหกรณ์ ควรตั้งเป้าเวลาบริการหลังการขายสำหรับสมาชิกสหกรณ์ แต่ละราย และเก็บข้อมูลเพื่อตรวจสอบและช่วยให้สหกรณ์ สามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดขั้นตอนการทำงาน รวมถึงการกำหนดช่องทางการให้บริการที่ชัดเจน ก็จะช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการได้เป็นอย่างดี

8. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรจัดบริเวณด้านหน้าให้สวยงามและมีร้านค้าแพหรือร้านอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกและลูกค้าทั่วไป และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอกับสมาชิกที่มาใช้บริการ ควรมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับสมาชิกและพนักงาน มีการตรวจสอบความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในศูนย์บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการตรวจการแต่งกายของพนักงาน และให้มีการตกแต่งสหกรณ์ ตามเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก รวมทั้งต้องปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องมือที่ให้บริการให้ทันสมัย ข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลาและการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น แก้วน้ำ โต๊ะ เพื่อกรอกเอกสารภายในศูนย์บริการให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิกสหกรณ์ ที่มาใช้บริการในแต่ละวันเพื่อรักษาเอกลักษณ์และความโดดเด่นของสหกรณ์

ข้อเสนอแนะการศึกษาต่อไปในอนาคต

1. ควรศึกษาข้อมูลจากสมาชิกที่ใช้บริการแต่ละประเภทอย่างเป็นสัดส่วน และอาจรวมถึงการสัมภาษณ์สมาชิกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงและหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้มีข้อมูลและข้อกำหนดในการให้บริการแต่ละประเภทที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริการสมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่างที่กำหนดคุณภาพของการบริการ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน ความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยี ฯลฯ
3. ควรศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากขึ้นในภาพรวมของการบริการของสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด
4. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาภาพรวมการให้บริการของสมาชิก จึงควรมีการศึกษาเชิงลึกมากขึ้น เช่น การขยายช่องทางผลิตภัณฑ์และบริการ

เอกสารอ้างอิง

- การเงินอิสลาม. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565 จาก <http://islamicfinance.com>
- ชูชัย สมितिไกร. (2560). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปวย อึ้งภากรณ์. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แม็คเอ็ดดูเคชั่น
- พรลภัส สีส่วน. (2560). *บทความวิชาการค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565 จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-8_1565079250.pdf
- พฤกษ์สวรรค์ สุทธิไชยเมธี, (2563). *สถิติขั้นสูงเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ซี เอ็ดดูเคชั่น.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2563). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับตลาดภาคพิเศษ*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- รายงานธุรกิจสหกรณ์อิสลาม อับนูเออาฟ จำกัด ประจำปี 2564 สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565 จาก <http://islamicfinance.com>
- รุ่งทิพย์ มณฑิเยร, ณัษชา กริมใจ, ชนิตา ภาดีสุขอนันต์. (2560). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย จำกัด*. วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร, 9 (1), 100-110.
- รุ่งโรจน์ สระสระบุญ. (2560). *ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 11 (25), 68-77
- วัลย์ลิกา จาดุประยูร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนมือถือในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2015). *Consumers Behavior*. New York City: Pearson Education Limited.