



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปริญญา

บริหารธุรกิจ

สาขา

บริหารธุรกิจ

คณะ

เรื่อง ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

Service Quality's Expectation & Perception Levels that Determine Trust of AIS's
Saving and Credit Cooperative Members

نامผู้วิจัย นางสาวกรรรา เกิดจันทร์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ธงชัย ศรีวรรณะ, Ph.D)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, พบ.ม.)

ประธานสาขาวิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ, D.B.A.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจ
ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

Service Quality's Expectation & Perception Levels that Determine Trust of AIS's Saving
and Credit Cooperative Members

โดย

นางสาวกรรรา เกิดจันทร์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พ.ศ. 2555

กรวรา เกิดจันทร์ 2555: ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความ
ไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
อาจารย์ธงชัย ศรีวรรณะ, Ph.D. 200 หน้า

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ 2)
ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ 3) ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพ
บริการ 4) ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ 5) ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มี
อิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำนวน 400 คน โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก
ค่าสถิติพรรณนาที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติอนุมานที่ใช้
ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่า
เพศชาย โดยเป็นพนักงานของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มากกว่าบริษัทใน
เครือ ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปีขึ้นไปและบริการล่าสุดที่มาใช้บริการคือ บริการเงินกู้สามัญ/
กู้ฉุกเฉิน สมาชิกมีระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก ความแตกต่าง
ระหว่างระดับการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพ
บริการต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังคุณภาพบริการ มีความไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความ
ไว้วางใจของสมาชิกในทุกด้าน

Kornwara Kerdchan 2012: Service Quality's Expectation & Perception Levels that Determine Trust of AIS's Saving and Credit Cooperative Members. Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration. Thesis Advisor: Mr. Thongchai Srivardhana, Ph.D. 200 pages.

This research aimed to study 1) Expectation level of service quality 2) Perception level of service quality 3) Difference between expectation and perception level of service quality 4) Trust of cooperative members 5) Influence between expectation and perception level of service quality and trust of cooperative members

Samples were 400 members of AIS's saving and credit cooperative members used questionnaire as a tool. Stratified random sampling and convenience sample are used. The descriptive statistical tools were percentage, arithmetic mean, and standard deviation. The inferential statistical tools were Pearson Correlation and multiple regression analysis at the 0.05 level of statistically significant.

Research results on personal factor of samples found that samples were more female than male, and were employees of Advanced Info Service PLC more than subsidiary companies. Memberships were more than 3 years and recently ordinary loan service/emergency loan service. Members had expectation and perception level of service quality in "very good" level. Difference between expectation and perception level of service quality had perception lower than expectation level. Members had trust level in "very good" level. Results of hypothesis test found that expectation level and service quality perception affect trust of members in every way.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความเอาใจใส่เป็นพิเศษจาก ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ผศ.ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้อุทิศเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขเพิ่มเติม ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้จัดการสหกรณ์ที่เป็นผู้แนะนำในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนเจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ที่ให้ความช่วยเหลือ ห่วงใย และเอื้ออำนวยความสะดวกในการศึกษาครั้งนี้

ด้วยพระคุณของคุณพ่อคุณแม่ที่เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาครั้งนี้และเป็นกำลังใจให้ ผู้วิจัยตลอดมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากรายงานวิจัยทางการตลาดเล่มนี้ ขอมอบแด่บิดามารดา บุพการี บุรพจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

กรรรา เกิดจันทร์
กันยายน 2555

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
สมมติฐานการวิจัย	5
นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดคุณภาพบริการ	8
แนวคิดความคาดหวัง	22
แนวคิดการรับรู้	27
แนวคิดความไว้วางใจ	32
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
การเชื่อมโยงสมมติฐานกับการตรวจเอกสาร	56
กรอบแนวคิดการวิจัย	60
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	61
วิธีการเก็บข้อมูล	61
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	70

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	84
ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	85
ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	87
ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	92
ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	97
ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	102
ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ	106
ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้ คุณภาพบริการ และคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์	108
การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย	110
ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก และการทดสอบสมมติฐาน	114
ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและ การทดสอบสมมติฐาน	119
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มี อิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน	123
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	128
ข้อวิจารณ์	132
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	137
สรุปผลการวิจัย	137
ข้อเสนอแนะ	139
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	143

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	150
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	151
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	160
ภาคผนวก ค การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย	170
ภาคผนวก ง ผลการทดสอบสมมติฐาน	179
ภาคผนวก จ เปรียบเทียบระดับความคาดหวัง การรับรู้และความไว้วางใจ	192
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	200

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนสมาชิกเข้า-ออกระหว่างปีบัญชี 2554	3
2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในอดีตที่ผ่านมา	35
3	เปรียบเทียบลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์กับธุรกิจอื่นๆ	41
4	เปรียบเทียบลักษณะการออมเงินระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์กับธนาคาร	42
5	เปรียบเทียบลักษณะของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กับลูกค้าธนาคาร	43
6	จำนวนพนักงานและจำนวนสมาชิกสหกรณ์ จำแนกตามบริษัท	46
7	จำนวนหุ้นขั้นต่ำของพนักงานแต่ละระดับ	47
8	สัดส่วนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัท	62
9	การสุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ตามสัดส่วน จำนวนประชากร	64
10	การสรุปผลการแจกแจงค่าสถิติ d ให้อยู่ระหว่าง d_L กับ d_U โดย Durbin Watson	80
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	85
12	ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	92
14	ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	97
15	ความไว้วางใจของสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	102
16	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการและคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์	108
17	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน	111
18	ผลการตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย	113
19	อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	114
20	อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	115
21	อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้าน ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	118
23	อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	119
24	อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความ สามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	120
25	อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความ เมตตากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	121
26	อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความ ซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	122
27	อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการ รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	124
28	อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการ รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถด ถอยเชิงพหุ	125
29	อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการ รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาโดยการวิเคราะห์ความ ถดถอยเชิงพหุ	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
30	อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	127
31	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	128
ตารางผนวกที่		
1	แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	161
2	ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)	168
3	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน	171
4	ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ	176
5	ผลการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณ	178
6	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	180
7	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	181

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
8	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	182
9	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	183
10	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	184
11	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	185
12	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	186
13	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์และการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	187
14	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	188

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
15	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	189
16	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	190
17	ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์ หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	191
18	เปรียบเทียบระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัทที่สังกัด	193
19	เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัทที่สังกัด	195
20	เปรียบเทียบระดับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัทที่สังกัด	197

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองคุณภาพบริการ	11
2	มิติคุณภาพบริการจาก 10 มิติ เป็น 5 มิติ	19
3	รูปแบบของระดับความคาดหวังของผู้บริโภค	26
4	คุณภาพบริการที่รับรู้	30
5	รูปแบบของความไว้วางใจ	36
6	กรอบแนวคิดการวิจัย	60

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีแข่งขันทางธุรกิจสูงมากในปัจจุบัน กลยุทธ์และเทคนิควิธีต่างๆจึงถูกนำมาใช้เพื่อก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจ ทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค จนถึงในระดับโลก ทำให้องค์กรธุรกิจต่างมุ่งพัฒนาและปรับปรุงเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการนำเอาทรัพยากรต่างๆ เช่น ทรัพยากรทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องจักร, อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวก ทรัพยากรทางการเงิน ได้แก่ เงินทุน และทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ บุคลากรขององค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ซึ่งการได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความรู้เรื่องบริการนั้นๆและมีโอกาสเลือกสถานที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ผู้ใช้บริการจึงแสวงหาบริการใดก็ตามที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากที่สุด ทำให้ธุรกิจบริการจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการมากขึ้น เนื่องจากงานบริการเป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้, มีความไม่แน่นอน, ไม่สามารถแบ่งแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ ทำให้ผู้ใช้บริการอาจเกิดความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจกับคุณภาพบริการที่ได้รับ ดังนั้น คุณภาพบริการที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจในการบริการที่ดีแก่ผู้ใช้บริการเกิดจากการบริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการประสบความสำเร็จตามความคาดหวัง โดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อการบริการที่รับรู้ได้รับจากการใช้บริการเป็นไปตามความคาดหวังที่ตั้งไว้ ก่อให้เกิดความประทับใจจนนำไปสู่ความไว้วางใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง

สถาบันการเงินเป็นธุรกิจบริการรูปแบบหนึ่งที่มีการแข่งขันสูงมากในปัจจุบัน โดยสถาบันการเงินต่างๆล้วนได้นำเอาหลักการตลาด การขาย และการให้บริการเข้ามาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การบริการรับฝากและถอนเงิน การโอนเงิน รวมทั้งการให้บริการด้านสินเชื่อล้วนแต่เป็นกลยุทธ์ที่สถาบันการเงินนำมาแข่งขัน สหกรณ์ออมทรัพย์ซึ่งถือเป็นสถาบันการเงินรูปแบบหนึ่งที่มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายสหกรณ์ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันดังกล่าวด้วย แต่เนื่องจากสหกรณ์ออมทรัพย์

วัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก โดยสมาชิกเป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสถาบันการเงินอื่นๆ ทำให้ผู้ให้บริการของสหกรณ์จะต้องเป็นสมาชิกของสหกรณ์เท่านั้น โดยสมาชิกแต่ละคนจะต้องเป็นผู้ออมรายได้ฝากไว้กับสหกรณ์อย่างสม่ำเสมอในลักษณะการถือหุ้นและเงินฝาก นอกจากนี้ หากสมาชิกประสบความเดือดร้อนเกี่ยวกับการเงินก็สามารถช่วยเหลือได้โดยการให้กู้ยืม ซึ่งสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถคิดดอกเบี้ยเงินกู้ยืมได้เช่นเดียวกัน แต่อัตราดอกเบี้ยจะต่ำกว่าหรือเท่ากับสถาบันการเงินอื่น สถาบันการเงินต่างๆจึงถือเป็นธุรกิจคู่แข่งสำคัญและมีผลกระทบต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ ทำให้สมาชิกมีโอกาสในการเลือกใช้บริการมากขึ้น

สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดถือเป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งโดยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) สมาชิกของสหกรณ์คือ พนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ซึ่งสหกรณ์ได้รับผลกระทบตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันจึงต้องมีนโยบายและทิศทางการทำงานชัดเจนในการบริหารจัดการ เพื่อการเจริญเติบโตที่มีเสถียรภาพและมั่นคง โดยสหกรณ์มีหน้าที่หลักคือ การบริหารเพื่อมวลสมาชิก ดังนั้น การให้บริการที่ดีกับสมาชิกคือการบริการที่ทำให้สมาชิกประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายหรือความต้องการเมื่อมาใช้บริการ จนเกิดความพึงพอใจและประทับใจในที่สุด ถือเป็นการสร้างความไว้วางใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสหกรณ์ ซึ่งการบ่งบอกถึงคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับความรู้ของสมาชิกแต่ละคน ทำให้การดำเนินงานของสหกรณ์ต้องยึดถือความพึงพอใจของสมาชิกเป็นสำคัญ โดยการทำในสิ่งที่สมาชิกคาดหวังก่อนมาใช้บริการให้ตรงตามการรับรู้เมื่อมาใช้บริการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพบริการ, กระบวนการให้บริการ, บุคลากร, สถานที่ให้บริการหรือประเภทการบริการล้วนเป็นสิ่งหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับสมาชิก

จากการทำรายงานประจำปีของสหกรณ์พบว่า จำนวนสมาชิกในช่วงปี 2554-2555 มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงตลอดเวลา ดังตารางที่ 1 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินงานในระยะยาวของสหกรณ์ จะเห็นได้ว่าในแต่ละเดือนจำนวนสมาชิกเข้าใหม่กับสมาชิกที่ลาออกมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ยกเว้นตั้งแต่เดือนพฤษภาคมที่มีจำนวนสมาชิกเข้าใหม่มากเกินกว่าปกติ เนื่องจากสหกรณ์ได้เปิดให้มีสมัครสมาชิกสมทบ ส่งผลให้สมาชิกหันมาลงทุนกับสหกรณ์มากขึ้น อย่างไรก็ตามจำนวนสมาชิกที่ลดลงจากการลาออกในแต่ละเดือนอาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยและหนึ่งในนั้นอาจเกิดจากความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลให้สมาชิกไม่ประทับใจในบริการ หรือการบริหารงานและการให้บริการบางด้านของ

สหกรณ์อาจยังไม่ตรงตามความคาดหวังของสมาชิก อีกทั้งสหกรณ์ยังไม่เคยมีการวัดคุณภาพบริการมาก่อนจึงยังไม่รู้แนวทางให้การบริหารจัดการให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม ดังนั้น เพื่อเป็นการลดปัญหาการลาออกจากการเป็นสมาชิกและเพื่อเป็นการส่งเสริมและชักนำให้สหกรณ์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาเรื่องระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เพื่อจะได้นำผลการศึกษารังนี้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานหรือรองรับบริการที่จะจัดให้มีเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมถึงนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกและลดช่องว่างที่อาจเกิดขึ้นจากการบริการที่คาดหวังและการบริการที่รับรู้ให้ได้มากที่สุด เนื่องจากการรับรู้ที่เป็นไปตามความคาดหวังในคุณภาพบริการที่ดีก่อให้เกิดความไว้วางใจในด้านการตอบสนองความต้องการจนเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เพราะการสร้างความสัมพันธ์อันดีนั้นเป็นการสร้างรากฐานให้เกิดความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีในองค์กรต่อไป

ตารางที่ 1 จำนวนสมาชิกเข้า-ออกระหว่างปี 2554-2555

เดือน	เข้า	ออก	จำนวนสมาชิก สุทธิ	หมายเหตุ
กันยายน 2554	57	38	4,082	
ตุลาคม 2554	38	26	4,094	
พฤศจิกายน 2554	19	10	4,103	
ธันวาคม 2554	29	21	4,111	
มกราคม 2555	26	39	4,098	
กุมภาพันธ์ 2555	28	25	4,101	
มีนาคม 2555	72	21	4,152	
เมษายน 2555	47	36	4,163	
พฤษภาคม 2555	47	46	4,164	เปิดรับ สมาชิก สมทบ
มิถุนายน 2555	110	58	4,216	
กรกฎาคม 2555	82	27	4,271	
สิงหาคม 2555	68	41	4,298	
กันยายน 2555	53	43	4,308	

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (2555)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
4. เพื่อศึกษาความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
5. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลภาคสนามที่ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ซึ่งกลุ่มประชากรที่อยู่ในขอบเขตการศึกษา คือ พนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เท่านั้น โดยให้สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวน 400 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ เพื่อเป็นแนวทางให้สหกรณ์ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของสมาชิกที่มาใช้บริการ รวมทั้งเป็นแนวทางในการจัดหาบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกมากที่สุด

2. ทำให้ทราบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ เพื่อเป็นแนวทางให้สหกรณ์จัดหาบริการที่ดีแก่สมาชิกเพื่อให้สมาชิกเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐานและตรงกับการรับรู้จากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา

3. ทำให้ทราบคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพบริการของสหกรณ์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน ลดช่องว่างระหว่างความความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิกที่อาจนำไปสู่การเพิ่มความพึงพอใจ

4. ทำให้ทราบความไว้วางใจของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ได้แก่ ความสามารถ ความเมตตา กรุณา และความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม เพื่อเป็นแนวทางให้สหกรณ์รักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก ในการทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อมั่นและเต็มใจที่จะใช้บริการสหกรณ์ จนนำไปสู่ความจงรักภักดีในที่สุด

5. ทำให้ทราบระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เนื่องจากความหวังต่างๆที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์นั้นเป็นพื้นฐานที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจต่อสหกรณ์ อีกทั้งการรักษาคูณภาพบริการให้เกิดความแน่นอนมากที่สุดจะทำให้สมาชิกไม่รู้สึกถึงความแตกต่างในการมาใช้บริการแต่ละครั้ง เนื่องจากการรับรู้ที่ดีจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจและไว้วางใจสหกรณ์ ดังนั้นสหกรณ์จำเป็นต้องรู้ถึงแนวทางในการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความไว้วางใจ เพราะความไว้วางใจจะถูกสร้างขึ้นเมื่อสมาชิกเริ่มเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความสามารถของสหกรณ์

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดทำให้เกิดสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

นิยามศัพท์

1. คุณภาพบริการ หมายถึง ระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิก ทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ
2. ความคาดหวังของสมาชิก หมายถึง ความต้องการ ความรู้สึก ความคิดที่สมาชิก สหกรณ์ต้องการที่จะได้รับบริการจากสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
3. การรับรู้ของสมาชิก หมายถึง สิ่งที่สมาชิกสัมผัสได้เมื่อมาใช้บริการที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด และตีความหมายสิ่งที่รับรู้โดยอาศัยประสบการณ์และความรู้สึกของตนเอง เป็นเกณฑ์การตัดสิน
4. ความไว้วางใจของสมาชิก หมายถึง ความเชื่อมั่น ความคาดหวังในแง่บวกที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
5. สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์จัดตั้งโดยบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) โดยมีสมาชิกของสหกรณ์คือ พนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ

6. สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด หมายถึง สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ที่เป็นพนักงานประจำหรือพนักงานสัญญาจ้างพิเศษของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)และบริษัทในเครือรวม 21 บริษัท



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาเรื่อง ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ผู้ศึกษาได้แบ่งหัวข้อการตรวจเอกสารไว้ ดังนี้

1. แนวคิดคุณภาพบริการ
2. แนวคิดความคาดหวัง
3. แนวคิดการรับรู้
4. แนวคิดความไว้วางใจ
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดคุณภาพบริการ

ความหมายคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีเพียงใด การส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพจึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ (Lewis and Bloom, 1983) ในมุมมองของ Crosby (1988 อ้างใน ชัชวาลย์ ทัดศิวิฐ, 2552) เห็นว่า คุณภาพบริการ หรือ Service Quality นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งสามารถทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ ด้าน Bitner and Hubbert (1994 อ้างใน Sagas et al., 2011) กล่าวถึงคุณภาพบริการไว้ว่า คุณภาพบริการเป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าหรือผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์การจัดให้

ส่วน Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) เห็นว่า คุณภาพบริการเป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวมจากการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามีคุณสมบัติคล้อยกันเท่าไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภคนั้นเอง โดยคุณภาพบริการเป็นการวินิจฉัยของผู้รับบริการเกี่ยวกับความสามารถในการเติมเต็มงานบริการขององค์กรที่ให้บริการ โดยเสนอแนวคิดที่ว่า การบริการแตกต่างจากสินค้า กล่าวคือ สินค้าเป็นสิ่งที่จับต้องได้, มีความคงทนสูงและโดยทั่วไปผลิตขึ้นและผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานที่แน่นอน ในขณะที่การบริการเป็นเรื่องที่มีความผันแปรมากกว่าสินค้าแม้จะมีลักษณะที่ตอบสนองผู้บริโภคเช่นเดียวกับสินค้าก็ตามและโดยทั่วไปการบริการมีคุณลักษณะสำคัญที่จับต้องไม่ได้, มีความหลากหลายและไม่สามารถแบ่งแยกได้จากการผลิตและการบริโภค (White and Abel, 1995 อ้างใน Lovelock, 1996)

Schmenner (1995 อ้างใน ชัชวาลย์ ทัดศิวัช, 2552) มองว่า คุณภาพบริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวังก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบหรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้ามหากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังคุณภาพการให้บริการก็จะเป็นบวกหรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง Lovelock (1996) เสนอว่า คุณภาพบริการมีความหมายอย่างกว้างๆเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อและอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น คุณภาพบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่ผู้รับบริการได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้นๆและมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้นรวมทั้งการที่ผู้รับบริการได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ (Zineldin, 1996)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการไทยหลายท่านได้กล่าวถึงคุณภาพบริการไว้ว่า เป็นความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการหรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิด

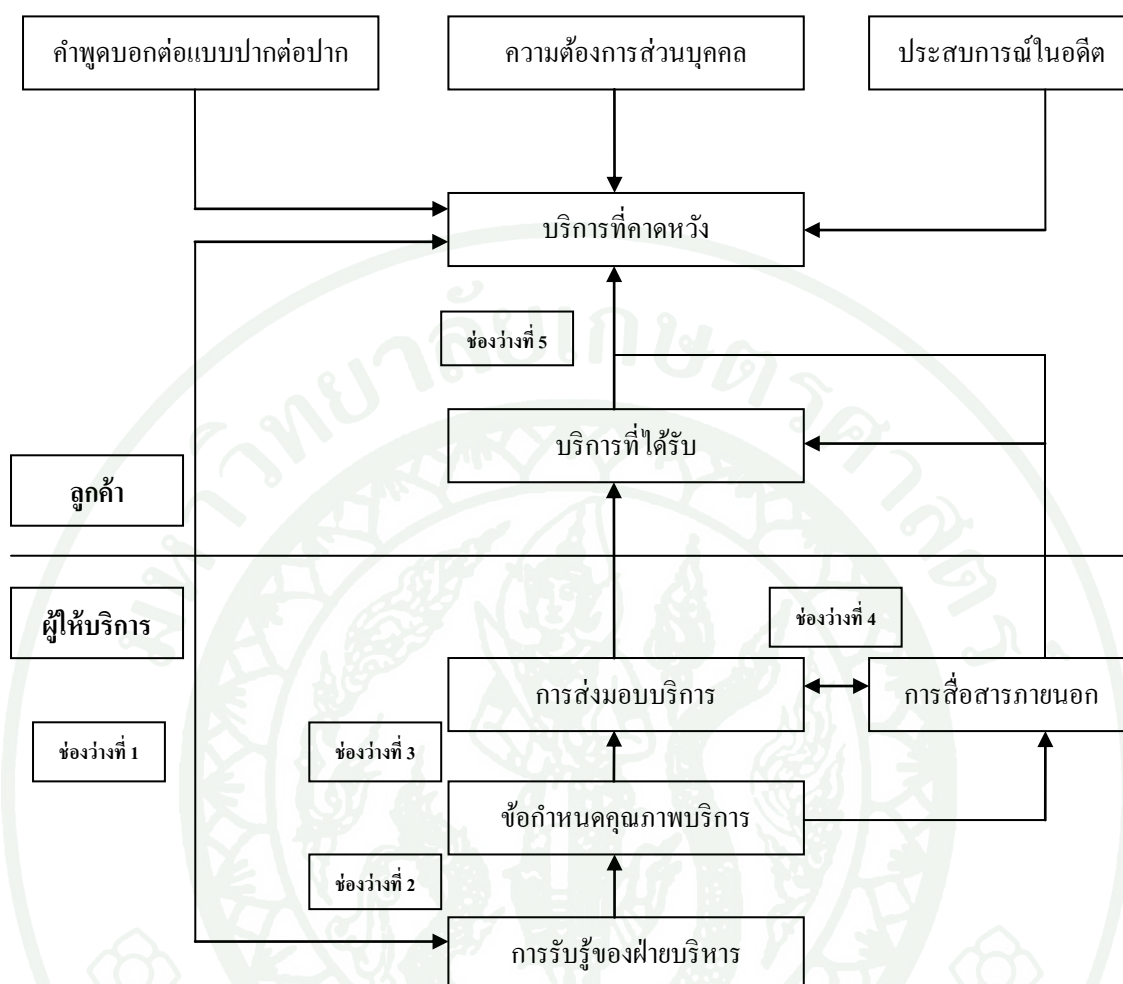
ความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ (วีรพงษ์ เกลิมจิรรัตน์, 2539) และคุณภาพบริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ หากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เองเป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

สรุปได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจบริการ โดยการคำนึงถึงคุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจตนเองให้เหนือกว่าธุรกิจของคู่แข่ง ซึ่งการเสนอคุณภาพบริการที่ตรงกับ ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ เพราะผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจถ้าได้รับบริการในสิ่งที่ต้องการ ในสถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

แบบจำลองคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยากเนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ถูกนำมาซื้อบริการ ดังนั้นในขณะที่ถูกนำมาซื้อบริการ และมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจได้ นักการตลาดจึงต้องทำการศึกษาถึงคุณภาพบริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญเพราะการบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ,อำนวยความสะดวก หรือการทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วยความเต็มใจ แต่บางครั้งสิ่งที่เราส่งมอบบริการไปนั้น อาจจะไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการก็เป็นได้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจและไม่กลับมาใช้บริการของเราอีกต่อไป จนทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าของธุรกิจ ซึ่งเราสามารถจำแนกช่องว่างคุณภาพ (Quality Gap) หรือข้อผิดพลาดที่เกิดจากการส่งมอบบริการอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จที่มีอยู่ด้วยกัน 5 ช่องว่าง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองคุณภาพบริการ (Service Quality Model)

ที่มา: Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

แบบจำลองคุณภาพบริการเน้นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องทำเพื่อส่งมอบคุณภาพบริการระดับสูง
ชี้ให้เห็น 5 ช่องว่างที่เป็นสาเหตุทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ (Parasuraman, Zeithaml
and Berry, 1985)

ช่องว่างที่ 1 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของฝ่ายบริหาร

ช่องว่างที่ 2 ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารกับข้อกำหนดคุณภาพบริการ

ช่องว่างที่ 3 ช่องว่างระหว่างข้อกำหนดคุณภาพบริการและการส่งมอบบริการ

ช่องว่างที่ 4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการสื่อสารภายนอก

ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และการบริการที่คาดหวัง

อธิบายแต่ละช่องว่างได้ดังนี้

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของฝ่ายบริหาร (Customer Expectations-Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ฝ่ายบริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพราะฝ่ายบริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้

โดยทั่วไปฝ่ายบริหารอาจไม่ทราบหรือรับรู้ถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้ทั้งหมดหรืออาจจะยึดถือเอาความเข้าใจของตนเองเป็นสำคัญ จึงทำให้การให้บริการคลาดเคลื่อนไปจากความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เช่น ผู้บริหารอาจเข้าใจไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า จึงใช้เงินจำนวนมากจัดอาคารสถานที่ให้ดูสวยงามหรูหรา แต่ลูกค้าอาจต้องการเพียงความสะดวกสบายและการบริการที่รวดเร็ว เนื่องจากผู้บริหารไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไรและไม่ทราบข้อมูลที่แท้จริงจากลูกค้าซึ่งในช่องว่างที่ 1 นี้มีผลถึงช่องว่างที่ 2, 3 และ 4

นิตพล ภูตะโชติ (2549) ได้อธิบายปัญหาและสาเหตุที่ทำให้ฝ่ายบริหารไม่ทราบความคาดหวังของลูกค้าดังนี้

1. ทำการวิจัยด้านการตลาดไม่เพียงพอ เมื่อธุรกิจทำการวิจัยด้านการตลาดน้อยเกินไปจึงทำให้ไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือเข้าใจความต้องการของลูกค้าไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้เท่าที่ควร ซึ่งธุรกิจสามารถแก้ปัญหานี้ได้โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการทำวิจัยตลาดให้มากและเพียงพอ พยายามหาความต้องการและความคาดหวังให้มากที่สุดก่อนนำเสนอบริการ

2. ปัญหาเรื่องการติดต่อสื่อสาร แบ่งเป็น

- 2.1 การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริหารกับผู้ได้บังคับบัญชาในการสั่งการมอบหมายงาน ซึ่งองค์กรควรมีระบบการติดต่อสื่อสารภายในที่ดี มีการติดตามผลตรวจสอบเพื่อให้ข่าวสารตรงตามความเป็นจริง

2.2 การติดต่อสื่อสารภายนอก เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารข้อมูลทางการตลาดไปยังลูกค้า เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เป็นต้น ซึ่งองค์กรต้องมีการปรับปรุงระบบการติดต่อสื่อสารที่ดีเพื่อให้ข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

3. ขาดความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ขาดการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเก่าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายธุรกิจ ไม่สามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้หรือบางธุรกิจอาจให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าใหม่มากเกินไป ดังนั้น ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้าใหม่หรือลูกค้าเก่า ธุรกิจควรให้ความสำคัญและสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

4. ขาดการฟื้นฟูและปรับปรุงบริการ ธุรกิจต้องมีการปรับปรุงและฟื้นฟูบริการเพื่อให้มีความทันสมัยและสามารถตอบสนองความต้องการในระยะยาวได้ หากธุรกิจไม่ปรับปรุงบริการอาจทำให้เกิดการเสียเปรียบคู่แข่งได้ โดยธุรกิจสามารถปรับปรุงและฟื้นฟูบริการได้ดังนี้

- 4.1 ป้องกันปัญหาตั้งแต่แรก
- 4.2 ยินดีรับการร้องเรียนจากลูกค้า
- 4.3 แก้ปัญหาทันทีเมื่อได้รับการร้องเรียน
- 4.4 ปฏิบัติกับลูกค้าด้วยความยุติธรรม
- 4.5 การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น
- 4.6 การเรียนรู้จากที่ลูกค้าประสบปัญหา
- 4.7 การรับประกันคุณภาพบริการ

ช่องว่างที่ 2 คือ ช่องว่างระหว่างการเรียนรู้ของฝ่ายบริหารกับข้อกำหนดคุณภาพบริการ (Management Perception-Service Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ฝ่ายบริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งฝ่ายบริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

แม้ว่าผู้บริหารรับรู้ความคาดหวังของลูกค้าและทราบถึงความสำคัญแต่ไม่ได้นำมากำหนดเป้าหมายหรือมาตรฐานของการให้บริการ ผู้บริหารอาจจะไม่ได้เอาใจใส่อย่างจริงจังถึงความ

คาดหวังของลูกค้าแล้วนำมากำหนดลักษณะของบริการให้ได้คุณภาพหรือกำหนดไว้ตามความเห็นของตนเท่านั้นด้วยข้อจำกัดต่างๆ เช่น ผู้บริหารเห็นความสำคัญของการจัดบริการให้มีคุณภาพสูงแต่ไม่ได้มีการฝึกอบรมบุคลากรหรือปรับปรุงบริการตามความต้องการของลูกค้า

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ทำให้บริษัทไม่สามารถกำหนดคุณภาพบริการตามที่ต้องการ ดังนี้

1. ไม่เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งธุรกิจต้องค้นหาความต้องการที่แท้จริงจากลูกค้า โดยการท้าวิจัยก่อนทำการออกแบบหรือกำหนดคุณภาพมาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ขาดการพัฒนากระบวนการออกแบบและกระบวนการบริการที่ทันสมัย ทำให้การออกแบบการบริการและการกำหนดคุณภาพบริการไม่ดี ไม่ทันสมัย ไม่เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ดังนั้นธุรกิจจะต้องพัฒนากระบวนการออกแบบและการกำหนดคุณภาพบริการให้มีความทันสมัย ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในคุณภาพบริการมากยิ่งขึ้น
3. การออกแบบและการกำหนดมาตรฐานการบริการไม่ชัดเจน ทำให้ไม่ดึงดูดความสนใจลูกค้าเท่าที่ควร ซึ่งการออกแบบที่โดดเด่นสามารถทำให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้
4. การออกแบบและการกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการไม่สอดคล้องกับการบริการอาจกำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการที่ต่ำหรือสูงเกินไปทำให้การบริการที่ลูกค้าได้รับไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้
5. ไม่ได้มีการกำหนดมาตรฐานการบริการไว้ ทำให้คุณภาพบริการที่ได้รับไม่แน่นอนลูกค้าไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับซึ่งเป็นปัญหาทำให้ลูกค้าเกิดการร้องเรียนในการให้บริการ
6. เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ต่างๆ ไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอ ทำให้การบริการขาดประสิทธิภาพ, การบริการเกิดความล่าช้าและลูกค้าไม่เกิดความสะดวกสบายเท่าที่ควร ทำให้เกิดปัญหาในการให้บริการ

ช่องว่างที่ 3 คือ ช่องว่างระหว่างข้อกำหนดคุณภาพบริการและการส่งมอบบริการ (Service Quality Specifications-Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนขาดความสามารถในการทำงาน ซึ่งจะรวมถึงแนวความคิดเทคนิคและทักษะในการให้บริการ รวมทั้งการติดตามภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิผล

ฝ่ายบริหารได้มีการกำหนดลักษณะของคุณภาพบริการไว้อย่างชัดเจนแล้ว แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆอีกที่มีผลให้การบริการที่จัดให้ไม่เป็นไปตามที่ได้วางข้อกำหนดไว้ จึงทำให้บริการไม่มีคุณภาพ เช่น บุคลากรขาดความสามารถ การได้รับการจูงใจในการทำงานไม่เพียงพอ การมีงบประมาณจำกัดหรือน้อยเกินไป อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆล้าสมัย การขาดความพร้อมและความร่วมมือภายในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการจัดบริการให้เป็นมาตรฐานและมีประสิทธิภาพตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้อธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในการส่งมอบบริการ ดังนี้

1. บุคลากรขาดคุณภาพ เกิดจากการเลือกสรรบุคลากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะต้องสรรหาบุคลากรเพื่อให้ได้คนที่เหมาะสมกับงานมากที่สุด
2. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ซึ่งบุคลากรที่ขาดการฝึกอบรมและพัฒนาเป็นอย่างดีจะทำให้เกิดปัญหาในการให้บริการ ทำให้การส่งมอบบริการผิดพลาด ดังนั้น ธุรกิจจะต้องทำการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญเพื่อลดการร้องเรียนจากลูกค้าได้
3. กระบวนการให้บริการที่ไม่ชัดเจน เป็นสาเหตุของการส่งมอบบริการเกิดปัญหา ทำให้เสียเวลาในการปฏิบัติงาน ดังนั้น กระบวนการให้บริการควรจะสั้นและไม่มีความซับซ้อน ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้และก่อให้เกิดผลดีต่อการให้บริการ
4. ระบบควบคุมการทำงาน ควรมีระบบการควบคุมที่ดี เพื่อตรวจสอบคุณภาพการทำงานว่าได้มาตรฐานและมีคุณภาพตรงตามที่กำหนดหรือไม่ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการส่งมอบบริการ

ช่องว่างที่ 4 ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการสื่อสารภายนอก (Service Delivery-External Communications Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของลูกค้าที่ควรจะได้รับบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงในสื่อโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ลูกค้าไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้

การสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มารับบริการรับรู้หรือรับทราบถึงการบริการที่ให้นั้นมีผลต่อบริการที่จะรับรู้เมื่อได้รับบริการ ซึ่งบริการที่ผู้ให้บริการตั้งใจให้นั้นอาจต่างจากบริการที่ผู้รับบริการคิดว่าตนได้รับ เนื่องจากความเข้าใจที่ไม่ตรงกันถ้าผู้ให้บริการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการตามที่ได้กำหนดเป้าหมายของคุณภาพไว้ล่วงหน้าหรือเกินความเป็นจริง อาจจะมีผลทำให้ความคาดหวังของผู้มารับบริการในเรื่องการบริการคลาดเคลื่อนไปจากบริการที่ได้รับจริง ผู้รับบริการก็จะรู้สึกผิดหวังและประเมินบริการที่ได้รับนั้นด้วยคุณภาพ การเกิดปัญหาจากช่องว่างทั้ง 4 ช่องนั้น เกิดขึ้นจากผู้ให้บริการ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ โดยสาเหตุนั้นอาจจะมาจากลักษณะแนวโน้มทางการตลาด การขาดการติดต่อสื่อสารจากผู้ให้บริการถึงผู้บริหารระดับสูง การมีระดับชั้นของการบังคับบัญชามากเกินไป ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดมาตรฐานของงาน การรับรู้ต่อความเป็นไปได้ การทำงานเป็นทีม การจัดคนให้เหมาะสมกับงาน การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน การรับรู้ต่อการควบคุมตนเอง ระบบการควบคุมงาน ความขัดแย้งในบทบาท ความไม่ชัดเจนในบทบาท การติดต่อสื่อสารแนวราบ และการให้สัญญาที่เกินความเป็นจริง (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

นิติพล ภูตะโชติ (2549) ได้อธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารทางการตลาดไปยังลูกค้าไม่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาด ทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดหรือมีความสับสนในข่าวสารที่ได้รับ ดังนั้น ในการให้ข่าวสารข้อมูลแก่ลูกค้าควรมีความชัดเจน แม่นยำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ธุรกิจไม่ได้ให้ความรู้แก่ลูกค้า ธุรกิจควรให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องบริการที่มีอยู่เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ไม่เกิดความสับสนซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาในอนาคต

3. การติดต่อสื่อสารภายในที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งถ้าติดต่อสื่อสารภายในไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อติดต่อสื่อสารภายนอกทำให้ขาดประสิทธิภาพไปด้วย

4. การให้สัญญากับลูกค้าที่เกินความเป็นจริง จะก่อให้เกิดปัญหาเมื่อลูกค้ามาใช้บริการและไม่ได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้

ช่องว่างที่ 5 ช่องว่างระหว่างการบริการที่รับรู้และการบริการที่คาดหวัง (Perceived Service-Expected Service Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งการบริการต่างๆ จะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4

บริการที่ผู้มารับบริการรับรู้เป็นผลจากบริการที่ให้และการสื่อสารของผู้ให้บริการที่ให้ ผู้รับบริการรับทราบและความคาดหวังของผู้รับบริการนั้นก็เกิดจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่น ความต้องการของตนเองและประสบการณ์ในอดีต ซึ่งคุณภาพบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าหากบริการที่จัดให้ผู้รับบริการได้รับรู้ดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังที่ตั้งไว้ บริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพ แต่หากบริการที่รับรู้ด้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะประเมินว่าบริการไม่ดีหรือไม่มีคุณภาพ การเกิดปัญหาของช่องว่างนี้เกิดจากการที่ผู้รับบริการมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการต่างจากผู้ให้บริการ ซึ่งเกณฑ์นั้นประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่

การกำหนดคุณภาพบริการต้องกำหนดจากความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ โดยการประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพและสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้คุณภาพบริการมีปัญหา ก็คือ ช่องว่างที่ทำให้การบริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ เพราะฉะนั้นความสำเร็จประการหนึ่งคือ ต้องไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยการจัดการบริการให้มีคุณภาพที่เน้นกระบวนการอย่างเป็นระบบ

ดังนั้น เพื่อเป็นการปิดกั้นช่องว่างดังกล่าวและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ความคาดหวังของลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้

คาดหวังไว้ (Customer expectations) โดยเกิดจากปัจจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ (ศิริพร วิษณุมหิมาชัย, 2549)

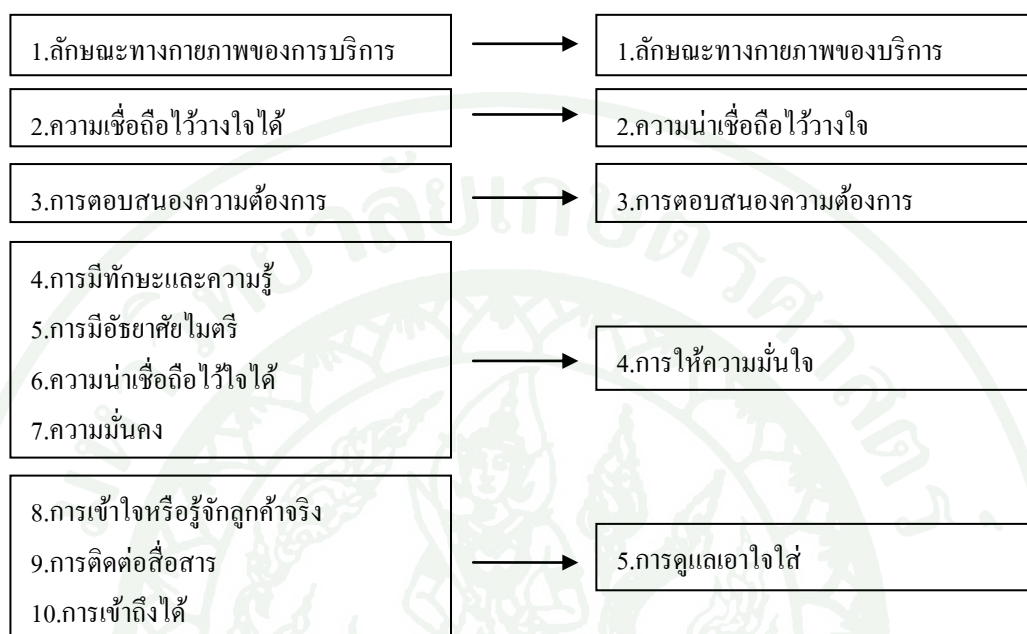
1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของผู้อื่น
3. การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง
4. การโฆษณาของกิจการเอง
5. ความต้องการส่วนตัว

มิติคุณภาพบริการ

แนวความคิดช่องว่างคุณภาพบริการที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ การเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ(ช่องว่างที่ 5) จากการวิเคราะห์ช่องว่างนี้ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้พัฒนาแบบจำลองการรับรู้คุณภาพบริการ โดยไม่คำนึงถึงประเภทของบริการ ซึ่งผู้บริโภการใช้เป็นเกณฑ์พื้นฐานในการประเมินคุณภาพบริการ และได้ระบุ 10 มิติของคุณภาพบริการ โดยแบ่งออกเป็น ลักษณะทางกายภาพของการบริการ, ความเชื่อถือและไว้วางใจ, การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า, การมีทักษะและความรู้, การเข้าถึงได้, การมีอัธยาศัยไมตรี, ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้, ความมั่นคง, การเข้าใจหรือรู้จักลูกค้าจริง และการติดต่อสื่อสาร หลังจากผ่านการกลั่นกรองงานวิจัยที่ผ่านการทดสอบภาคสนามอย่างเข้มงวด Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้กลั่นกรองงานวิจัยครั้งก่อนและลดจำนวนมิติคุณภาพบริการจาก 10 มิติ เหลือเพียงแค่ 5 มิติ ดังนี้

คุณภาพบริการ 10 มิติ

คุณภาพบริการ 5 มิติ



ภาพที่ 2 มิติคุณภาพบริการจาก 10 มิติ เป็น 5 มิติ

ที่มา: Hans Kasper (1999 อ้างใน ชัชวาล ทัดศิวิฐ, 2552)

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้พัฒนาและทดสอบการวัดที่เรียกว่า SERVQUAL สำหรับวัด 5 มิติของคุณภาพบริการ ทั้ง 5 มิตินี้เป็นสิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องของบุคคลในธุรกิจบริการ ปัจจัยทั้ง 5 อธิบายดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) คือ ความสามารถในการจัดการบริการ ให้ถูกต้องแม่นยำ การบริการที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้เป็นความคาดหวังของลูกค้า หมายถึง การทำให้บริการเสร็จตรงตามเวลาในลักษณะเดียวกันโดยปราศจากข้อผิดพลาดและได้ผลลัพธ์ออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของการบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) นอกจากนี้ ผู้ให้บริการจะต้องให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ เป็นการให้บริการตามที่สัญญาและตรงตามความต้องการของลูกค้า แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ รวมถึงการแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือก่อนการเข้าพบลูกค้า (ศิริพร วิษณุหมิมาชัย, 2549)

2. ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ความพร้อมหรือความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและจัดให้มีการบริการลูกค้าอย่างทันที ลดการรอคอยของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรอคอยที่ไม่มีเหตุผลที่ก่อให้เกิดการรับรู้คุณภาพบริการในแง่ลบโดยไม่จำเป็น ในการเกิดความล้มเหลวของคุณภาพบริการ ความสามารถในการฟื้นฟูอย่างรวดเร็วด้วยความเป็นมืออาชีพสามารถทำได้โดยการออกแบบการรับรู้คุณภาพบริการที่ดี (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) การตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ เช่น การให้บริการอย่างรวดเร็ว, มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ และการให้บริการอย่างทั่วถึง (ศิริพร วิษณุมหิมาชัย, 2549)

3. ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การใช้ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการและความสามารถในการทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ มิติความมั่นใจได้รวมถึงความสามารถในการให้บริการ ความสุภาพ นุ่มนวลและการเคารพต่อลูกค้า รวมถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้า โดยให้ความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) นอกจากนี้ ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ มีความอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานที่ให้บริการ (ศิริพร วิษณุมหิมาชัย, 2549)

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) คือ การจัดเตรียมดูแลหรือการให้ความสำคัญเป็นรายบุคคลที่จัดให้แก่ลูกค้าขององค์กร ความสามารถในการเข้าถึงและเข้าใจความรู้สึกถึงความปลอดภัยของลูกค้า รวมถึงการพยายามเข้าใจความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละคน (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) นอกจากนี้ การดูแลเอาใจใส่ยังรวมถึงการจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขายและหลังการขาย เช่น ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว, ให้บริการอย่างเอาใจใส่ และถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ (ศิริพร วิษณุมหิมาชัย, 2549)

5. ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นของสิ่งอำนวยความสะดวก, อุปกรณ์, บุคคลและวัตถุที่ใช้ในการสื่อสาร เงื่อนไขของกายภาพคือหลักฐานที่สัมผัสได้ การดูแลและเอาใจใส่ในรายละเอียดที่แสดงออกมาโดยผู้ให้บริการหรือความตั้งใจจากผู้ให้บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงบริการนั้นๆ ได้

ชัดเจนยิ่งขึ้น (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) นอกจากนี้ ลักษณะทางกายภาพของการบริการยังรวมถึง ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ เช่น ความทันสมัย, มีเทคโนโลยีสูง, ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ, มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ, ความสะดวกที่ให้บริการทั้งองค์กรและผู้ให้บริการ (ศิริพร วิษณุมหิมาชัย, 2549)

เครื่องมือ SERVQUAL ได้ถูกสร้างเพื่อใช้สำหรับการวัดคุณภาพบริการในธุรกิจบริการหลายๆธุรกิจ SERVQUAL ได้ถูกใช้เป็นตัวหลักสำหรับการวัดในการศึกษาคุณภาพบริการในหลากหลายบริบท เช่น คุณภาพบริการในธนาคาร, การบัญชี, โรงพยาบาล, บริษัทประกัน, บริษัทอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น การวัดคุณภาพบริการ คือ การวัดเกี่ยวกับความต้องการหรือสำหรับวัดความคาดหวังของลูกค้า (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

นอกจากนี้ Steve and Cook (1995 อ้างใน ชัชวาล ทัดศิวิธ, 2552) ยังเสนอให้เห็นว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและความต้องการส่วนบุคคลแล้ว คุณภาพบริการขององค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จาก 9 เกณฑ์ดังนี้

1. การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน
5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ
6. คุณภาพบริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับ รวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ
8. ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การสร้างคุณภาพบริการที่ดีต้องอาศัยความละเอียดอ่อนในการส่งมอบความประทับใจในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้กับผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากคุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ทำได้ยากและงานบริการไม่มีความแน่นอนในการผลิตออกมาให้ได้มาตรฐาน เพราะงานบริการเป็นสิ่งที่

จับต้องได้ยาก ดังนั้น องค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการบริการการศึกษาในเรื่องคุณภาพบริการ เพื่อให้
องค์กรมีความเป็นเลิศและก่อให้เกิดคุณค่าและคุณภาพที่ดี

แนวคิดความคาดหวัง

มีผู้ให้ความหมายของความคาดหวังแตกต่างกันดังนี้ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้าที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นจากการบริการนั้นๆ โดยลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อดังกล่าว โดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ซึ่งความต้องการนั้นเป็นสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์และเป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่หรือสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการพวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง ส่วน Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) กล่าวว่าความคาดหวังในการบริการของลูกค้าถูกสร้างบนการพิจารณาที่ซับซ้อน รวมถึงความเชื่อก่อนการซื้อส่วนบุคคลของลูกค้าและความคิดเห็นของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับระดับความแตกต่างของความพึงพอใจ อาจอยู่บนพื้นฐานประสบการณ์ของสินค้าก่อนหน้านี้, การเรียนรู้จากโฆษณา, การสื่อสารจากปากต่อปากและทัศนคติของการบริโภคก่อนหน้านี้ของการซื้อในครั้งต่อไป นอกจากนี้ Davidow and Uttal (1989) ยังเสนอว่า ความคาดหวังของลูกค้าถูกสร้างขึ้นโดยปัจจัยที่อยู่เหนือการควบคุมหลายๆปัจจัย รวมถึงประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาที่มีต่อบริษัทอื่นๆและการโฆษณาของบริษัทนั้นๆ, สภาพจิตใจของลูกค้าขณะส่งมอบบริการ ภูมิหลังของลูกค้า, คุณค่าและภาพลักษณ์ของสินค้าที่ซื้อ เป็นต้น

ความหลากหลายของความหมายของความคาดหวังสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึก ความต้องการหรือความมุ่งหวังของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งอาจจะบุคคล, เหตุการณ์ หรือการกระทำโดยเป็นการคิดไว้ล่วงหน้าว่าคาดหวังจะเป็นไปตามประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้น โดยความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา, การโฆษณา, ทัศนคติลูกค้า, การรับรู้ขณะซื้อและภาพลักษณ์ของสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ อิทธิพลของความคาดหวังของลูกค้ายังมีผลมาจากความเชื่อก่อนการซื้อ, การสื่อสารปากต่อปาก, ความต้องการส่วนบุคคลและทัศนคติของบุคคลอื่น ส่งผลให้ความแตกต่างกันของลูกค้าก่อให้เกิดความคาดหวังที่แตกต่างกันบนพื้นฐานความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการของลูกค้าแต่ละคน ซึ่งความคาดหวังของแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะผันแปรต่างกัน อันเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล

ความคาดหวังเป็นสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจ หากได้รับการตอบสนองตรงกับสิ่งที่คาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจและประทับใจในตราสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

ความคาดหวังกับคุณภาพการให้บริการ

ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้รับบริการเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับเมื่อไปใช้บริการ ความคาดหวังในเรื่องคุณภาพการให้บริการนี้มีระดับที่แตกต่างกันออกไปโดยยึดเอาเกณฑ์การพิจารณาความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการ กล่าวคือ หากผู้รับบริการไม่มีความพึงพอใจจะแสดงให้เห็นว่าคุณภาพในการให้บริการมีน้อย หากผู้รับบริการมีความพึงพอใจ แสดงว่าคุณภาพในการให้บริการและหากผู้รับบริการมีความประทับใจย่อมแสดงว่าการให้บริการนั้นมีคุณภาพสูง ความคาดหวังเป็นแนวคิดสำคัญที่ได้รับการนำมาใช้สำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและคุณภาพการให้บริการ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ได้เสนอตัวแบบ SERVQUAL เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการจากความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่เขาได้รับ โดยเสนอความเห็นว่าคุณคาดหวังหมายถึง ความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค โดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ให้บริการอาจจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไร กล่าวโดยสรุปคือ ความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะได้รับบริการจากหน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการมีระดับที่แตกต่างกันตามปัจจัยต่างๆ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล, การได้รับคำบอกเล่า และประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น โดยความคาดหวังของผู้รับบริการหากได้รับการตอบสนองหรือได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังแล้วย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ (ชัชวาล ทัศนวิทย์, 2552)

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ได้กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลและเป็นตัวกำหนดความคาดหวังของผู้ใช้บริการในการประเมินคุณภาพบริการไว้ 4 ปัจจัย ดังนี้

1. คำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth and Communication) ความคาดหวังที่เกิดจากการบอกเล่าจากปากต่อปาก คือ การหาข้อมูลด้วยการสอบถามหรือได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือญาติสนิทที่เคยใช้บริการนั้นๆ มาก่อน โดยได้รับการบริการที่ดีจนเกิดความคาดหวังที่จะได้รับการบริการดังกล่าวเช่นเดียวกัน

2. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) เป็นความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษา ครอบครัว ศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้ระดับความคาดหวังของบุคคลอยู่ในระดับที่ลดลงหรือเพิ่มขึ้นจากเดิมได้

3. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) เป็นประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมาหรือเคยได้รับมาโดยมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ถ้าผู้รับบริการไม่เคยได้รับการดูแลเป็นพิเศษในลักษณะนี้มาก่อนแต่ได้รับเป็นครั้งแรก ลูกค้าย่อมรู้สึกพอใจเป็นพิเศษเหนือความคาดหมาย

4. การสื่อสารภายนอก (External Communication) เป็นความคาดหวังที่เกิดจากการติดต่อสื่อสารเพื่อโน้มน้าวผู้รับบริการ ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารทางตรงและการสื่อสารทางอ้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ เช่น การลงโฆษณา ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลผู้รับบริการล่วงหน้า เพื่อให้ผู้รับบริการสะสมข้อมูลในการสร้างความคาดหวังก่อนตัดสินใจใช้บริการของบริษัท เป็นต้น

ความคาดหวังได้ถูกนำไปใช้ในด้านคุณภาพบริการที่แตกต่างจากที่ใช้ในด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยในด้านความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นการแสดงการทำนายที่สร้างขึ้นโดยผู้รับบริการเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างการทำธุรกรรมหรือการแลกเปลี่ยน เป็นสิ่งที่เข้าใจกันทั่วไปว่าความคาดหวังเป็นความน่าจะเป็นของสิ่งที่ผู้รับบริการได้กำหนดการเกิดเหตุการณ์ในแง่บวกหรือในแง่ลบขึ้นเมื่อผู้รับบริการเข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้นๆ ในด้านคุณภาพบริการความคาดหวังเป็นการแสดงถึงความชอบหรือความต้องการของผู้รับบริการที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าคุณให้บริการควรเสนอมากกว่าที่ได้เสนอมาน (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988)

ระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

ความคาดหวังของผู้บริโภค เป็นความเชื่อของผู้บริโภคที่มีเกี่ยวกับการแสดงออกของบริการที่ถูกใช้เป็นมาตรฐานหรือการอ้างอิงกับการบริการที่แสดงออกมา ความเข้าใจระดับของความคาดหวังของผู้บริโภคจะทำให้บริษัทแน่ใจได้ว่าสิ่งนั้นเป็นความต้องการของลูกค้า ความคาดหวังของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ระดับ คือ ระดับในอุดมคติของบริการ ระดับความต้องการ

ของบริการ ระดับที่เหมาะสมของบริการ ระดับที่ทำนายได้ของบริการและขอบเขตที่อดทนได้ (Kurtz and Clow, 1998)

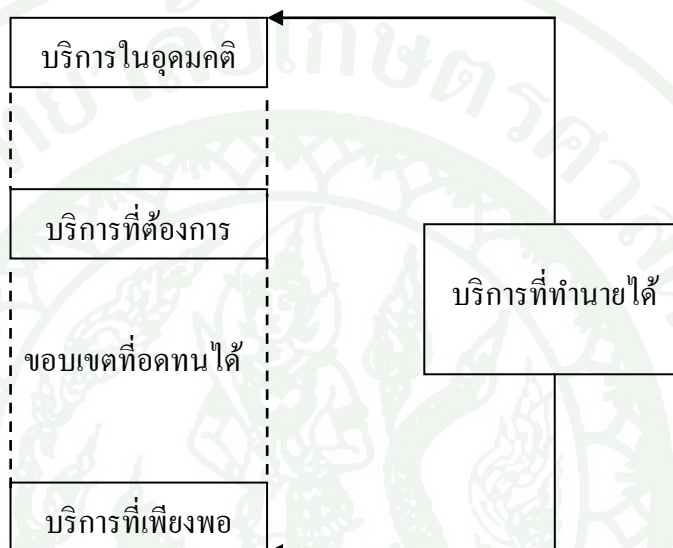
1. ระดับในอุดมคติของบริการจะถูกนิยามว่าเป็นระดับความประสงค์หรือความปรารถนาของการบริการที่ผู้บริโภคชื่นชอบ

2. ระดับความต้องการของบริการเป็นระดับของการบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังที่จะได้รับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการในระดับนี้ เช่น ความต้องการส่วนบุคคลของหรือเงื่อนไขที่จำเป็นเพื่อร่างกายหรือจิตใจ

3. ระดับที่เพียงพอของบริการหรือระดับในลำดับที่ 3 ของความคาดหวังของผู้บริโภค ระดับนี้เป็นระดับที่น้อยที่สุดของการบริการที่ผู้บริโภคจะได้รับหรือยอมรับให้เกิดขึ้นโดยปราศจากความไม่พอใจ โดยในพื้นที่ระหว่างระดับที่เพียงพอของบริการกับระดับความต้องการของบริการจะเป็นพื้นที่ที่ถูกนิยามว่าเป็นขอบเขตที่อดทนได้ การบริการที่แสดงออกมาในพื้นที่นี้จะได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งการบริการที่แสดงออกมาที่ต่ำกว่าระดับที่เพียงพอของบริการและอยู่ภายนอกพื้นที่นี้จะเป็นการบริการที่ไม่สามารถยอมรับได้

4. ขอบเขตของความอดทน เป็นขอบเขตที่ผู้บริโภครับรู้และยินดีที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงในประสิทธิภาพการให้บริการ ถ้าการบริการลดลงต่ำกว่าช่วงการบริการที่เพียงพอถือว่าเป็นระดับต่ำสุดที่ยอมรับได้ ผู้บริโภคอาจจะได้รับความผิดหวังและบริษัทจะถูกบ่อนทำลาย แต่หากประสิทธิภาพการให้บริการสูงกว่าขอบเขตของความอดทน ผู้บริโภคอาจจะได้รับความพึงพอใจ บริษัทจะมีประสิทธิภาพสูงในการให้บริการ ผู้บริโภคจะเกิดความยินดีและเกิดความประทับใจ ขอบเขตของความอดทนนี้เป็นตัวแทนของความแตกต่างระหว่างบริการที่ต้องการและระดับของการบริการที่ถือว่าเพียงพอ (Hill, 1986)

5. ระดับที่ทำนายได้ของบริการหรือระดับสุดท้ายของความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นระดับของความคาดหวังที่เกิดขึ้นจริงของการบริการจากธุรกิจบริการนั้น ซึ่งสามารถจัดขอบเขตจากระดับในอุดมคติของบริการจนถึงระดับที่เพียงพอของบริการ



ภาพที่ 3 รูปแบบของระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

ที่มา: Kurtz and Clow (1998)

จากภาพที่ 3 อธิบายสรุปได้ว่าได้ว่า ระดับในอุดมคติของบริการเป็นระดับสำหรับปรารถนา, ระดับความต้องการของบริการเป็นความต้องการหรือความหวังที่จะได้รับ, ระดับที่เพียงพอของบริการเป็นระดับต่ำสุดของผู้บริโภคที่จะสามารถอดทนได้, ขอบเขตที่อดทนได้เป็นพื้นที่ของความอดทนระหว่างระดับในอุดมคติของบริการและระดับที่เพียงพอของบริการ และระดับที่ทำนายได้ของบริการเป็นการคาดการณ์หรือความเชื่อว่าจะได้รับและใช้เวลาในทุกสถานการณ์ปรับเปลี่ยนความคาดหวัง (Parasuraman, Berry and Zeithaml, 1991)

แนวคิดการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรวบรวมและเปลี่ยนแปลงความประทับใจของตนเองจากประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อให้ความหมายกับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเขา ซึ่งการรับรู้เป็นการทำงานขั้นแรกสุดของร่างกายในการติดต่อกับสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผ่านประสาทสัมผัสทาง ตา หู จมูก ลิ้นและผิวหนัง ทำให้ร่างกายเรียนรู้ต่อบรรดาสิ่งเร้าต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมมาแปลความหมายของสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสและเกิดความรู้สึก ระลึกหรือรู้ความหมาย (ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์, 2551)

Gronroos (1984) เป็นนักวิจัยคนแรกที่ใช้แบบจำลองความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าเพื่ออธิบายถึง ความพึงพอใจของคุณภาพบริการ Gronroos ได้นิยามการรับรู้คุณภาพบริการไว้ว่าเป็นผลของการประเมินกระบวนการที่ลูกค้าเปรียบเทียบความคาดหวังกับบริการที่รับรู้ได้จากการใช้บริการ โดย Gronroos ได้พัฒนาแบบจำลองของการรับรู้คุณภาพ 2 มิติที่แตกต่างกัน คือ คุณภาพทางหน้าที่และคุณภาพทางเทคนิค เป็นคุณภาพที่ส่งผลกระทบไปยังความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ ซึ่งคุณภาพบริการมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิคและคุณภาพเชิงหน้าที่ โดยคุณภาพทางเทคนิคเป็นผลได้ของการได้รับบริการว่าจะอะไรเป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับที่สามารถวัดได้ ซึ่งเป็นการพิจารณาว่า ผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน ความพอใจที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารทางตลาด, การสื่อสารแบบปากต่อปาก, ภาพลักษณ์องค์กร และความต้องการของลูกค้า ส่วนคุณภาพทางหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการว่าจะทำอะไรหรือจะจัดหาบริการอย่างไรให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา ซึ่งเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ทางจิตวิทยาระหว่างผู้ซื้อ ผู้ขายและการรับรู้ รวมถึงทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงาน, ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้า, สิ่งที่ปรากฏและบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ, การมีใจรักบริการของผู้ให้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

เงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพ และทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีในเมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ

2. ทักษะและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจโดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าน่าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานที่ได้ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการรวมถึงมีการเตรียมปรับการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะหาตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ
5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที
6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การรับรู้เกิดจากความคิดหรือมุมมองของแต่ละบุคคล โดยเหตุการณ์เดียวกันอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการตีความหรือการแปลผลที่ต่างกัน หรือแม้ในคนเดียวกันแต่ต่างเวลาหรือต่างสถานการณ์การรับรู้ก็อาจแตกต่างกัน โดยการรับรู้ในด้านคุณภาพนั้นเกิดจากความคาดหวังของลูกค้าว่าสินค้าหรือบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือการบริการจะพิจารณาจากความเหมาะสมของการใช้งาน, ความคงทน, ความปลอดภัย, ความสะดวกสบาย, ความไว้วางใจและความถี่ในการเสียหายต่ำ

การรับรู้กับคุณภาพการให้บริการ

ในทางทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม การรับรู้ คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบๆตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคลอาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธีการยอมรับถึงตัวกระตุ้น, การเลือกสรร, การประมวลและการตีความ เกี่ยวกับตัวกระตุ้น

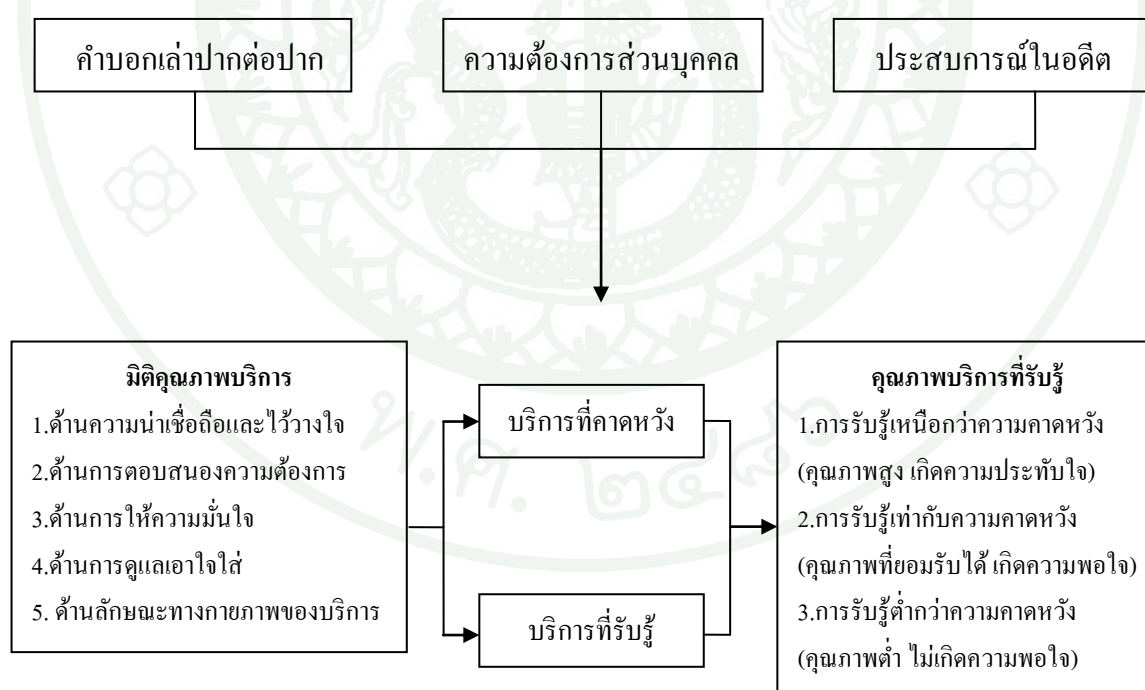
ดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการค่านิยม ความคาดหวังและปัจจัยอื่นๆ ทั้งนี้ มิติของการรับรู้คุณภาพบริการที่นักวิชาการเห็นพ้องกันประกอบด้วย (ชัชวาล ทัดศิวัช, 2552)

1. เวลา หมายถึง เวลาของการตัดสินใจว่าจะใช้บริการเมื่อใดหรือในช่วงใด
2. เหตุผล ในการตัดสินใจใช้บริการนั้น เป็นการตัดสินใจที่ผู้ใช้บริการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่ได้ทำลงไป
3. การบริการ เนื่องจากคุณภาพบริการเป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการจึงต้องมีการประเมินหรือการวัดคุณภาพบริการจากผู้รับบริการหรือลูกค้า
4. เนื้อหา โดยคุณภาพบริการครอบคลุมถึงความรู้, ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้รับบริการ
5. บริบท ซึ่งได้รับอิทธิพลจากบริการหรือปัจจัยสถานการณ์
6. การรวม โดยที่พฤติกรรมการใช้บริการนั้นจะได้รับการพิจารณาว่าเป็นเรื่องของการทำธุรกิจหรือความต้องการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้สร้างช่องว่างคุณภาพบริการ ซึ่งเป็นการสร้างโครงสร้างและการวัดคุณภาพบริการ โดย Parasuraman *et al.*, ตั้งสมมติฐานว่า วิธีการที่จะวัดคุณภาพบริการและความพึงพอใจผู้บริโภคตั้งอยู่บนพื้นฐานเดียวกันคือ การเปรียบเทียบของความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งนักวิจัยส่วนใหญ่แนะนำว่าผลลัพธ์ของระดับคุณภาพบริการที่สูงอยู่ในความพึงพอใจที่สูงด้วย หลังจากคุณภาพบริการและการรับรู้บริการถูกแบ่งแยกความแตกต่างแล้วพบว่า คุณภาพบริการที่ดีจะนำไปสู่ความพึงพอใจและการประเมินค่าในการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจ ผลของการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพบริการได้รับผลมาจากความพึงพอใจจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ โดยการรับรู้คุณภาพบริการเป็นการรวบรวมของความพึงพอใจผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม คงเป็นความเรื่องยากที่จะแบ่งแยกคุณภาพที่เป็นจริงและการรับรู้คุณภาพบริการจาก

มุมมองผู้บริโภค ดังนั้น นักวิจัยส่วนใหญ่จึงวัดการรับรู้คุณภาพบริการเท่านั้นและเสนอว่าการรับรู้คุณภาพบริการที่สูงจะสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคได้มากกว่า (Bei *et al.*, 2001)

ความพึงพอใจกับคุณภาพบริการสามารถกำหนดได้โดยการเปรียบเทียบการรับรู้ของคุณภาพบริการกับความคาดหวังของบริการที่ชื่นชอบ หลังจากได้รับบริการลูกค้าจะเปรียบเทียบการปฏิบัติของผู้ให้บริการกับความคาดหวัง ซึ่งได้รับอิทธิพลหลักๆจากคำบอกเล่าปากต่อปาก, ความต้องการส่วนบุคคลและประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตาม ลูกค้าอาจจะไม่ได้รับการบริการตามที่คาดหวังก่อนได้รับบริการจริง เมื่อการรับรู้จริงมากกว่าความคาดหวังที่ได้ตั้งไว้ การบริการนั้นจะเป็นการรับรู้คุณภาพมาก ก่อให้เกิดความประทับใจ แต่เมื่อการรับรู้จริงไม่มากกว่าหรือน้อยกว่าความคาดหวังแสดงว่าคุณภาพบริการถือว่าไม่เป็นที่ยอมรับ และเมื่อการรับรู้จริงและความคาดหวังไม่มีความแตกต่างกันแสดงว่าการบริการนั้นเป็นที่น่าพอใจแต่ยังไม่ก่อให้เกิดความประทับใจ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985 อ้างใน Atilgan, Akinci and Aksoy, 2008)



ภาพที่ 4 คุณภาพบริการที่รับรู้

ที่มา: Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985 อ้างใน Atilgan, Akinci and Aksoy, 2008)

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล

โดยที่เราสามารถจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคลออกเป็น 6 ประการต่อไปนี้ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์, 2551)

1. ค่านิยมและทัศนคติ (Values and Attitudes) มีผลต่อการรับรู้ การสร้างภาพและการแปลความหมายต่อสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว รวมทั้งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ค่านิยมและทัศนคติ ทำให้บุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันในปรากฏการณ์เดียวกัน โดยบุคคลที่มองโลกในด้านดี มีแนวโน้มที่จะมองเห็นส่วนที่ดีของสภาพแวดล้อมหรือสิ่งเร้า
2. บุคลิกภาพ (Personality) จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ในสิ่งแวดล้อมหรือปรากฏการณ์ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน
3. การจูงใจ (Motivation) จะเกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการกระตุ้นจากภายนอก การจูงใจจะมีอิทธิพลต่อการแสดงออกและการรับรู้ของบุคคล
4. ความสนใจ (Attention) บุคคลจะมีความสนใจในเรื่องต่างๆ ไม่เหมือนกันโดยเฉพาะในเรื่องใกล้ตัว
5. ประสบการณ์ (Experience) จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และแปลความเรื่องต่างๆ ตลอดจนช่วยให้บุคคลสามารถรับรู้ได้เร็วขึ้นถ้ามีประสบการณ์ในเรื่องที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว
6. ความคาดหวัง (Expectation) ความคาดหวังมีผลต่อการรับรู้ของบุคคล โดยเฉพาะเมื่อบุคคลมีความคาดหวังล่วงหน้าในเรื่องต่างๆ

ซึ่งการรับรู้จะมีขั้นตอนสำคัญต่อไปนี้

1. การรับสัมผัส
2. การสนใจ
3. การสร้างภาพ
4. การแปลความหมาย

5. การแสดงออก

การรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมายจากสิ่งที่เราสัมผัสเป็นที่รู้จักที่เข้าใจ โดยใช้ประสบการณ์เดิมช่วยในการแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้วและการที่เราตีความหมายต่อสิ่งหนึ่งอย่างใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าเรารับรู้และตีความหมายให้เป็นอย่างไร เพราะแต่ละคนจะตีความหมายจากการรับรู้ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละคนและการเข้าใจความหมายของสิ่งที่เราเห็นแล้วเอามาขยายความ

แนวคิดความไว้วางใจ

แนวคิดด้านความไว้วางใจมีนักวิชาการสนใจศึกษาตั้งแต่ปี ค.ศ.1980 ซึ่งในยุคแรกนักวิจัยเน้นศึกษาเกี่ยวกับความมุ่งหมายและแรงจูงใจของความไว้วางใจ แต่ในปัจจุบันนักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการศึกษาทางด้านพฤติกรรมที่นำไปสู่ความไว้วางใจ ความไว้วางใจจึงถือเป็นแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาเพราะความไว้วางใจเป็นการสร้างความร่วมมือของมนุษย์และเป็นกุญแจสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและองค์กร (Rousseau, Sitkin, Burt and Camerer, 1998) โดยความไว้วางใจเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องมีเป็นอันดับแรกในการตลาดบริการ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ความไว้วางใจจะถูกสร้างขึ้นเมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความสามารถของผู้ให้บริการ จึงมีนักวิจัยนิยามความหมายของความไว้วางใจไว้ว่า เป็นความเต็มใจที่จะพึ่งพาผู้ที่เรามีความเชื่อมั่น (Moorman, Deshpande and Zaltman, 1993) ซึ่งความเชื่อในความไว้วางใจจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดี (Omar *et al.*, 2009) นอกจากนี้ ความไว้วางใจยังเป็นพื้นฐานของความคาดหวังในพฤติกรรมของบุคคลอื่น โดยจะเป็นตัวเชื่อมส่วนที่แตกต่างกันเข้าไว้ด้วยกันอีกด้วย (Mayer *et al.*, 1995)

ความไว้วางใจได้ถูกทำไปใช้ในความหมายที่แตกต่างกันโดยนักวิจัยที่ต่างกัน ดังนี้

Rousseau, Sitkin, Burt and Camerer (1998) ได้ให้ความหมายของความไว้วางใจไว้ว่า เป็นพื้นฐานทางจิตวิทยาที่ประกอบด้วยความตั้งใจที่จะยอมรับความเสี่ยงที่ขึ้นอยู่กับความคาดหวังเชิงบวกของความตั้งใจหรือพฤติกรรมของผู้อื่น Currall and Judge (1995) มองว่าเป็นความเชื่อมั่นในพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีต่อผู้อื่น ซึ่งความไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญากับลูกค้าไว้ได้อย่างถูกต้อง เป็นความเชื่อมั่นหรือความคาดหวังในแง่บวกเกี่ยวกับการกระทำ

ของอีกฝ่ายหนึ่ง(Parasuranam, Zeithaml and Berry, 1991) โดยความไว้วางใจไม่จำเป็นต้องเป็นทัศนคติที่มีต่อบุคคลอื่น แต่อาจเป็นทัศนคติที่มีต่อวัตถุที่จับต้องไม่ได้ เช่น ตราสินค้า เนื่องจากลักษณะเฉพาะของการให้บริการ ความไว้วางใจในธุรกิจจึงถูกมองว่าเป็นหนึ่งในความเกี่ยวข้องของความสัมพันธ์ในการร่วมมือมากที่สุด ดังนั้น ความไว้วางใจจึงเป็นประโยชน์สำหรับการสร้างและการคงอยู่ของความสัมพันธ์ในระยะยาว (Akbar and Parvez, 2009) นอกจากนี้ ดิลก ถือกกล้า (2551) ยังได้ให้ความหมายของความไว้วางใจไว้ว่า ความไว้วางใจเป็นสภาวะอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลหรือของกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีความเชื่อมั่นต่ออีกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่า จะดำเนินการปฏิบัติหรือแสดงออกในทิศทางที่ตนเองคาดหวัง ไม่ทำความเสื่อมเสียหรือเสียหายให้เกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง การเต็มใจ ยินยอมหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ให้ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ที่จะดำเนินต่อไปในการที่จะทำให้ผู้ที่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจได้กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์และไม่เอาเปรียบผู้ที่ไว้วางใจซึ่งไม่สามารถทำเองได้

ในทศวรรษที่ผ่านมาพบว่าประเด็นความไว้วางใจมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรดำรงอยู่และประสบความสำเร็จ โดยความไว้วางใจมีพื้นฐานมาจากความร่วมมือซึ่งกันและกันของบุคคลในองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อองค์กร ความไว้วางใจเปรียบเสมือนสิ่งที่ดีส่วนต่างๆในองค์กรเข้าไว้ด้วยกันเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน หากองค์กรใดปราศจากความไว้วางใจในองค์กรย่อมก่อให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรในการบริหารจัดการอย่างมหาศาลมากกว่าองค์กรที่มีความไว้วางใจกัน ดังนั้น ความไว้วางใจจึงมีความสำคัญและเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นในการทำให้เกิดความราบรื่นและเกิดคุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพ (Dietz and Hartog, 2006) โดยมีผู้ให้ความหมายของความไว้วางใจในองค์กรไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึก ความมั่นใจและการสนับสนุนที่บุคคลมีต่อองค์กร เป็นความเชื่อที่ว่าองค์กรจะต้องซื่อตรงและสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในองค์กรได้ ซึ่งเป็นพื้นฐานจากผลของโครงสร้างสังคมในการลดความไม่แน่นอนและให้ความรู้สึกมั่นคงต่ออนาคต โดยจะแตกต่างจากความไว้วางใจในตัวผู้บังคับบัญชาตรงที่ความไว้วางใจในองค์กรไม่มุ่งเจาะจงไปที่บุคคล แต่เจาะจงที่สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับความเชื่อของบุคคลหรือเป็นสถานที่ที่ทำให้บุคคลคาดหวังต่อความสำเร็จในอนาคต (Gilbert and Tang, 1998)

จึงเห็นได้ว่า ความไว้วางใจเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของทุกอย่างองค์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงรักษาองค์กรไว้ได้ ความไว้วางใจไม่สามารถซื้อหาได้ ความไว้วางใจไม่สามารถร้องขอได้ ความไว้วางใจไม่สามารถบังคับได้ แต่ความไว้วางใจจะต้องเกิดจากการถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ได้รับการยอมรับการจะเปลี่ยนแปลงบุคคลอื่นหรือองค์กรจะต้องเริ่มต้นจากการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นให้ได้ก่อน เพราะสิ่งนี้จะเป็รากฐานที่สำคัญของความสัมพันธ์ในระดับที่กว้างขึ้นไป โดยการเกิดความไว้วางใจจะต้องเริ่มจากตัวของเราก่อนเป็นลำดับแรก โดยความไว้วางใจเป็นองค์ประกอบของคุณภาพของความสัมพันธ์ ในด้านจิตวิทยาและการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางในการจัดการธุรกิจและการสื่อสารองค์กร บางครั้งเป็นแนวคิดเดี่ยว แต่ส่วนใหญ่จะเป็นส่วนประกอบของความสัมพันธ์ในด้านจิตวิทยาและการสื่อสาร โดยจะเน้นในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งข้อตกลงสากลเห็นด้วยว่าความไว้วางใจเป็นแนวคิดหลายมิติ (Paine, 2003) คือ

1. มีหลายระดับ ความไว้วางใจเป็นผลจากปฏิสัมพันธ์ที่ครอบคลุมทั้งเพื่อนร่วมงาน, ทีม, องค์กร และพันธมิตรระหว่างองค์กร
2. เป็นรากฐานวัฒนธรรม ความไว้วางใจจะเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับบรรทัดฐาน, ค่านิยม และความเชื่อของวัฒนธรรมองค์กร
3. เป็นพื้นฐานการสื่อสาร ความไว้วางใจเป็นผลของพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร เช่น การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง, การให้คำอธิบายสำหรับการตัดสินใจและแสดงให้เห็นถึงความจริงใจและมีความเปิดเผยอย่างเหมาะสม
4. มีการเปลี่ยนแปลง ความไว้วางใจจะมีการเปลี่ยนแปลงเป็นวงกลมผ่านขั้นตอนของการสร้าง, การคงอยู่ และการหายไป
5. มีหลายขอบเขต ความไว้วางใจประกอบด้วยปัจจัยหลายๆปัจจัยทั้งการรับรู้, อารมณ์ และระดับของพฤติกรรม

ทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ส่วนบุคคลของความไว้วางใจ ความไว้วางใจเป็นหนึ่งในหลายๆขอบเขตที่รวมถึงการวัดความสัมพันธ์ เนื่องจากการวัดความไว้วางใจเป็นแก่นแท้ของการ

วัดความสัมพันธ์ จึงได้มีการรวมนิยามความสัมพันธ์ไว้กับนิยามความไว้วางใจ

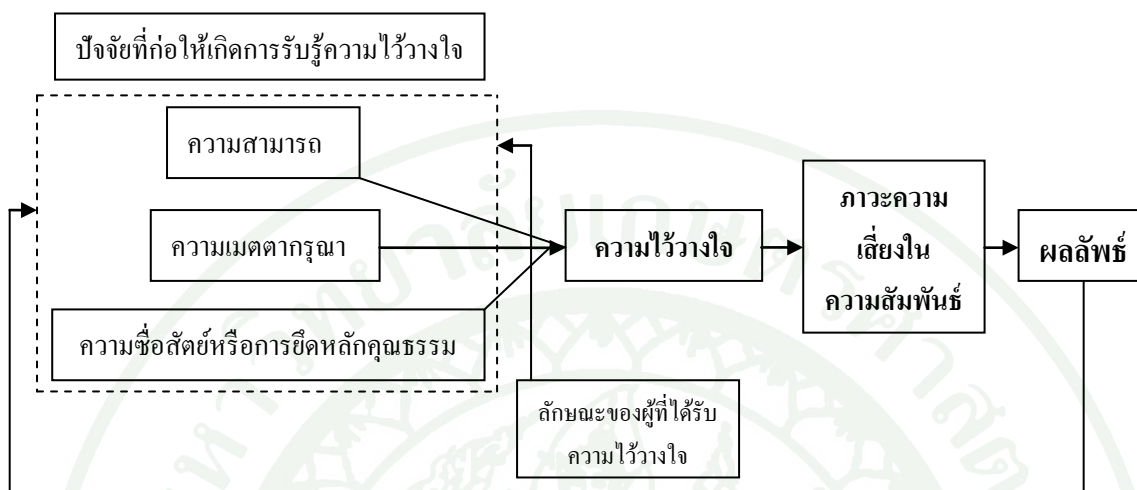
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในอดีตที่ผ่านมา

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในอดีตที่ผ่านมา

นักวิชาการ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ
Strickland (1958)	ความเมตตากรุณา
Deutsch (1960)	ความสามารถและความตั้งใจในการผลิต
Kee and Knox (1970)	ความสามารถและแรงจูงใจ
Rosen and lerdee (1977)	ความสามารถและเป้าหมายร่วมกัน
Gabaito (1978)	การเปิดเผยและผลลัพธ์ที่เคยได้รับมาก่อน
Cook and Wall (1980)	ความสามารถ, ความมั่นคง, ความยุติธรรม, ความซื่อสัตย์, ความจงรักภักดี, การเปิดเผย, การให้คำมั่นสัญญาและการเปิดกว้าง
Huston (1980)	ความเมตตากรุณาและความซื่อสัตย์
Solomon (1980)	ความเมตตากรุณา
Lieberman (1981)	ความสามารถและความซื่อสัตย์
George and Swap (1982)	ความเชื่อถือได้
Mishia (1990)	ความสามารถ, การเปิดเผย, การดูแลเอาใจใส่และความเชื่อถือได้
Ring and Ven (1992)	ความซื่อสัตย์และมีศีลธรรม, ความเป็นมิตร
Roth (1993)	ความสามารถและคุณค่าร่วมกัน

ที่มา: Mayer, Davis and Schoorman (1995)

การนำเสนอรูปแบบของความไว้วางใจ



ภาพที่ 5 รูปแบบของความไว้วางใจ

ที่มา: Mayer, Davis and Schoorman (1995)

Mayer, Davis and Schoorman (1995) ได้เสนอโมเดลที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางและมีอิทธิพลต่อการ ศึกษาความไว้วางใจ โดยเสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจหรือลักษณะปัจจัยของผู้ที่ได้รับ ความไว้วางใจ 3 ปัจจัย คือ ความสามารถ (ability) ความเมตตากรุณา (Benevolence) และความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม (Integrity) โดยอธิบายไว้ดังนี้

1. ความสามารถ (Ability) ความสามารถเป็นกลุ่มของทักษะ สมรรถนะและคุณลักษณะพิเศษที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีความสามารถสูงในทักษะบางอย่าง สามารถทำให้เกิดความไว้วางใจในงานที่ยากที่เกี่ยวข้องกับทักษะนั้นๆ ซึ่งขอบเขตของทักษะความสามารถเป็นสิ่งที่เฉพาะเจาะจงที่ได้รับ ความไว้วางใจจนทำให้บุคคลอื่นสามารถไว้วางใจบนภาระหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ได้รับ ความไว้วางใจอาจมีความถนัดจากการฝึกฝนหรือจากการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับเทคนิคนั้นๆ ซึ่งความสามารถ คือ ความรู้ ทักษะ สมรรถนะ และการตัดสินใจอื่นๆของบุคคลที่นำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวก รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการช่วยเหลือผู้อื่นในการเรียนรู้ ทักษะต่างๆเพื่อผลการปฏิบัติงานที่ดี โดยมีนักวิจัยหลายท่านชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความสามารถ

เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจขององค์กรที่ชัดเจน

2. ความเมตตากรุณา (Benevolence) ความเมตตากรุณาเป็นขอบเขตที่บุคคลที่ผู้ให้ความไว้วางใจได้รับการเชื่อว่าผู้ได้รับความไว้วางใจจะต้องหลีกเลี่ยงการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและกระทำแต่สิ่งที่ดีๆให้แก่ผู้ที่ให้ความไว้วางใจ นอกเหนือจากการกระทำที่หวังผลตอบแทนหรือกำไร ความเมตตากรุณาเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ได้รับความไว้วางใจมีความผูกพันบางอย่างต่อผู้ที่ให้ความไว้วางใจ ซึ่งความผูกพันนี้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ให้ความไว้วางใจและผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ โดยผู้ที่ได้รับความไว้วางใจต้องการที่จะช่วยเหลือผู้ที่ให้ความไว้วางใจ ถึงแม้ว่าผู้ที่ให้ความไว้วางใจจะไม่ได้อำนาจขอความช่วยเหลือ รวมทั้งไม่จำเป็นต้องให้ผลตอบแทนต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจด้วยเช่นกัน ความเมตตากรุณาเป็นการรับรู้ความเชื่อทางบวกของผู้ที่ได้รับความไว้วางใจต่อผู้ที่ให้ความไว้วางใจ

มีนักวิจัยหลายท่านได้อธิบายถึงลักษณะของความเมตตากรุณาที่เป็นพื้นฐานสำหรับความไว้วางใจไว้ว่า เป็นรูปแบบของแรงจูงใจที่ใช้ชักจูงผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ความคิดนี้สอดคล้องกันอย่างชัดเจนกับมุมมองที่ว่าความเมตตากรุณาเป็นการแสดงบทบาทที่สำคัญในการประเมินค่าของความไว้วางใจ นักวิจัยหลายท่านได้ใช้รูปแบบของความเมตตากรุณาในการวิเคราะห์ความไว้วางใจ โดยมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์เฉพาะกับผู้ได้รับความไว้วางใจ ความเมตตากรุณาแสดงถึงความหมายโดยนัยที่ว่าเป็นข้อกำหนดส่วนบุคคลที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเสนอโมเดล นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยบางท่านชี้ให้เห็นว่า การเห็นประโยชน์ผู้อื่นก่อให้เกิดระดับของความไว้วางใจและความจงรักภักดีเป็นตัวขับเคลื่อนของความไว้วางใจโดยผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจะต้องเป็นผลลัพธ์ค้นไปสู่เป้าหมายขององค์กรซึ่งความเมตตากรุณา เป็นปัจจัยที่พบบ่อยที่สุดเป็นอันดับสองรองจากปัจจัยการยึดถือหลักคุณธรรม ซึ่งถือว่าปัจจัยด้านความเมตตากรุณาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจด้วยเช่นกัน

3. ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม (Integrity) ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์และความไว้วางใจที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้ที่

ให้ความไว้วางใจว่า ผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจะปฏิบัติตามหลักการที่ผู้ให้ความไว้วางใจสามารถยอมรับได้ว่าจะเป็นผู้ที่มีความยุติธรรมและไม่ได้มุ่งแต่แสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างการยึดถือหลักคุณธรรมกับความไว้วางใจจะเกี่ยวข้องกับความเข้าใจของผู้ที่ให้ความไว้วางใจยอมรับต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจบนความเชื่อที่ว่า บุคคลที่ถูกไว้วางใจมีจิตสำนึกที่ดี มีการกระทำที่คงเส้นคงวา มีการสื่อสารที่คืบหน้าเชื่อถือ ซึ่งจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมต่างๆ พบว่า ความซื่อสัตย์หรือการยึดถือหลักคุณธรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและเป็นปัจจัยที่พบบ่อยที่สุด ปัจจัยนี้ครอบคลุมถึงความเป็นคนเปิดเผยและความซื่อสัตย์ ซึ่งความเป็นคนเปิดเผยเป็นปัจจัยสำคัญต่อความไว้วางใจ โดย Zalabak, Ellis and Winograd ได้ศึกษาโดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ความเป็นคนเปิดเผยและความซื่อสัตย์เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Dirks and Ferrin ที่ศึกษาว่าการยึดถือหลักคุณธรรมของผู้นำเป็นคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในผู้นำ ส่วน Burke et al. แสดงว่า การยึดถือหลักคุณธรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจเช่นเดียวกันและเห็นว่าปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อความไว้วางใจ

นอกจากนี้ ยังกล่าวว่า การยึดถือหลักคุณธรรมเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างและรักษาความไว้วางใจทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน โดยทั้งความสามารถ ความเมตตากรุณาและความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความไว้วางใจ ซึ่งปัจจัยแต่ละตัวล้วนเป็นอิสระต่อกัน โดยถ้าทั้ง 3 ปัจจัยก่อให้เกิดการรับรู้ที่สูงย่อมทำให้ผู้ให้ความไว้วางใจเกิดความเชื่อใจและไว้วางใจ ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวส่งผลอย่างมากต่อความไว้วางใจในองค์กร แม้ว่าแบบจำลองหลายๆแบบจำลองก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจมากกว่า 3 ปัจจัยข้างต้น อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า ทั้ง 3 ปัจจัยสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์และสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ องค์กรที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก โดยสมาชิกแต่ละคนออมรายได้ฝากไว้กับสหกรณ์เป็นประจำสม่ำเสมอในลักษณะการถือหุ้นและฝากเงิน นอกจากนั้น หากสมาชิกประสบความเดือดร้อนเกี่ยวกับการเงินก็สามารถช่วยเหลือได้โดยการให้กู้ยืม ซึ่งอัตราดอกเบี้ยจะต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น สมาชิกสหกรณ์ทั้งหมดจะเป็นผู้ที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกันและมีเงินเดือนประจำด้วย สหกรณ์ออมทรัพย์มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายสหกรณ์ และกระทรวงการคลังได้ประกาศให้สหกรณ์ออมทรัพย์คิดดอกเบี้ยเงินกู้ยืมได้เช่นเดียวกับสถาบันการเงิน ตามประกาศกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2526 การดำเนินธุรกิจ สหกรณ์มีทุนดำเนินงานมาจากเงินค่าหุ้น และเงินรับฝากจากสมาชิก ซึ่งมีทั้งเงินฝากประจำและเงินฝากออมทรัพย์โดยไม่มีเงินกู้ยืมจากต่างประเทศ ในปัจจุบันมีสหกรณ์ออมทรัพย์ทั้งสิ้น 1,227 สหกรณ์ (รวมสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน) สมาชิก 1,915,281 คน มีเงินออมทั้งระบบ (เงินค่าหุ้นและเงินรับฝาก) 183,405.35 ล้านบาท เงินทุนเหล่านี้ จะนำไปให้กู้ยืมแก่สมาชิกที่เดือดร้อนหรือจำเป็น สินทรัพย์ของสหกรณ์มี 239,953.19 ล้านบาท มากกว่าร้อยละ 63.53 จะเป็นการให้เงินกู้แก่สมาชิก สำหรับการส่งชำระค่าหุ้น และชำระหนี้เงินกู้ สหกรณ์ใช้ระบบการหักเงิน ณ ที่จ่าย ทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนไหลเข้า สหกรณ์อย่างสม่ำเสมอทุกเดือน

ด้วยวิธีการดังกล่าว ธุรกิจของสหกรณ์จึงมีความมั่นคงอย่างสูง โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาตัวเลขความมั่นคงของสินทรัพย์ ในปี 2539 สหกรณ์ออมทรัพย์ทั้งระบบมีค่าเผื่อหนี้สูญต่อลูกหนี้สมาชิกกู้ และค่าหนี้สงสัยจะสูญต่อลูกหนี้สมาชิกกู้เพียงร้อยละ 0.021 และ 0.075 ตามลำดับเท่านั้น ซึ่งนับว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินประเภทอื่นๆ (ตัวเลขจากรายงานสรุปผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ ประจำปี 2539, กรมตรวจบัญชีสหกรณ์) โดยสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นพื้นฐานของการพัฒนาคนในการเรียนรู้เรื่อง การฝึกนิสัยการประหยัดและออม, สอนให้สมาชิกมีความสามารถช่วยตนเอง, สอนให้สมาชิกรู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และการควบคุมดูแลตนเองในบรรดาสมาชิก (ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด, 2555)

วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์

เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมของบรรดาสมาชิก โดยวิธีช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักการ รวมทั้งในข้อต่อไปนี้ (สหกรณ์ออมทรัพย์สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จำกัด, 2555)

1. ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์ โดยช่วยให้สมาชิกสงวนส่วนแบ่งรายได้ของตนไว้ในทางอันมั่นคง และได้รับประโยชน์ตามสมควร
2. ส่งเสริมการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยตัวเองในหมู่สมาชิก
3. รับเงินฝากจากสมาชิกหรือสหกรณ์อื่น
4. จัดหาทุนเพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
5. ให้เงินกู้แก่สมาชิก
6. ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน
7. ซื้อหุ้นของธนาคารซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์
8. ซื้อหุ้นของชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น
9. ซื้อหุ้นของสถาบันที่ประกอบธุรกิจอันทำให้เกิดความสะดวกหรือส่งเสริมความเจริญแก่กิจการของสหกรณ์
10. ซื้อหลักทรัพย์รัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ
11. ออกตั๋วสัญญาใช้เงินและตราสารการเงิน
12. ฝากหรือลงทุนอย่างอื่นตามกฎหมายและตามที่คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติกำหนด
13. ดำเนินการให้กู้ยืมเพื่อการเคหะ
14. ให้สวัสดิการและการสงเคราะห์ตามควรแก่สมาชิกและครอบครัว
15. ร่วมมือกับทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมชุมสหกรณ์และสหกรณ์อื่นเพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของสหกรณ์
16. กระทำการต่างๆ ตามที่อนุญาตไว้ในกฎหมาย ว่าด้วยสหกรณ์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ที่กล่าวข้างต้น รวมถึง ซื้อ ถิ่นกรรมสิทธิ์หรือทรัพย์สินครอบครอง กู้ยืม เช่าหรือให้เช่า เช่าซื้อหรือให้เช่าซื้อ โอนหรือรับโอน สิทธิการเช่าหรือสิทธิการเช่าซื้อ ขายหรือจำหน่าย หรือรับจ้างงานจําหน่ายหรือรับจ้างนำด้วยวิธีอื่นใด ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิก หรือของสมาชิก

17. ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก
18. ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศ หรือบุคคลอื่นใด
19. ดำเนินกิจการอย่างอื่นที่เกี่ยวกับหรือเกี่ยวเนื่องในการจัดการให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

จุดแข็งของสหกรณ์ออมทรัพย์

1. สหกรณ์ออมทรัพย์ส่วนมากตั้งอยู่ในกลุ่มคนที่มีเงินเดือนหรือค่าจ้างประจำ ทั้งในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน
2. สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์มีระดับการศึกษาก่อนข้างสูง
3. ได้รับการสนับสนุนจากต้นสังกัดในการอำนวยความสะดวกในการหักเงินเดือนหรือค่าจ้างของสมาชิกส่งให้สหกรณ์เป็นเงินออมและเงินงวดชำระหนี้

เปรียบเทียบการดำเนินงานของสหกรณ์กับธุรกิจอื่นๆ

สหกรณ์ดำเนินธุรกิจเช่นเดียวกับธุรกิจที่ดำเนินการโดยคนเดียว ห้างหุ้นส่วนและบริษัท แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบความพิเศษของสหกรณ์ สามารถเปรียบเทียบเป็นข้อๆได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบลักษณะการดำเนินงานของสหกรณ์กับธุรกิจอื่นๆ

ลักษณะ	สหกรณ์	บริษัทจำกัด
1. วัตถุประสงค์	ดำเนินธุรกิจและบริการเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไขปัญหาต่างๆ	ดำเนินธุรกิจเพื่อการค้า ทำธุรกิจกับบุคคล ภายนอกเพื่อแสวงหากำไรให้มากที่สุด
2. ลักษณะการรวมกัน	มุ่งด้านการรวบรวมคนมากกว่าทุน	มุ่งด้านการรวบรวมทุนต้องการทุนในการดำเนินงานมาก
3. หุ้นและมูลค่าหุ้น	ราคาหุ้นคงที่และมีอัตราค่าเพื่อให้ทุกคนสามารถซื้อถือหุ้นได้และหุ้นมีจำนวนไม่จำกัด	ราคาหุ้นเปลี่ยนแปลงตามฐานะของกิจการ โดยจำนวนหุ้นมีจำนวนจำกัด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะ	สหกรณ์	บริษัทจำกัด
4. การควบคุมและการ ออกเสียง	ควบคุมตามแบบประชาธิปไตย สมาชิกออก เสียงได้คนละหนึ่งเสียงและไม่สามารถออก เสียงแทนกันได้	ออกเสียงได้ตามจำนวนหุ้นที่ถือ และสามารถออกเสียงแทนกันได้
5. การแบ่งกำไร	การแบ่งกำไรจะแบ่งตามความมากน้อยของการ ทำธุรกิจกับสหกรณ์ และจำนวนหุ้นที่ถือ	การแบ่งกำไร แบ่งตามจำนวนหุ้น ที่ถือ โดยถือหุ้นมากได้เงินปันผล คืนมาก

ที่มา: นุกูล กรยีนยงค์ (2554)

เปรียบเทียบสหกรณ์ออมทรัพย์กับธนาคาร

สหกรณ์ออมทรัพย์นั้นมีข้อได้เปรียบธนาคารทั่วไปในหลายประเด็น เช่น การที่ไม่ถือเป็นหน่วยภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ทำให้ไม่มีภาระภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีธุรกิจเฉพาะ และอากรแสตมป์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน ทำให้สมาชิกได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้จากเงินปันผลและเงินฝากบางประเภท โดยในปัจจุบันจากการที่สหกรณ์ออมทรัพย์ของไทยมีพัฒนาการที่ก้าวหน้าขึ้นทุกปี ทั้งจำนวนสหกรณ์และสินทรัพย์ของสหกรณ์ที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่าสหกรณ์ออมทรัพย์มีความสำคัญต่อระบบสถาบันการเงินของไทยในระดับมหภาคด้วย เนื่องจากสหกรณ์ออมทรัพย์นั้นมีเงินกองทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีส่วนส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศ

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบลักษณะการออมเงินระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์กับธนาคาร

ลักษณะ	การออมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์	การออมเงินกับธนาคาร
1. ผลตอบแทนที่ได้รับ	ผลตอบแทนจะมีมากกว่า คือในรูปของเงินปันผล, เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ยของเงินที่ฝากกับสหกรณ์	จะได้รับผลตอบแทนจากดอกเบี้ยเท่านั้น
2. การเสียภาษี	ไม่ต้องเสียภาษีเงินปันผลและเฉลี่ยคืน	หักภาษี ณ ที่จ่าย 15%
3. การจัดสรรผลกำไร	ผลกำไรที่ได้จัดสรรคืนให้กับสมาชิกทั้งหมด ทุกคนตามสัดส่วนจำนวนเงินของสมาชิกที่ทำ ธุรกิจกับสหกรณ์	ผลกำไรที่ได้ทั้งหมดอยู่กับ เจ้าของกิจการเท่านั้น

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ลักษณะ	การออมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์	การออมเงินกับธนาคาร
4.การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	เป็นธุรกิจการเงินที่สมาชิกอยู่ในฐานะเป็นเจ้าของและลูกค้าพร้อมๆกัน	เป็นธุรกิจการเงินที่ให้กู้เงิน โดยต้องมีหลักประกันและไม่ได้ให้สิทธิกับทุกคนโดยถือว่าผู้มาทำธุรกิจเป็นเพียงลูกค้าเท่านั้น

ที่มา: กระทรวงแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบลักษณะของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์กับลูกค้าธนาคาร

ลักษณะ	สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	ลูกค้าธนาคาร
1.การเข้าใช้บริการ	ผู้ที่มาใช้บริการต้องเป็นสมาชิกของสหกรณ์เท่านั้น (สหกรณ์ออมทรัพย์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จำกัด, 2550)	ผู้ที่มาใช้บริการต้องเป็นลูกค้าหรือผู้เปิดบัญชีกับธนาคาร
2.บทบาท	เป็นทั้งเจ้าของกิจการ ผู้บริหารงาน/ควบคุม และผู้ให้บริการ (นุกูล กรขิ่นยงค์, 2554)	เป็นผู้ให้บริการเท่านั้น
3.ภาระหน้าที่	3.1 ในฐานะเจ้าของ ต้องทำให้สหกรณ์เจริญและมีความมั่นคง 3.2 ในฐานะผู้บริการต้องยึดมั่นในอุดมการณ์ หลักการและวิธีการของสหกรณ์ พร้อมทั้งสร้างความชอบธรรมให้เกิดแก่สมาชิกทุกคน ทั้งในกลุ่มของผู้กู้เงินและผู้ออมเงิน 3.3 ในฐานะผู้ให้บริการ สมาชิกต้องเน้นการออมเพื่อสร้างอนาคตที่มั่นคง ใช้เงินกู้ เฉพาะในสิ่งที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ ปฏิบัติตามข้อบังคับและระเบียบสหกรณ์ (สหกรณ์ออมทรัพย์การประปาส่วนภูมิภาค จำกัด, 2555)	ในฐานะผู้ให้บริการ ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินกับทางธนาคาร เพื่อรักษาผลประโยชน์สูงสุดของตน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2555) โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าส่วนรวม
4.ความผูกพัน	สมาชิกสหกรณ์จะรู้สึกผูกพันกับองค์กรมากกว่าในฐานะที่เป็นทั้งเจ้าของกิจการ ผู้บริหารงาน/ควบคุม และผู้ให้บริการ (นุกูล กรขิ่นยงค์, 2554)	ความผูกพันจะขึ้นอยู่กับบริการที่ได้รับจากผู้ธนาคารว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ลักษณะ	สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์	ลูกค้าธนาคาร
5.การร่วมมือกัน	สมาชิกทุกคนต้องร่วมมือกันในการดำเนินงานธุรกิจเพราะหากปราศจากเสียซึ่งการร่วมมือกันแล้ว สหกรณ์ก็ไม่สามารถจะดำรงอยู่ได้ และไม่สามารถแก้ปัญหาใดๆได้ โดยอาศัยความซื่อสัตย์และความจงรักภักดีของสมาชิกต่อสหกรณ์เป็นสำคัญ (ประดิษฐ์ มัชฌิมา, 2555)	การร่วมมือกันเป็นการสร้างความร่วมมือภายในสถาบันการเงินหรือธนาคาร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าธนาคาร โดยมุ่งให้ลูกค้าได้รับประโยชน์และความพึงพอใจอย่างเหมาะสม (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2555)
6.ความจงรักภักดี	วัดได้จากการทำธุรกรรมกับสหกรณ์ด้วยการซื้อขายสินค้าและบริการกับสหกรณ์ การทำสินเชื่อกับสหกรณ์โดยไม่ก่อหนี้กับแหล่งเงินทุนภายนอกและการชำระหนี้ให้กับสหกรณ์ตามกำหนดเวลาที่สัญญาไว้กับสหกรณ์ (บุญกุล กรธินรงค์, 2554)	วัดจากการกลับมาใช้บริการของลูกค้าอีกครั้ง เนื่องจากมองเห็นว่าการบริการดังกล่าวก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อตนเอง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (2551) เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2551 บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน) มีความประสงค์จัดตั้งสหกรณ์-ประเภท สหกรณ์ออมทรัพย์ มีชื่อว่า “สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด” สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 414 อาคารชินวัตร 1 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 ในระยะแรกตั้งมีผู้ซึ่งเป็นสมาชิกรวม 70 คน ถือหุ้นเมื่อแรกเข้าเป็นสมาชิก 11,610 หุ้น เป็นมูลค่าหุ้น 116,100 บาท และมีคณะผู้จัดตั้งสหกรณ์จำนวน 10 คน โดยมีนายสุพจน์ วาติดัตต์พันธ์ เป็นประธานสหกรณ์ และสมาชิกต้องมีคุณสมบัติ คือ

1. เป็นผู้เห็นชอบในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
2. เป็นบุคคลธรรมดาและบรรลุนิติภาวะ
3. เป็นพนักงานประจำที่พ้นการทดลองงาน หรือเป็นพนักงานสัญญาจ้างพิเศษที่มีอายุ

งานมากกว่า 120 วันและยังมีระยะเวลาการจ้างตามสัญญาจ้างคงเหลือมากกว่า 6 เดือนของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

4. เป็นพนักงานประจำที่รับผิดชอบงานของบริษัทในเครือที่มีความสัมพันธ์กับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือตามรายชื่อ ดังนี้

- 4.1 บริษัท แอดวานซ์คอนแทคเซ็นเตอร์ จำกัด (ACC)
- 4.2 สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (ACOP)
- 4.3 บริษัท แอดวานซ์ ดาต้าเน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (ADC)
- 4.4 บริษัท เอดีเวนเจอร์ จำกัด (มหาชน) (ADV)
- 4.5 บริษัท เอไอเอ็น โกลบอลคอม จำกัด (AIN)
- 4.6 บริษัท แอดวานซ์ อินเทอร์เน็ต เรโวลูชั่น จำกัด (AIR)
- 4.7 บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS)
- 4.8 บริษัท แอดวานซ์ เมจิกการ์ด จำกัด (AMC)
- 4.9 บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด (AMP)
- 4.10 บริษัท แอดวานซ์ ไร้เลส เน็ตเวิร์ค จำกัด (AWN)
- 4.11 บริษัท ซีเอส ล็อกซอินโฟร์ จำกัด (มหาชน) (CSL)
- 4.12 บริษัท ดิจิตอล โฟน จำกัด (DPC)
- 4.13 บริษัท ดีทีวี เซอร์วิส จำกัด (DTV)
- 4.14 บริษัท แฟกซ์ ไลท์ จำกัด (FXL)
- 4.15 บริษัท ไอ.ที. แอปพลิเคชันส์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด (ITAS)
- 4.16 บริษัท ไมโมเทค จำกัด (MMT)
- 4.17 บริษัท ซุปเปอร์ บรอดแบนด์ เน็ตเวิร์ค จำกัด (SBN)
- 4.18 บริษัท ชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (SHIN)
- 4.19 บริษัท ไทยคม จำกัด (THCOM)
- 4.20 บริษัท เทเลอินโฟมีเดีย จำกัด (TMC)
- 4.21 บริษัท ไร้เลส ดีไวซ์ ซัพพลาย จำกัด (WDS)

โดยมีจำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ณ 31 ตุลาคม 2554 ดังนี้

ตารางที่ 6 จำนวนพนักงานและจำนวนสมาชิกสหกรณ์ จำแนกตามบริษัท

ลำดับ	บริษัท	จำนวน พนักงาน ประจำ	จำนวน พนักงาน สัญญาจ้าง พิเศษ	จำนวน พนักงาน ทั้งหมด	จำนวนสมาชิก สหกรณ์ทั้งหมด	เทียบเป็นร้อยละ ต่อจำนวน พนักงานทั้งหมด
1	ACC	808	1,918	2,726	566	20.76
2	ACOP	5	-	5	4	80
3	ADC	58	5	63	34	53.97
4	ADV	48	-	48	16	33.33
5	AIN	28	-	28	14	50
6	AIR	15	-	15	11	73.33
7	AIS	3,433	1,188	4,621	2,198	47.57
8	AMC	4	-	4	2	50
9	AMP	26	2	28	17	60.71
10	AWN	15	-	15	10	66.67
11	CSL	433	1	434	155	35.71
12	DPC	68	-	68	47	69.12
13	SBN	199	-	199	112	56.28
14	WDS	210	284	494	116	23.48
15	SHIN	69	-	69	20	28.99
16	MMT	1,017	15	1,032	470	45.54
17	FXL	55	6	61	28	45.9
18	ITAS	56	-	56	21	37.5
19	THCOM	641	19	660	117	17.73
20	DTV	76	18	94	8	8.51
21	TMC	373	189	562	128	22.78
รวม		7,637	3,645	11,282	4,094	36.29

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (2554)

กฎกติกาสำคัญสำหรับสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด, 2554) ได้แก่

1. การสะสมเงินออม พนักงานที่จะใช้บริการต้องสมัครเป็นสมาชิก โดยให้หักค่าหุ้นผ่านบัญชีเงินเดือน หุ้นละ 10 บาทและกำหนดจำนวนหุ้นขั้นต่ำของพนักงานแต่ละระดับ ดังนี้

ตารางที่ 7 จำนวนหุ้นขั้นต่ำของพนักงานแต่ละระดับ

ระดับ	TEMP. รายเดือน	OS (PG 2-7) พนักงาน ปฏิบัติการ	MS/PS (PG 8-12) ผู้จัดการ/ ผู้อำนวยการ	ES (PG 13-15) ผู้บริหาร	UC ผู้บริหารระดับสูง
จำนวนหุ้นขั้นต่ำ	10 หุ้น	10 หุ้น	40 หุ้น	70 หุ้น	100 หุ้น
ค่าหุ้นรายเดือนขั้นต่ำ	100 บาท	100 บาท	400 บาท	700 บาท	1,000 บาท

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (2554)

2. สิทธิประโยชน์ทางการเงิน สมาชิกสหกรณ์จะได้รับประโยชน์ในเรื่องเงินปันผล, เงินเฉลี่ยคืนและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ขั้นต่ำ (สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด, 2554)

3. ประเภทเงินกู้ สหกรณ์ให้บริการเงินกู้ 2 ประเภท คือ

3.1 เงินกู้ฉุกเฉิน กู้ได้ในวงเงิน 50% ของเงินเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท หรือ 90% ของหุ้นแต่ไม่เกินเงินเดือน 1 งวด

3.2 เงินกู้สามัญ กู้ได้ในวงเงิน 10 เท่าของเงินเดือน ไม่เกิน 300,000 บาท โดยมีเงื่อนไขว่าต้องเป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้ว 1 ปีขึ้นไป, ใช้ระบบการค้ำประกันด้วยหุ้นของตนเองหรือตัวบุคคล(ยกเว้นผู้ได้บังคับบัญชา) และได้รับอนุมัติการกู้จากคณะกรรมการสหกรณ์

4. การเปิดบัญชีและการฝากเงิน โดยการเปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษได้ไม่เกิน 2 บัญชีและการเปิดบัญชีต้องไม่น้อยกว่า 1,000 บาท สมาชิกผู้ฝากจะฝากเงินเพิ่มเมื่อใดก็ได้แต่จำนวนขั้นต่ำต้องไม่น้อยกว่า 100 บาท ทั้งนี้จำนวนเงินในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษของสมาชิกแต่ละรายรวมกันแล้วต้องไม่เกินกว่า 10,000,000 บาท ซึ่งจำนวนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษที่มีจำนวน

คงเหลือในบัญชีต่ำกว่า 1,000 บาท สหกรณ์จะไม่คิดดอกเบี้ยให้ โดยมีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์พิเศษร้อยละ 2.60 ต่อปี

5. การถอนเงินฝาก การถอนเงินฝากออมทรัพย์พิเศษสามารถถอนได้หนึ่งครั้งต่อเดือน ปฏิทินและต่อบัญชี โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม หากเดือนใดมีการถอนต่อบัญชีมากกว่า 1 ครั้ง สหกรณ์จะคิดค่าธรรมเนียมการถอนครั้งต่อไปร้อยละ 0.5 ของจำนวนเงินที่ถอน แต่ไม่เกินกว่า 500 บาท สำหรับ ค่าธรรมเนียมจะหักจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษของสมาชิก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชไมพร น้อยศรี (2551) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด และเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และระยะเวลาเป็นสมาชิก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด จำนวน 372 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least-Significant Diffence: LSD) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 10 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ ความปลอดภัย บริการอย่างมีความสามารถ ความเชื่อถือไว้ใจได้ อภัยภัยไม่ตรี การตอบสนอง การติดต่อสื่อสาร การเข้าถึง เข้าใจและรู้จักลูกค้า และการบริการที่เป็นรูปธรรม ส่วนผลการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด เมื่อจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ไม่แตกต่างกัน

ปัญญารักษ์ ศรีกุลชา (2553) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการของสำนักงานบริการลูกค้า CAT กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังคุณภาพการและคุณภาพการบริการที่ลูกค้าได้รับของผู้ใช้บริการสำนักงานบริการลูกค้า CAT ในเขตจังหวัดชลบุรี และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของสำนักงานบริการลูกค้า CAT ในเขตจังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการสำนักงานบริการลูกค้า CAT ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การวิเคราะห์ค่า t-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีการรับรู้คุณภาพการบริการมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มผู้ให้บริการมีความคาดหวังในคุณภาพการบริการสูงกว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจากสำนักงานบริการลูกค้า CAT การรับรู้คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือได้และความไว้วางใจได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการมากที่สุด ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว ดังนั้น การบริหารจัดการในการให้บริการหลักควรเน้นด้านคุณภาพการบริการและความเชื่อมั่น เนื่องจากการรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรในการให้บริการ ทำให้สามารถลดต้นทุน สร้างรายได้เพิ่มและส่งผลต่อกำไรระยะยาวให้กับองค์กร

ยุพา สุทธิศิริโรจน์ (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, เพื่อศึกษาความคาดหวังคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และเพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 456 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-50 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ซึ่งมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมด้านฝาก-ถอนเงินมากกว่า 3 ครั้ง ระดับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีสิ่งที่สัมผัสและจับต้องได้, ความเชื่อถือได้, การตอบสนองต่อลูกค้า, การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และความเข้าใจในลูกค้ามีความคาดหวังอยู่ในระดับสูง ส่วนผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพที่มีลักษณะของข้อมูลทั่วไปแตกต่างกันพบว่า ลูกค้าที่เป็นเพศชายมีความภักดีในด้านบริการมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยาแตกต่างกันพบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญ

สราวุธ ดวงจันทร์ (2548) ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด, เพื่อศึกษาการรับรู้ที่ได้รับจริงของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด, เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 366 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นตามความคาดหวังเท่ากับ 0.95 การรับรู้ที่ได้รับจริง 0.86 รวมทั้งฉบับ 0.93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่า t-test และการทดสอบค่า F-test โดยสมาชิกใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการใน 5 ด้าน ได้แก่ บริการที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพ การตอบสนองต่อสมาชิก ความมั่นใจได้ และความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของสมาชิกและการรับรู้ที่ได้รับจริงของสมาชิกต่อการบริการทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก การประเมินคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของสมาชิกและการรับรู้ที่ได้รับจริงของสมาชิก พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความคาดหวังของสมาชิก พบว่า มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้ที่ได้รับจริงของสมาชิกต่อการบริการ ทั้งโดยรวมและรายด้าน การเปรียบเทียบปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่อคุณภาพการบริการ พบว่า ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นสถานภาพสมรสและระดับการศึกษา มีการประเมินคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อรวิกา นิตยันทเวช (2553) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ธนาคารนครหลวงไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทย, เพื่อศึกษาลักษณะประชากร ศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยแตกต่างกัน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนเป็นลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยจำนวน 10 สาขา คือ ปิ่นเกล้า, บางขุนนนท์, คลิ่งชัน, บางบอน, ถนนบรมราชชนนี, อรุณอมรินทร์, พรานนก, บางพลัด, วงศ์สว่าง และวุฒากาศ โดยมีขอบเขตการศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การวิเคราะห์ค่า t-test และการทดสอบค่า F-test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 30-40 ปี ประกอบอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 12,000-25,000 บาทต่อเดือน จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เลือกใช้บริการในสาขาที่เปิดทำการปกติ ช่วงเวลา 12.01-15.30 น. ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ใช้บริการประเภทฝาก-ถอนเงินสดเป็นส่วนใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง/การรับรู้คุณภาพ บริการทั้ง 5 ด้านและในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ผู้ใช้บริการที่มีเพศและอายุที่ต่างกันมีความคาดหวัง/การรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้บริการที่มีอาชีพ รายได้และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความคาดหวัง/การรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน ส่วนผู้บริการในสถานที่ ช่วงเวลา และความถี่ในการใช้บริการที่ต่างกันมีความคาดหวัง/การรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกัน ยกเว้นผู้บริการที่เลือกใช้บริการประเภทเงินฝากที่ต่างกันมีความคาดหวังคุณภาพบริการแตกต่างกัน แต่มีการรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ดังนั้นธนาคารจึงต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรในด้านบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการในอนาคตและการบอกต่อหรือแนะนำคนอื่นให้มาใช้บริการต่อ

อุบลวรรณ บุญเกลี้ยง (2553) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัดยโสธร จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัดยโสธร จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือนและประเภทของ

การใช้บริการ จำนวน 285 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน, การวิเคราะห์ค่า t-test และการทดสอบค่า F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 40-49 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโทหรือสูงกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทลงมา ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มาติดต่อใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด และมาติดต่อเข้ารับบริการด้านสินเชื่อมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า คุณภาพการให้บริการในภาพรวมและรายด้านของสหกรณ์อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ทั้งภาพรวมและรายด้านจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ จำนวนครั้งที่ใช้บริการและประเภทของการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า คุณภาพการบริการของสหกรณ์ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันเห็นว่าคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ในภาพรวม ด้านความเสมอภาคในการให้บริการและด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนในด้านความรวดเร็วในการให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกของสหกรณ์ พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน เห็นว่าคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ด้านความเสมอภาคในการบริการ และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

Ghane, Fathain, and Gholamian (2011) ได้ศึกษาเรื่อง Full relationship among e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจ, ความไว้วางใจ, คุณภาพบริการและความจงรักภักดีกรณีศึกษา e-banking ของอิหร่าน เนื่องจากความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่สูงมากของ e-banking การศึกษาแสดงให้เห็นว่าความจงรักภักดีได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจ, ความไว้วางใจและคุณภาพบริการ วัตถุประสงค์จากการศึกษาครั้งนี้ คือ การสังเกตการตรวจสอบผลกระทบของความพึงพอใจ, ความไว้วางใจและคุณภาพบริการบนความไว้วางใจใน e-banking การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทดสอบแบบจำลองจากคณะอาจารย์และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเตหะรานเป็นผู้ตอบแบบสอบถามและใช้การวิเคราะห์เชิงประจักษ์

ผลการศึกษายืนยันว่าความจงรักภักดีของลูกค้า e-banking ได้รับผลกระทบโดยตรงจาก ความพึงพอใจและความไว้วางใจในธนาคารออนไลน์ ซึ่งจะถูกกำหนดโดยคุณภาพบริการ ผลลัพธ์ เหล่านี้มีความหมายสำหรับธนาคารพาณิชย์ที่ต้องการเพิ่มความภักดีบนโลกอินเทอร์เน็ต คุณภาพของการบริการมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจ หมายความว่า การมีคุณภาพบริการที่ดีกว่า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและความไว้วางใจของ ธนาคารออนไลน์ที่มากกว่า ความไว้วางใจไม่เพียงแต่มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดี แต่ยัง มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทางความพึงพอใจ การทำธุรกรรมออนไลน์เป็นการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความ เสี่ยงสูง ความไว้วางใจจึงได้รับการพิจารณาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการค้าปลีกออนไลน์ ดังนั้น ร้านค้าปลีกออนไลน์ควรตระหนักว่าการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจจะต้องมีก่อนการ พัฒนาความจงรักภักดี นอกจากนี้การศึกษานี้ยังบ่งชี้ว่า ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีผล โดยตรงและโดยอ้อมต่อความจงรักภักดี

Kim, Ferrin, and Rao (2003) ได้ศึกษาเรื่อง Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration เป็นการศึกษา ความไว้วางใจและความพึงพอใจ ทั้งสองก้าวสำหรับการประสบความสำเร็จในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: การสำรวจระยะยาว เนื่องจากความไว้วางใจและความพึงพอใจเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นสำหรับ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังมีงานวิจัยน้อยมาก เกี่ยวกับความไว้วางใจและความพึงพอใจในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษานี้สังเคราะห์ รูปแบบของความไว้วางใจของผู้บริโภคและความพึงพอใจในบริบทของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบการพิจารณาไม่ได้เป็นเพียงแค่วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดการตัดสินใจไว้ล่วงหน้า ในการซื้อ แต่ยังเป็นวิธีที่สร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ขายในเว็บไซต์ โดยการเปรียบเทียบความ คาดหวังก่อนการซื้อกับผลลัพธ์จากการซื้อจริง ผลลัพธ์ที่ได้แสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจโดยตรง และโดยอ้อมมีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคจากการตัดสินใจจากการรวมเอาความเสี่ยงที่รับรู้และ ประโยชน์ที่รับรู้ และแสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจที่มีผลกระทบในระยะยาวต่อความจงรักภักดี ของผู้บริโภคผ่านความพึงพอใจ กระบวนการความไว้วางใจจึงเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จที่ สำคัญในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ดังนั้น ผู้ขายออนไลน์จะต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจเกี่ยวกับการ ทำธุรกรรมออนไลน์ 2 องค์ประกอบที่สำคัญก็คือ ความไว้วางใจและความพึงพอใจ ซึ่งเป็นส่วน สำคัญต่อการประสบความสำเร็จในระยะยาวของความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับลูกค้า โดยการศึกษา

ครั้งนี้มีสมมติฐานดังนี้ 1.ความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผ่านเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความไว้วางใจของผู้บริโภค 2.การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางลบกับความไว้วางใจของผู้บริโภค 3.ความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผ่านเว็บไซต์มีการสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค 4.การรับรู้ผลประโยชน์ของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความไว้วางใจของผู้บริโภค 5.ความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะซื้อของผ่านทางเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ผลประโยชน์ของผู้บริโภค 6. ความเต็มใจของผู้บริโภคที่จะซื้อของผ่านทางเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคาดหวัง 7.ความเต็มใจทางบวกของผู้บริโภคที่จะซื้อของผ่านทางเว็บไซต์ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกหลังการซื้อ 8.ความคาดหวังทางบวกของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในทางบวก 9.ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคาดหวัง 10.ความพึงพอใจหลังการซื้อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความไว้วางใจ 11.ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

ผลการศึกษาให้ข้อค้นพบที่สำคัญหลายประการ ขั้นแรกแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจของผู้บริโภคทางอินเทอร์เน็ตต่อผู้ขายบนเว็บไซต์มีผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมผ่านทางเว็บไซต์ การรับรู้ความเสี่ยงจะลดความตั้งใจในการทำธุรกรรมของผู้บริโภคและความไว้วางใจของผู้บริโภคอย่างมาก จากผลการศึกษาที่ยังอนุมานได้ว่าความไว้วางใจของผู้บริโภคยังมีผลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมของผู้บริโภคผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค ในทำนองเดียวกันการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคทำให้เกิดความตั้งใจที่จะเพิ่มการทำธุรกรรมของผู้บริโภคและก่อให้เกิดความไว้วางใจอย่างมากของผู้บริโภค ซึ่งความไว้วางใจมีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงการรับรู้ของผู้บริโภคและเพิ่มการรับรู้ผลประโยชน์ของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความเต็มใจในการซื้อผ่านทางเว็บไซต์ นอกจากนี้ ผลของกระบวนการหลังการซื้อยังสนับสนุนให้เห็นว่าความพึงพอใจเป็นตัวทำนายที่แข็งแกร่งของการเกิดความจงรักภักดี ความคาดหวังของผู้บริโภคมีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจ ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคมีอิทธิพลทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อความพึงพอใจ และในที่สุดก็พบว่าประสิทธิภาพการรับรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเชิงลบด้วยเช่นกัน ความคาดหวังที่ปรากฏเป็นปัจจัยสำคัญของความพึงพอใจของผู้บริโภค ความคาดหวังดูเหมือนจะเป็นพื้นฐานหรือระดับการอ้างอิงในการประเมินผลการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งระดับความคาดหวังที่มีต่อประสิทธิภาพการทำธุรกรรมที่สูงขึ้นจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่

ระดับของความคาดหวังที่ลดลงจะนำไปสู่ความพึงพอใจที่ลดลง ความคาดหวังนี้เป็นความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ

McInnes, Lin and Li (2007) ได้ศึกษาเรื่อง Benevolence, Integrity and Competence: Dimensions of Trust in Internet Banking เป็นการศึกษามิติของความไว้วางใจ ได้แก่ ความเมตตา กรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมในธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งการศึกษานี้เป็นการช่วยให้นักการตลาดในการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อศึกษาว่าการรับรู้ในด้านความเมตตา กรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถที่สูงขึ้นของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความไว้วางใจที่สูงขึ้นของผู้บริโภคด้วย การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นๆที่อาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์นี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านการตลาดบริการของธนาคารบนอินเทอร์เน็ตจะต้องมีเป้าหมายในการกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคจากความเมตตา กรุณา ความซื่อสัตย์และความสามารถเพื่อที่จะได้รับความไว้วางใจ รวมถึงมีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า โดยการศึกษาครั้งนี้มีสมมติฐานดังนี้ 1.การรับรู้ที่สูงขึ้นของผู้บริโภคในด้านความเมตตา กรุณาของธนาคารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับของความไว้วางใจที่สูงขึ้นของธนาคารออนไลน์ 2.การรับรู้ที่สูงขึ้นของผู้บริโภคในด้านความซื่อสัตย์ของธนาคารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความไว้วางใจที่สูงขึ้นของธนาคารออนไลน์ 3.การรับรู้ที่สูงขึ้นของผู้บริโภคในด้านความสามารถของธนาคารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความไว้วางใจที่สูงขึ้นของธนาคารออนไลน์ โดยเก็บรวบรวมจากผู้ใช้บริการจากธนาคารทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 106 คน ผ่านการสำรวจออนไลน์

การศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ การวัดความซื่อสัตย์ การวัดความสามารถและการวัดความเมตตา กรุณา จากการทดสอบความน่าเชื่อถือพบว่า สัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาร์คคือ 0.52, 0.56 และ 0.61 ตามลำดับ ซึ่งเป็นที่ยอมรับจากการวิจัยสำรวจ โดยการวิเคราะห์การถดถอย การศึกษาธนาคารในครั้งนี้มีระดับความไว้วางใจรวมเป็นตัวแปรตาม และมีมิติด้านความสามารถ, ความซื่อสัตย์, ความเมตตา กรุณา, อายุและเพศเป็นตัวแปรอิสระ ค่าสัมประสิทธิ์ของความสามารถ, ความซื่อสัตย์และความเมตตา กรุณาเท่ากับ 0.82, 0.76 และ 0.65 ตามลำดับ (ระดับนัยสำคัญที่ 0.05) ในขณะที่อายุและเพศไม่มีความสำคัญ ผลการศึกษาที่ได้จึงสนับสนุนสมมติฐาน ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่านักการตลาดจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของความเมตตา กรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถ โดยการจัดหาบริการด้านการธนาคารในลักษณะที่ช่วยเพิ่มการรับรู้ของลูกค้าในทั้ง 3 ด้านดังกล่าว เช่น การจัดให้มีการค้นหาธนาคารออนไลน์ที่มีความสะดวกสบายมากขึ้นและมี

คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการด้านการธนาคารใหม่ๆ อยู่เสมอ การปฏิบัติตามสัญญาที่ได้เคยสัญญา โดยการดำเนินการตามคำร้องขอของลูกค้าด้วยความรวดเร็วและมีความถูกต้อง ซึ่งธนาคารออนไลน์อาจเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ของลูกค้าในด้านความเมตตาการผ่านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นประจำและการให้ข้อมูลที่ทันเวลาเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น, การให้ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยต่างๆ ต่อลูกค้า เพราะสิ่งต่างๆ ที่ธนาคารจัดให้บริการเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ การเปิดเผยและความซื่อสัตย์ในการสื่อสารกับลูกค้ายังแสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานในการเพิ่มการรับรู้ของธนาคารออนไลน์ในด้านความซื่อสัตย์อีกด้วย ดังนั้น ในตลาดธนาคารออนไลน์สิ่งควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ คือ ความเมตตาการ ความซื่อสัตย์และความสามารถเพื่อพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

การเชื่อมโยงสมมติฐานกับการตรวจเอกสาร

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

เมื่อไรก็ตามที่สมาชิกเข้ามาใช้บริการที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ต่างมีความคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่มีคุณภาพหรือได้รับบริการตามที่ตนปรารถนาทั้งสิ้น โดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ให้บริการจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไร (ชัชวาล ทัดศิริ, 2552) ซึ่งความคาดหวังคุณภาพบริการเกิดขึ้นตั้งแต่สมาชิกได้ตกลงทำสัญญาเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ เนื่องจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์นั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากการบังคับขู่เข็ญ แต่ผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ต้องสมัครด้วยความยินยอมและเต็มใจ ซึ่งสมาชิกคาดหวังว่าสหกรณ์จะมีความสามารถในการดำเนินงาน เพื่อให้สมาชิกบรรลุวัตถุประสงค์เมื่อมาใช้บริการในแต่ละครั้ง มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้ เป็นการให้บริการตามที่สัญญาและตรงตามความต้องการ มีความซื่อสัตย์และเปิดเผยในการรักษาความลับหรือผลประโยชน์ รวมไปถึงการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่บิดเบือนจากความเป็นจริง โดยหวังว่าสหกรณ์จะสามารถช่วยเหลือสมาชิกและนำผลประโยชน์มาสู่สมาชิกได้อีกทั้งยังเป็นสหกรณ์ที่มีความมั่นคงปราศจากความเสี่ยง สามารถรักษาเสถียรภาพทางการเงินและสามารถดูแลเงินฝากที่สมาชิกลำมาลงทุนไว้กับสหกรณ์ได้ รวมถึงมีวงเงินเพียงพอให้สมาชิกกู้เมื่อเกิดความจำเป็น มีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก ทำให้สมาชิกเกิดความพึง

พอใจหรือเกิดความคาดหวังเชิงบวก โดยความคาดหวังต่างๆนี้ล้วนมาจากคำบอกเล่าปากต่อปาก, ความต้องการส่วนบุคคล, ประสบการณ์ในอดีตและการสื่อสารภายนอก (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) รวมถึงการประชาสัมพันธ์, ภาพลักษณ์ของสหกรณ์และความเชื่อมั่นที่มีต่อบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด ว่าจะสามารถประคับประคองและผลักดันสหกรณ์ให้ประสบความสำเร็จได้ ความหวังต่างๆที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์นั้นเป็นพื้นฐานที่ส่งผลให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจในสหกรณ์ เนื่องจากความไว้วางใจเกิดจากการยอมรับความเสี่ยงที่ขึ้นอยู่กับความคาดหวังเชิงบวกต่อพฤติกรรมของผู้อื่น Curral and Judge (1995) ซึ่งเป็นความสามารถที่จะให้บริการตามที่ได้สัญญาและเป็นความเชื่อมั่นหรือความคาดหวังในแง่บวกที่มีต่อการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1991) ดังนั้น ความไว้วางใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งที่คาดหวังไว้เป็นไปตามความคาดหวังหรือก่อให้เกิดความพึงพอใจ เพราะความไว้วางใจจะถูกสร้างขึ้นเมื่อสมาชิกเริ่มเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความสามารถของสหกรณ์ จึงสรุปสมมติฐานได้ว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

การรับรู้คุณภาพบริการเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสมาชิกได้เข้ามาสัมผัสและเข้ามาใช้บริการสหกรณ์ โดยขึ้นอยู่กับค่านิยมและทัศนคติ บุคลิกภาพ การสนใจ ความสนใจ ประสบการณ์และความคาดหวัง (ณัฐพันธ์ เจริญนันท์, 2551) ซึ่งการรับรู้ที่เกิดขึ้นนั้นก่อให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสถานที่ให้บริการ, เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ หรือตัวบริการต่างๆของสหกรณ์ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และมีความไม่แน่นอน ดังนั้น การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์แต่ละครั้งย่อมส่งผลให้การรับรู้ ความคิดหรือมุมมองของสมาชิกแต่ละคนแตกต่างกัน โดยเหตุการณ์เดียวกันอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการตีความหรือการแปลผลที่แตกต่างกันหรือแม้แต่ในคนเดียวกันแต่ต่างเวลาหรือต่างสถานการณ์การรับรู้ก็อาจแตกต่างกันได้ เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อการรับรู้ของสมาชิกตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ โดยสมาชิกจะทำการพิจารณาจากความเหมาะสมจากด้านต่างๆ เช่น ความสามารถของสหกรณ์ ความความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมในการปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้อง ความเสมอภาคและไม่ทำอะไรที่ปราศจากเหตุผล ความเชื่อถือได้จากการทำสิ่งที่ได้ตกลงไว้อย่างเสมอต้นเสมอปลาย ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจและความประทับใจ สิ่งต่างๆเหล่านี้ทำให้สหกรณ์

จำเป็นต้องรักษาคุณภาพบริการให้เกิดความแน่นอนมากที่สุด เพื่อให้สมาชิกไม่รู้สึกถึงความแตกต่างที่ได้รับจากการมาใช้บริการในแต่ละครั้ง เนื่องจากการรับรู้ที่ดีจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และเกิดความไว้วางใจในที่สุด เนื่องจากความไว้วางใจเกิดจากรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีความเชื่อมั่นต่ออีกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลว่า จะดำเนินการปฏิบัติหรือแสดงออกในทิศทางที่ตนเองคาดหวัง (ดิลก ถือกกล้า, 2551) และเมื่อรับรู้ได้ว่าสิ่งที่ได้รับรู้ตรงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไว้วางใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เห็นได้ว่าการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อความไว้วางใจ เพราะเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงการใช้บริการเกิดขึ้น สมาชิกสามารถที่จะเชื่อมั่นและยอมรับความเสี่ยง (Rousseau, Sitkin, Burt and Camerer, 1998) ที่จะเกิดขึ้นได้นั้น คือความไว้วางใจ จึงสรุปสมมติฐานได้ว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

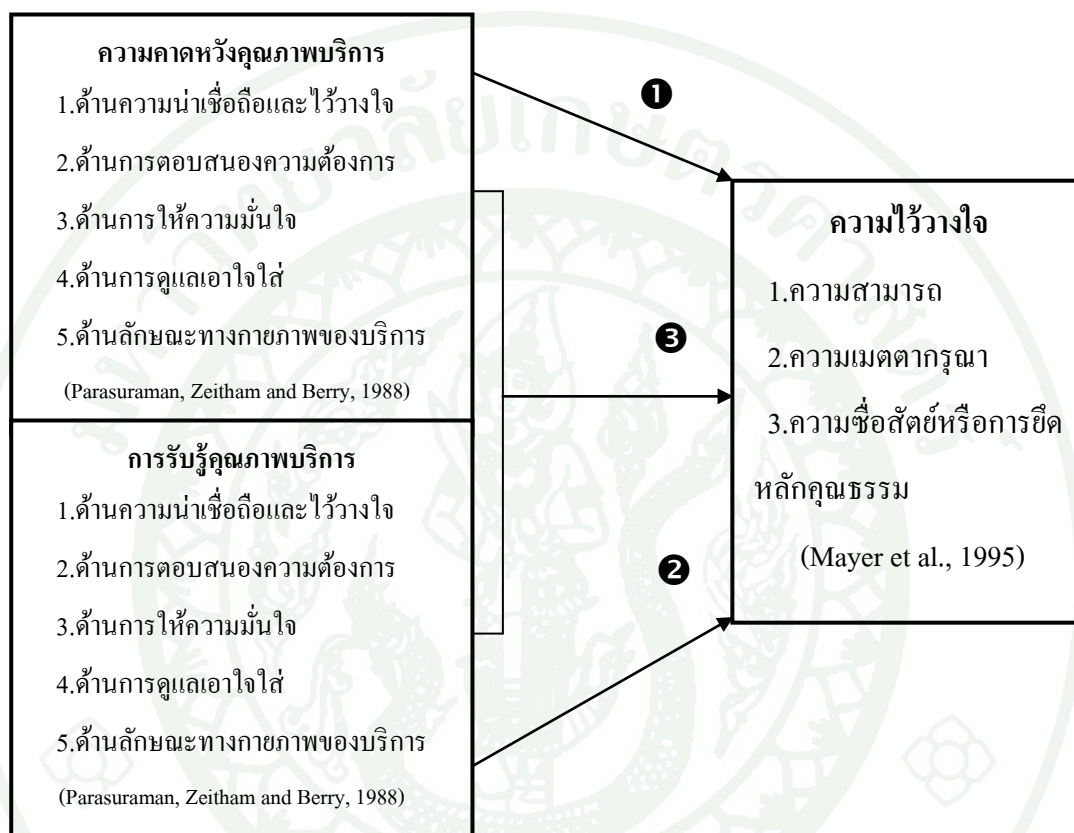
ความพึงพอใจกับคุณภาพบริการสามารถกำหนดได้จากการเปรียบเทียบการรับรู้ของคุณภาพบริการกับความคาดหวังของบริการที่ตั้งไว้ ซึ่งคุณภาพบริการได้รับผลมาจากความพึงพอใจจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) โดยหลังจากได้รับบริการสมาชิกจะเปรียบเทียบการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์กับความคาดหวังของสมาชิก ซึ่งได้รับอิทธิพลหลักๆ จากคำบอกเล่าปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคลและประสบการณ์ในอดีต อย่างไรก็ตาม สมาชิกอาจจะไม่ได้รับการบริการตามที่คาดหวังก่อนได้รับบริการจริง โดยเมื่อการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าความคาดหวังการบริการที่ตั้งไว้นั้น แสดงให้เห็นว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่มีคุณภาพมีการรับรู้คุณภาพมาก ก่อให้เกิดความประทับใจ แต่เมื่อการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงน้อยกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้แสดงว่าคุณภาพบริการถือว่าไม่เป็นที่ยอมรับ สมาชิกจะประเมินว่าบริการไม่ดีหรือไม่มีความเหมาะสม เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจและเกิดความไม่ไว้วางใจสหกรณ์จนส่งผลให้ไม่อยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และเมื่อการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงและความคาดหวังไม่มีความแตกต่างกันแสดงว่าการบริการนั้นเป็นที่น่าพอใจแต่ยังไม่ก่อให้เกิดความประทับใจ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) ดังนั้น สหกรณ์จึงควรหาหนทางหรือวิธีการในการจัดหาบริการที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ ไม่ว่าจะเป็นในด้านความสามารถในการเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มีความยุติธรรมในการบริหารจัดการ มีความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ การแสดงให้เห็นถึงเป้าหมาย บรรทัดฐาน ค่านิยมและความเชื่อร่วมกัน ส่งผลให้สมาชิกเกิดความพึง

พอใจและประทับใจจนเกิดความไว้วางใจต่อสหกรณ์ในที่สุด เนื่องจากความไว้วางใจเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของทุกอย่างองค์กรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำรงรักษาองค์กรไว้ได้ ซึ่งความไว้วางใจไม่สามารถซื้อหาได้ ไม่สามารถร้องขอได้ และไม่สามารถบังคับได้ แต่ความไว้วางใจต้องเกิดจากการถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้ได้รับการยอมรับ (Paine, 2003) จึงสรุปสมมติฐานได้ว่า ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และการคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด



กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรเพื่อใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: จากการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยวิธีการสำรวจจากรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยการออกแบบสอบถามและการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยใช้วิธีการสำรวจจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำนวน 400 คน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

อุปกรณ์

อุปกรณ์ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถาม, เครื่องคอมพิวเตอร์, เครื่องปริ้นเตอร์, เครื่องใช้สำนักงาน, เครื่องเขียน, โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติและวัสดุการพิมพ์

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ที่เป็นพนักงานประจำหรือพนักงานสัญญาจ้างพิเศษของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือรวม 21 บริษัท ซึ่งประชากรดังกล่าวทราบจำนวนที่แน่นอน

ตารางที่ 8 สัดส่วนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัท

ลำดับ	บริษัท	สมาชิกสหกรณ์ รวมทั้งหมด	ร้อยละ
1	ACC	566	13.83
2	ACOP	4	0.10
3	ADC	34	0.83
4	ADV	16	0.39
5	AIN	14	0.34
6	AIR	11	0.27
7	AIS	2,198	53.69
8	AMC	2	0.05
9	AMP	17	0.42
10	AWN	10	0.24
11	CSL	155	3.79
12	DPC	47	1.15
13	SBN	112	2.74
14	WDS	116	2.83
15	SHIN	20	0.49
16	MMT	470	11.48
17	FXL	28	0.68
18	ITAS	21	0.51
19	THCOM	117	2.86
20	DTV	8	0.20
21	TMC	128	3.11
รวม		4,094	100.00

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด (2554)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ที่เป็นพนักงานประจำหรือพนักงานสัญญาจ้างพิเศษของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือรวม 21 บริษัท โดยมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรตามแน ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N แทน ขนาดของประชากร
e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ยอมรับได้คือ 5%

จะได้

$$n = \frac{4,094}{1 + (4,094)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{4,094}{11.235}$$

$$n = 364.39697$$

จากการคำนวณจะได้ $n = 364.39697$ จึงสรุปได้ว่า ต้องการตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 365 ชุด และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก ฉะนั้น จึงมีการเก็บสำรองเพิ่มอีก 35 ชุด รวมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บมาวิจัยรวมเป็นจำนวน 400 ชุด

การสุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างทำการเก็บข้อมูลจากประชากร เลือกสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ในขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการแบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 สมาชิกสหกรณ์ที่ตั้งกักอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

กลุ่มที่ 2 สมาชิกสหกรณ์ที่ไม่ได้ตั้งกักอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 สมาชิกสหกรณ์ที่ตั้งกักอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 53.69 ของสมาชิกสหกรณ์ทั้งหมด และกลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่ได้ตั้งกักอยู่ในบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) รวม 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.31 ของสมาชิกสหกรณ์ทั้งหมด

ตารางที่ 9 การสุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ตามสัดส่วนจำนวนประชากร

กลุ่มบริษัท	N ประชากร(คน)	n กลุ่มตัวอย่าง (คน)	คิดเป็นร้อยละของจำนวน ประชากร
กลุ่มที่ 1	2,198	215	53.69
กลุ่มที่ 2	1,896	185	46.31
รวม	4,094	400	100.00

ที่มา: จากการวิจัย

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสอบถามอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ โดยได้ออกแบบคำถามในแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, บริษัทในสังกัด, ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสหกรณ์และบริการล่าสุดที่มาใช้บริการที่สหกรณ์ โดยมีลักษณะคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 ข้อ แต่ละข้อมีระดับการวัดข้อมูลดังนี้

คำถามนามบัญญัติ จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ, บริษัทในสังกัดและบริการล่าสุดที่มาใช้บริการที่สหกรณ์

คำถามเรียงลำดับ จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ อายุและระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสหกรณ์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยวัดใน 5 ด้านคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ซึ่งสร้างคำถามแบบอันตรภาคชั้นและใช้สเกลการให้คะแนนรวมที่มีให้เลือกระดับ 5 ความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีคะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ ซึ่งมีคำถามจำนวน 25 ข้อ ดังนี้

2.1 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

2.1.1 ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์

2.1.2 ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่

สหกรณ์

2.1.3 การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน

2.1.4 ความสามารถในการชี้แจง แนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิด

ปัญหา

2.1.5 ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่

สมาชิก

2.2 ด้านการตอบสนองความต้องการ

2.2.1 สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิก

ต้องการ

- 2.2.2 ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์
- 2.2.3 เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิก
- 2.2.4 สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้
- 2.2.5 เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน

2.3 ด้านการให้ความมั่นใจ

- 2.3.1 ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์
- 2.3.2 ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์
- 2.3.3 ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ
- 2.3.4 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต
- 2.3.5 ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิด

เพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์

2.4 ด้านการดูแลเอาใจใส่

- 2.4.1 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็ง
- 2.4.2 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ
- 2.4.3 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิก
- 2.4.4 เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย
- 2.4.5 เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิก

ต่อเนื่อง

2.5 ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

- 2.5.1 สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสม
- 2.5.2 สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ
- 2.5.3 ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ
- 2.5.4 ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจน

2.5.5 ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียด ของสมาชิก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความไว้วางใจของสมาชิกมีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เป็นการถามถึงระดับความคิดเห็น โดยสร้างคำถามแบบอันดับภาคขึ้น ใช้สเกลการให้คะแนนรวม มีให้เลือกระดับ 5 ความสำคัญ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีคะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ ซึ่งมีคำถามจำนวน 24 ข้อ ดังนี้

3.1 ความสามารถ

- 3.1.1 สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์
- 3.1.2 สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้อง
ปราศจากข้อผิดพลาด
- 3.1.3 สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน
- 3.1.4 ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้
- 3.1.5 สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมใน
ปัจจุบันได้
- 3.1.6 คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์ ขอบังคับ
ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด
- 3.1.7 คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิด
ความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่
- 3.1.8 สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอก

3.2 ความเมตตากรุณา

- 3.2.1 สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน
- 3.2.2 สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ
- 3.2.3 สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม
- 3.2.4 สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก

3.2.5 เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า

3.2.6 สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก

3.2.7 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิก

3.2.8 สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก

3.3 ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

3.3.1 สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไปในทางที่ผิด

3.3.2 คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก

3.3.3 สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการมีความโปร่งใส

3.3.4 เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจในเรื่องสำคัญจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก

3.3.5 สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้บริหาร

3.3.6 สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลังกับสมาชิก

3.3.7 ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและเป็นประชาธิปไตย

3.3.8 ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบัง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิด

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งต้องตรวจสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในคำถามและคำตอบในแบบสอบถามตรงกันกับที่คณะผู้จัดทำวิจัยต้องการสื่อและตอบความเป็นจริงในทุกข้อวิธีการทดสอบกระทำโดยนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยจัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2555 ที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) โดยข้อเสนอแนะและปัญหาจากการเก็บข้อมูลครั้งนี้ถูกนำมารวบรวมเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่จะนำไปวัดเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด ต่อไป

ผลการทดสอบพบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.976, ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 มีค่าเท่ากับ 0.976 และ 0.972 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 มีค่าเท่ากับ 0.962 เมื่อรวมข้อคำถามทั้ง 2 ส่วน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามเท่ากับ 0.971 ซึ่งผลการทดสอบพบว่ามีค่ามากกว่า 0.800 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (ตารางผนวกที่ 1)

2. ความตรงเชิงเนื้อหา พิสนุ พงศ์ศรี (2549) ได้อธิบาย วิธีการหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (Item Objective Congruence Index: IOC) จะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบข้อคำถาม จำนวนที่ใช้อย่างน้อยประมาณ 3-4 คน โดยจะต้องเตรียมข้อคำถาม คำชี้แจงและหนังสือนำตามหลักปฏิบัติ รวมทั้งรูปแบบของเครื่องมือที่จะให้ตรวจจะต้องถูกต้องครบถ้วน โดยเฉพาะนิยามหรือวัตถุประสงค์ที่จะให้เปรียบเทียบว่า ข้อคำถามสอดคล้องกับนิยามหรือวัตถุประสงค์หรือไม่ การให้ตรวจจะเป็นลักษณะการพิจารณา 3 ประเด็น คือ สอดคล้องไม่สอดคล้องและไม่แน่ใจ ว่าข้อคำถามนั้นๆวัดได้ตรงหรือสอดคล้องกับนิยามหรือไม่ พร้อมทั้งมีช่องว่างให้เสนอแนะทั้งรายชื่อ รายด้าน และรวมทั้งฉบับ โดยกำหนดคะแนนเป็น สอดคล้อง = 1, ไม่สอดคล้อง = -1 และไม่แน่ใจ = 0

$$IOC = \text{ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด} / \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}$$
 ค่า IOC ที่ได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไปจึงจะใช้ได้ ถ้าต่ำกว่าจะต้องปรับปรุง

จากการทำ IOC พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ดังนั้นจึงสามารถใช้ข้อคำถามในการจัดทำแบบสอบถามต่อไปได้ (ตารางผนวกที่ 2)

แผนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับโดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิและแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลจากการรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม – 30 มิถุนายน 2555 ณ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด หลังจากเก็บแบบสอบถามครบแล้วได้ตรวจสอบแบบสอบถามพบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 400 ชุด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ

โดยการรวบรวมทฤษฎี แนวคิดและการศึกษาที่เกี่ยวข้องจากเอกสารและตำรา ซึ่งวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อทำการสรุปประเด็นเนื้อหาและนำมาใช้ในการศึกษาต่อไป

ข้อมูลปฐมภูมิ

โดยการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม ซึ่งพบว่า มีแบบสอบถามที่พร้อมใช้จำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและคำนวณค่าสถิติ เพื่อใช้ในการ

วิเคราะห์เชิงพรรณนาและอธิบายผลการวิจัย ซึ่งแบ่งส่วนการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนๆ โดยประกอบด้วยส่วนต่างๆดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, บริษัท ในสังกัด, ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสหกรณ์และบริการล่าสุดที่มาใช้บริการที่สหกรณ์ โดยมี ลักษณะคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ 1 ข้อรวมทั้งสิ้นจำนวน 5 ข้อ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยวัดใน 5 ด้านคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ซึ่งสร้างคำถามแบบอันดับความสำคัญและใช้สเกลการให้คะแนนรวมที่มีให้เลือก ระดับ 5 ความสำคัญ โดยกำหนดระดับความสำคัญแต่ละระดับคะแนน ดังนี้

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

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

กำหนดเกณฑ์วิเคราะห์การให้คะแนนโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลผลระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามระดับคะแนนได้
ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง
4.21 - 5.00	สมาชิกสหกรณ์เกิดความคาดหวังมากที่สุด
3.41 - 4.20	สมาชิกสหกรณ์เกิดความคาดหวังมาก
2.61 - 3.40	สมาชิกสหกรณ์เกิดความคาดหวังปานกลาง
1.81 - 2.60	สมาชิกสหกรณ์เกิดความคาดหวังน้อย
1.00 - 1.80	สมาชิกสหกรณ์เกิดความคาดหวังน้อยที่สุด
ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้
4.21 - 5.00	สมาชิกสหกรณ์เกิดการรับรู้มากที่สุด
3.41 - 4.20	สมาชิกสหกรณ์เกิดการรับรู้มาก
2.61 - 3.40	สมาชิกสหกรณ์เกิดการรับรู้ปานกลาง
1.81 - 2.60	สมาชิกสหกรณ์เกิดการรับรู้น้อย
1.00 - 1.80	สมาชิกสหกรณ์เกิดการรับรู้น้อยที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การวัดคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ตามหลักการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1989) ดังนี้

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ที่มีผลลัพธ์เป็น + หมายถึง การบริการมีคุณภาพสูง ก่อให้เกิดความประทับใจในคุณภาพของการบริการ

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ที่มีผลลัพธ์เป็น 0 หมายถึง การบริการมีคุณภาพที่ยอมรับได้ ก่อให้เกิดความพอใจในคุณภาพของการบริการ

คะแนนการรับรู้ – คะแนนความคาดหวัง ที่มีผลลัพธ์เป็น - หมายถึง การบริการมีคุณภาพต่ำ หรือคุณภาพไม่เป็นที่ยอมรับ ไม่ก่อให้เกิดความพอใจในคุณภาพของการบริการ

เนื่องจากยังไม่มีเกณฑ์การวิเคราะห์การให้คะแนนคุณภาพในกรณีที่คะแนนการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้วิจัยจึงกำหนดเกณฑ์คะแนนเพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ แปลผล และนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้

คะแนนการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่าความคาดหวังคุณภาพบริการที่มากกว่าหรือเท่ากับ -0.5 แสดงให้เห็นว่า เป็นคุณภาพบริการที่ยอมรับได้

คะแนนการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่าความคาดหวังคุณภาพบริการที่น้อยกว่า -0.5 แสดงให้เห็นว่า เป็นคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุงแก้ไข

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความไว้วางใจของสมาชิกต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยสร้างคำถามแบบอันดับภาคขึ้น ใช้สเกลการให้คะแนนรวม มีให้เลือกระดับ 5 ความสำคัญ โดยกำหนดระดับความสำคัญแต่ละระดับคะแนน ดังนี้

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

กำหนดเกณฑ์วิเคราะห์การให้คะแนนโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันดับภาคขึ้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันดับภาคขึ้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลผลระดับความคิดเห็นตามระดับคะแนนได้ ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	สมาชิกสหกรณ์เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 - 4.20	สมาชิกสหกรณ์เห็นด้วยมาก
2.61 - 3.40	สมาชิกสหกรณ์เห็นด้วยปานกลาง
1.81 - 2.60	สมาชิกสหกรณ์เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.80	สมาชิกสหกรณ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ โดยรวบรวมและสรุปผลเป็นรายชื่อ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมาน มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ใช้การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ใช้การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ใช้การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยจัดทำเป็นตารางในแต่ละสมมติฐานเพื่อช่วยต่อการทำความเข้าใจในการวิจัยครั้งนี้

ส่วนที่ 7 ข้อวิจารณ์ โดยรวบรวมงานการศึกษาต่างๆที่เกี่ยวข้องมาทำการเปรียบเทียบกับ การวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยายลักษณะของตัวแปรซึ่งในที่นี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการจัดระดับคุณภาพจากค่าเฉลี่ยใช้สูตรคำนวณ ใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

1.1 การหาค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อดูการกระจายของข้อมูล และเพื่ออธิบายข้อมูล บัญชีส่วนบุคคลและพฤติกรรม ดังสูตรนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ของข้อมูล} \times 100}{\text{ความถี่รวม}}$$

1.2 ค่าเฉลี่ย คือ ค่าที่ใช้เป็นตัวแทนข้อมูล หรือค่าที่แสดงว่าส่วนใหญ่แล้วข้อมูลมีค่าเป็นเท่าใด ใช้กับตัวแปรที่มีมาตรวัดอันตรภาคและอัตราส่วน โดยจะนำผลรวมของข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมดหารด้วยจำนวนตั้งอย่างตามสูตร ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x_i$ แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัว
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล ตามสูตร ดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x_i$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของคะแนนแต่ละตัว
	$(\sum x_i)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และจะแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กัน ถ้าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันสูง อาจจะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะใช้ทดสอบทั้ง 2 ประเด็นคือ เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และทดสอบเพื่อพิจารณาแนวโน้มของการเกิดปัญหา Multicollinearity โดยใช้สูตรดังนี้

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 + \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}}$$

เมื่อ r แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2.1.2 ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

2.1.3 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

และมีความสัมพันธ์กันมาก

2.1.4 ถ้า r เข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

2.1.5 ถ้า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.1.6 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

0.00	ไม่มีความสัมพันธ์เลย
0.01 – 0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.31 – 0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.71 – 0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.91 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการหา รูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัว กับตัวแปรอิสระหลายตัว ผลการวิเคราะห์จะ สร้างสมการเพื่อบอกว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด

รูปแบบของสมการความถดถอยเชิงพหุ มีตัวแปรอิสระ k ตัว ($X_1, X_2, \dots, X_k$) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Y โดยที่ความสัมพันธ์อยู่ในเชิงเส้นตรง จะได้สมการความถดถอยเชิงพหุ แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง Y และ $X_1, X_2, \dots, X_k$ ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

หรือ $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$

โดยที่ β_0 คือ ส่วนตัดแกน Y เมื่อกำหนดให้ $X_1 = X_2 = \dots = X_k = 0$

$\beta_1, \beta_2 \dots \beta_k$ เป็นสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน (Partial Regression Coefficient) โดยที่ค่า β_k เป็นค่าที่แสดงถึงความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม Y เมื่อตัวแปรอิสระ X_k เปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระ X ตัวอื่นๆ มีค่าคงที่ ถ้า β_1 เป็นบวก แสดงว่า เมื่อ X เพิ่มขึ้นจะทำให้ Y เพิ่มขึ้น (X และ Y มีความสัมพันธ์ในทางตรงกัน) แต่ถ้า β_1 เป็นลบแสดงว่า เมื่อ X เพิ่มขึ้นจะทำให้ Y ลดลง (X และ Y มีความสัมพันธ์ในทางตรงข้าม)

2.2.1 การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย

กัลยา วาณิชขันธ์ (2554) อธิบายว่า สมมติฐานหรือเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยมี 4 ข้อ ซึ่งเป็นเงื่อนไขเกี่ยวกับความคลาดเคลื่อน (error or residual) การที่จะนำสมการ $\hat{Y} = a + bx$ ไปประยุกต์ใช้ทั้งแง่แสดงระดับและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X และ Y หรือพยากรณ์ค่า Y เมื่อกำหนด X ผู้ใช้จะต้องมีความมั่นใจในความถูกต้องของสมการ $\hat{Y} = a + bx$ โดยจะต้องตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเกี่ยวกับค่าคลาดเคลื่อน ดังนี้

ก. การตรวจสอบค่าเฉลี่ยของค่าคลาดเคลื่อน

การหาค่า a และ b โดยทำให้ผลบวกกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมีค่าต่ำสุด จะทำให้ $\sum e_i = 0$

$$\text{ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อน} = E(e) = \frac{\sum e_i}{n} = \frac{0}{n} = 0$$

ข. การตรวจสอบค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อน

เป็นการตรวจสอบว่า $\text{Var}(e) = \sigma^2$ = ค่าคงที่ทุกค่าของ X นั้น กรณีที่

$\text{Var}(e)$ ไม่เท่ากันทุกค่าของ X จะเรียกว่าเกิดปัญหา Heteroscedastic เนื่องจาก $\text{Var}(e) = \text{Var}(\hat{Y})$

ดังนั้น การตรวจสอบความคงที่ของค่าแปรปรวนจึงอาจพิจารณาจากกราฟ X กับ e หรือ Y กับ e หรือระหว่าง e กับ $\hat{Y}$ ก็ได้

ค. การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อน

การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของ e_i และ e_j โดยที่ $e_i = Y_i - \hat{Y}_i$

และ $e_j = Y_j - \hat{Y}_j$ ทำให้ 2 วิธี คือ วิธีกราฟ และสถิติทดสอบ Durbin – Watson

สำหรับค่าวิกฤต Durbin – Watson จะขึ้นกับขนาดตัวอย่าง (n) และจำนวนตัวแปรอิสระในสมการความถดถอย (k) สรุปได้ดังนี้

ถ้า Durbin – Watson มีค่าใกล้ 2 (นั่นคือ มีค่าในช่วง 1.5- 2.5) จะสรุปได้ว่า e_i และ e_j เป็นอิสระกัน

ถ้า Durbin – Watson < 1.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_i และ e_j อยู่ในทิศทางบวก และถ้ามีค่าใกล้ 0 แสดงว่า e_i และ e_j มีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า Durbin – Watson > 2.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_i และ e_j อยู่ในทิศทางลบ และถ้ามีค่าใกล้ 4 แสดงว่า e_i และ e_j มีความสัมพันธ์กันมาก

หากค่า Durbin – Watson ไม่อยู่ในช่วง 1.5- 2.5 อาจเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ซึ่ง นงนุช อินทวิเศษ (2543) อธิบายว่า ปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน คือ ปัญหาที่เกิดจากตัวคลาดเคลื่อน (Residual) ในเทอมปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับตัวคลาดเคลื่อนของเทอมก่อนหน้า ซึ่งสาเหตุมาจากหลายสาเหตุ หรือการกำหนดสมการผิดพลาด หรือเกิดจากการสร้างรูปฟังก์ชันผิดและการเกิด Autocorrelation เป็นสหสัมพันธ์อย่างหนึ่ง ซึ่งไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร แต่แสดงความสัมพันธ์ของค่าต่างๆ ของตัวแปรเดียวกัน

วิธีการทดสอบของ Durbin-Watson เพื่อหาการเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

$H_0 : r = 0$: ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation

$H_1 : r \neq 0$: เกิดปัญหา Autocorrelation

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

โดย d มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 4

$r = -1$	perfect negative correlation	$d = 4$
$r = 0$	no autocorrelation	$d = 2$
$r = +1$	perfect positive correlation	$d = 0$

ตารางที่ 10 การสรุปผลการแจกแจงค่าสถิติ d ให้อยู่ระหว่าง d_L กับ d_U โดย Durbin Watson

ถ้า	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)	การตัดสินใจ	ผล
$0 < d < d_L$	No positive autocorrelation	Reject	auto+
$d_L < d < d_U$	No positive autocorrelation	ไม่สามารถสรุปได้	-
$4 - d_L < d < 4$	No negative autocorrelation	Reject	auto-
$4 - d_U < d < 4 - d_L$	No negative autocorrelation	ไม่สามารถสรุปได้	-
$d_U < d < 4 - d_L$	No positive or negative auto	accept	no auto

ที่มา: นงนุช อินทวิเศษ (2543)

การทดสอบ Autocorrelation ด้วยค่าสถิติ d ของ Durbin-Watson นี้
จะมีเงื่อนไขดังนี้

- 1) แบบจำลองสมการถดถอยต้องมีเทอมของ intercept รวมอยู่ด้วย
- 2) ตัวแปรอิสระต้องมีลักษณะ nonstochastic
- 3) ตัวรบกวน $u_t = r u_{t-1} + v_t$ โดย $-1 \leq r \leq 1$

4) เรียก r ว่าเป็น coefficient of autocorrelation กลไกการหาค่านี้อยู่ในชื่อ Markov first-order autoregressive หรือ first-order autoregressive ที่ใช้กันว่า AR(1) เพราะสมการตัวคลาดเคลื่อนนี้มีความสัมพันธ์กับตัวมันเองในอีกช่วงเวลาหนึ่ง (lag 1 time)

5) สมการถดถอยต้องไม่มี lag ของตัวแปรตาม ดังนี้

$$Y_t = b_1 + b_2X_t + b_3Y_{t-1} + u_t$$

นั่นคือ ต้องไม่มีรูปแบบเป็น Autoregressive model

การแก้ไขปัญหา Autocorrelation อาจทำได้โดยการใส่ตัวแปรอิสระเวลาหรือตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่อธิบายลักษณะสหสัมพันธ์ดังกล่าวเข้าไปในสมการถดถอย โดยอาจเป็นกำลังหนึ่ง กำลังสอง หรือรูปแบบอื่น แล้วแต่ลักษณะของแนวโน้มว่าจะเป็นเส้นตรง เส้นโค้ง หรือเป็นวัฏจักร หรือโดยการแปลงข้อมูลให้เป็นขนาดการเปลี่ยนแปลง (First differences of data)

ง. การตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณ

เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณด้วย Histogram, boxplot, stem-and-leaf, Normal Probability Plot หรือ Detrended Normal Plot ผู้วิเคราะห์ต้องพิจารณาจากกราฟ และสรุปเองว่าข้อมูลมีความสมมาตรหรือมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่ จึงเป็นไปได้ที่ผู้วิเคราะห์จะสรุปต่างกัน จึงมีการใช้สถิติทดสอบเพื่อทดสอบว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่ ควบคู่กันไปกับวิธีการสำหรับสถิติทดสอบที่ใช้คือ Kolomogorov-Simirnov Test กับ Shapiro –Wilk Test

1) Kolomogorov-Simirnov Test เป็นสถิติทดสอบที่ใช้ทดสอบการแจกแจงของประชากรว่าเป็นแบบปกติหรือไม่หลักการของการทดสอบนี้ คือ การเปรียบเทียบค่าฟังก์ชันของการแจกแจงสะสมของข้อมูลตัวอย่างกับค่าฟังก์ชันการแจกแจงสะสมของข้อมูลภายใต้สมมติฐานว่าประชากรหรือข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ ถ้าค่าความแตกต่างต่ำแสดงว่าการแจกแจงเป็นแบบปกติ สำหรับขนาดตัวอย่างที่ใช้คือ เกิน 50 หน่วย

2) Shapiro –Wilk เป็นสถิติทดสอบที่ใช้ทดสอบการแจกแจงของประชากรว่าเป็นแบบปกติหรือไม่ สำหรับขนาดตัวอย่างที่ใช้คือ ไม่เกิน 50 หน่วย

จ. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

เป็นการตรวจสอบเพื่อป้องกันการเกิดปัญหา Multicollinearity โดย

กัลยา วาณิชยปัญญา (2554) อธิบายว่า การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนซึ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) กับตัวแปรอิสระหลายตัว ($X_1, X_2, \dots, X_k$; $k \geq 2$) นั้นมีข้อกำหนดว่าตัวแปรอิสระเหล่านั้นจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่ในทางปฏิบัติจะพบว่าตัวแปรอิสระมักจะมี ความสัมพันธ์กันเอง การที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันจะทำให้เกิดปัญหาที่เรียกว่า Multicollinearity การเกิดปัญหา Multicollinearity จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ถ้าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันมาก ปัญหา Multicollinearity จะมากด้วย

1) ผลของการเกิดปัญหา Multicollinearity การที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันจะทำให้ผลของการวิเคราะห์ความถดถอยผิดปกติไปได้ 3 ประเด็นคือ ทำให้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ความถดถอย (S_b) มีค่าสูงมาก เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ความถดถอย (β, b) ตรงข้ามกับที่ควรจะเป็น และทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (β, b) เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่คงที่ เมื่อมีตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น

2) การป้องกันการเกิดปัญหา Multicollinearity สามารถทำได้ 2 วิธี คือ การคำนวณหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ แล้วทำการทดสอบสมมติฐานว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ p ของ X แต่ละคู่เป็นศูนย์หรือไม่ ถ้าผลการทดสอบยอมรับว่า p ของแต่ละคู่เป็นศูนย์แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือใช้วิธี Stepwise ซึ่งเป็นวิธีการเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการความถดถอย โดยวิธี Stepwise มีหลักเกณฑ์ว่า จะนำตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยครั้งละ 1 ตัว ถ้าตัวแปรอิสระที่นำเข้ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระที่มีอยู่แล้วในสมการถดถอย วิธี Stepwise จะตัดตัวแปรอิสระที่สัมพันธ์กันตัวใดตัวหนึ่งออกจากสมการความถดถอย

การวัดตัวแปรที่วิจัย

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตัวแปรอิสระ คือ ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ โดยใช้การวัดค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจของสมาชิก ได้แก่ ความสามารถ, ความเมตตากรุณาและความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตัวแปรอิสระ คือ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ โดยใช้การวัดค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจของสมาชิก ได้แก่ ความสามารถ, ความเมตตากรุณาและความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ โดยใช้การวัดค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจของสมาชิก ได้แก่ ความสามารถ, ความเมตตากรุณาและความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

การวิจัยในครั้งนี้ ได้เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด ในบทนี้ขอนำเสนอผลการวิจัยข้อมูลในรูปตารางและบรรยายผลตามลำดับต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง
2. ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
3. ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
4. ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
5. ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
6. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ
7. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการและคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์
8. การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย
9. ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน

10. ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน

11. คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน

12. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

13. ข้อวิจารณ์

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	132	33.00
	หญิง	268	67.00
รวม		400	100.00
อายุ	21-30 ปี	86	21.50
	31-40 ปี	190	47.50
	41-50 ปี	110	27.50
	50 ปีขึ้นไป	14	3.50
	รวม	400	100.00
บริษัทในสังกัด			
บริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)		215	53.80
บริษัทในเครือแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)		185	46.20
รวม		400	100.00

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก		
น้อยกว่า 1 ปี	39	9.80
1-2 ปี	112	20.50
2-3 ปี	87	29.20
3 ปีขึ้นไป	162	40.50
รวม	400	100.00
บริการล่าสุดที่มาใช้บริการ		
บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน	221	55.30
บริการฝากเงิน	150	37.50
บริการถอนเงินฝาก	29	7.20
รวม	400	100.00

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 11 ได้ผลสรุปดังนี้

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.00

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 41-50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.50 กลุ่มอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50

เมื่อจำแนกตามบริษัทในสังกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มากกว่าบริษัทในเครือแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 53.80 และพนักงานบริษัทในเครือแอดวานซ์อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 46.20

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ ระยะเวลา 2-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.20 ระยะเวลา 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.50 และระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.80

เมื่อจำแนกตามบริการล่าสุดที่มาใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมาใช้บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาคือใช้บริการฝากเงิน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และมาใช้บริการถอนเงินฝากมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.20

ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตารางที่ 12 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ความคาดหวัง คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ								
ความเชี่ยวชาญในการบริการด้าน ธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์	156 (39.00)	192 (18.00)	51 (12.80)	1 (0.20)	- (0.00)	4.23	.680	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์	161 (40.20)	199 (49.80)	33 (8.20)	7 (1.80)	- (0.00)	4.29	.689	มากที่สุด
การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	217 (54.30)	147 (36.80)	32 (8.00)	4 (1.00)	- (0.00)	4.44	.684	มากที่สุด
ความสามารถในการชี้แจงแนะนำ และตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิด ปัญหา	163 (40.80)	190 (47.40)	43 (10.80)	4 (1.00)	- (0.00)	4.28	.691	มากที่สุด
ความตั้งใจและความใส่ใจในการบริการ ที่เจ้าหน้าที่มอบให้แก่สมาชิก	160 (40.00)	202 (50.50)	32 (8.00)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.23	.696	มากที่สุด

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความคาดหวัง คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
รวม						4.29	.689	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองความต้องการ								
สหกรณ์มีความยินดีและมีความ พร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิก ต้องการ	153	198	42	7	-	4.24	.707	มากที่สุด
	(38.30)	(49.50)	(10.50)	(1.80)	(0.00)			
ความรวดเร็วในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	155	188	47	10	-	4.22	.747	มากที่สุด
	(38.80)	(47.00)	(11.80)	(2.50)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหา ของสมาชิก	144	202	50	4	-	4.23	.693	มากที่สุด
	(36.00)	(50.50)	(12.50)	(1.00)	(0.00)			
สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่ กำหนดไว้	144	212	40	4	-	4.24	.666	มากที่สุด
	(36.00)	(53.00)	(10.00)	(1.00)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวก ในการประสานงาน	136	202	58	4	-	4.18	.704	มาก
	(34.00)	(50.50)	(14.50)	(1.00)	(0.00)			
รวม						4.22	.703	มากที่สุด
ด้านการให้ความมั่นใจ								
ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	228	148	23	1	-	4.22	.703	มากที่สุด
	(57.00)	(37.00)	(5.80)	(0.20)	(0.00)			
ในด้านความรู้และความสามารถของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	167	183	46	4	-	4.28	.703	มากที่สุด
	(41.80)	(45.80)	(11.40)	(1.00)	(0.00)			
ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของ สมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ	104	196	93	5	2	3.99	.653	มาก
	(26.00)	(49.00)	(23.30)	(1.20)	(0.50)			

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความคาดหวัง คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์ สุจริต	110	204	83	3	-	4.05	.633	มาก
	(27.50)	(51.00)	(20.80)	(0.70)	(0.00)			
ความสามารถของสมาชิกในการ ตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการเอาเปรียบจาก สหกรณ์	185	173	39	3	-	4.35	.685	มากที่สุด
	(46.30)	(43.30)	(9.70)	(0.70)	(0.00)			
รวม						4.24	.658	มากที่สุด
ด้านการดูแลเอาใจใส่								
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่าง กระตือรือร้นและขยันขันแข็ง	149	189	58	4	-	4.21	.718	มากที่สุด
	(37.30)	(47.20)	(14.50)	(1.00)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วย ความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ	95	181	121	3	-	3.40	.665	ปาน กลาง
	(23.80)	(45.10)	(30.20)	(0.70)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อน โยนและให้เกียรติสมาชิก	158	187	54	1	-	4.26	.690	มากที่สุด
	(39.50)	(46.80)	(13.50)	(0.20)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้ สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย	140	210	43	4	3	4.20	.725	มาก
	(35.00)	(52.50)	(10.80)	(1.00)	(0.70)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือบริการใหม่ๆให้แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	68	165	143	18	6	3.68	.712	มาก
	(17.00)	(41.30)	(35.70)	(4.50)	(1.50)			
รวม						3.95	.702	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความคาดหวัง คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่ นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสม	110	161	116	13	-	3.92	.831	มาก
	(27.50)	(40.30)	(29.00)	(3.20)	(0.00)			
สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้ง ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ	104	165	120	11	-	3.91	.814	มาก
	(26.00)	(41.30)	(30.00)	(2.70)	(0.00)			
ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์ สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ	113	180	97	8	2	3.99	.807	มาก
	(28.20)	(45.00)	(24.30)	(2.00)	(0.50)			
ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มี ความถูกต้องชัดเจน	149	179	62	10	-	4.17	.775	มาก
	(37.30)	(44.80)	(15.30)	(2.50)	(0.00)			
ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของ สมาชิก	159	166	66	9	-	4.19	.787	มาก
	(39.70)	(41.50)	(16.50)	(2.30)	(0.00)			
รวม						4.04	.801	มาก
รวมทั้ง 5 ด้าน						4.15	.711	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยจำแนกเป็น ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อ

ชักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 โดยจำแนกเป็น สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการประสานงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยจำแนกเป็น ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยจำแนกเป็น เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็งอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยจำแนกเป็น สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการอยู่ในระดับมาก มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตารางที่ 13 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

การรับรู้ คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ								
ความเชี่ยวชาญในการบริการด้าน ธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์	52	187	148	13	-	3.67	.734	มาก
	(13.00)	(46.80)	(37.00)	(3.30)	(0.00)			
ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์	59	218	109	14	-	3.81	.723	มาก
	(14.80)	(54.50)	(27.30)	(3.50)	(0.00)			
การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	91	198	105	6	-	3.94	.740	มาก
	(22.80)	(49.50)	(26.30)	(1.50)	(0.00)			
ความสามารถในการชี้แจงแนะนำ และตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิด ปัญหา	54	186	150	8	2	3.71	.741	มาก
	(13.50)	(46.50)	(37.50)	(2.00)	(0.50)			
ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการ ที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่ สมาชิก	63	224	102	11	-	3.85	.707	มาก
	(15.80)	(56.00)	(25.50)	(2.70)	(0.00)			
รวม						3.80	.729	มาก

ตารางที่ 13 (ต่อ)

การรับรู้ คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านการตอบสนองความต้องการ								
สหกรณ์มีความยินดีและมีความ พร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิก ต้องการ	73	211	105	9	2	3.86	.750	มาก
	(18.30)	(52.70)	(26.30)	(2.20)	(0.50)			
ความรวดเร็วในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	59	198	127	14	2	3.75	.766	มาก
	(14.70)	(49.50)	(31.80)	(3.50)	(0.50)			
เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหา ของสมาชิก	56	181	152	9	2	3.70	.753	มาก
	(14.00)	(45.30)	(38.00)	(2.20)	(0.50)			
สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่ กำหนดไว้	77	207	111	5	-	3.89	.714	มาก
	(19.20)	(51.80)	(27.80)	(1.20)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวก ในการประสานงาน	73	181	137	9	-	3.76	.758	มาก
	(18.3)	(45.3)	(34.2)	(2.20)	(0.00)			
รวม						3.79	.748	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจ								
ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	134	217	46	3	-	4.21	.663	มากที่สุด
	(33.50)	(54.30)	(11.50)	(0.70)	(0.00)			
ในด้านความรู้และความสามารถของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	75	174	146	5	-	3.80	.750	มาก
	(18.70)	(43.50)	(36.50)	(1.30)	(0.00)			
ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของ สมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ	104	196	93	5	-	3.98	.767	มาก
	(26.00)	(49.0)	(23.10)	(1.30)	(0.00)			

ตารางที่ 13 (ต่อ)

การรับรู้ คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์ สุจริต	110	204	83	3	-	4.05	.715	มาก
	(27.50)	(51.00)	(20.80)	(0.70)	(0.00)			
ความสามารถของสมาชิกในการ ตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันการเอาเปรียบจาก สหกรณ์	63	182	143	12	-	3.74	.754	มาก
	(15.80)	(45.40)	(35.80)	(3.00)	(0.00)			
รวม						3.96	.730	มาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่								
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่าง กระตือรือร้นและขยันขันแข็ง	83	180	131	6	-	3.85	.758	มาก
	(20.80)	(45.00)	(32.80)	(1.40)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วย ความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ	95	181	121	3	-	3.92	.752	มาก
	(23.70)	(45.30)	(30.30)	(0.70)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพ อ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิก	91	205	100	4	-	3.96	.719	มาก
	(22.80)	(51.20)	(25.00)	(1.00)	(0.00)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้ สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย	79	182	127	7	5	3.81	.814	มาก
	(19.70)	(45.40)	(31.80)	(1.80)	(1.30)			
เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	68	165	143	18	6	3.68	.860	มาก
	(17.00)	(41.30)	(35.70)	(4.50)	(1.50)			
รวม						3.84	.781	มาก

ตารางที่ 13 (ต่อ)

การรับรู้ คุณภาพบริการ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่ นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสม	23	85	244	44	4	3.20	.745	ปาน กลาง
	(5.80)	(21.20)	(61.00)	(11.00)	(1.00)			
สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้ง ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ	20	94	238	48	20	3.27	.714	ปาน กลาง
	(5.00)	(23.50)	(59.50)	(12.00)	(5.00)			
ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์ สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ	22	103	222	51	2	3.23	.757	ปาน กลาง
	(5.50)	(25.80)	(55.50)	(12.80)	(0.40)			
ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มี ความถูกต้องชัดเจน	33	118	204	38	7	3.33	.826	ปาน กลาง
	(8.20)	(29.50)	(51.00)	(9.50)	(1.80)			
ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของ สมาชิก	38	106	195	52	9	3.28	.888	ปาน กลาง
	(9.50)	(26.50)	(48.70)	(13.00)	(2.30)			
รวม						3.26	.786	ปาน กลาง
รวมทั้ง 5 ด้าน						3.73	.755	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่าระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอ เอส จำกัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยจำแนกเป็น ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนอยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยจำแนกเป็นสหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการประสานงานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยจำแนกเป็น ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริตอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยจำแนกเป็น เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็งอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 โดยจำแนกเป็นสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุด

บริการอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิกอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

**ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด**

ตารางที่ 14 คุณภาพบริการความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิก
สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

คุณภาพบริการ	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ (E)	การรับรู้ คุณภาพบริการ (P)	(P-E)	เกณฑ์การ วัดคุณภาพ บริการ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ				
ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์	4.23	3.67	-0.56	คุณภาพที่ควรปรับปรุง
ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.29	3.81	-0.48	คุณภาพที่ยอมรับได้
การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	4.44	3.94	-0.50	คุณภาพที่ยอมรับได้
ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา	4.28	3.71	-0.57	คุณภาพที่ควรปรับปรุง
ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก	4.23	3.85	-0.38	คุณภาพที่ยอมรับได้
รวม	4.29	3.80	-0.49	คุณภาพที่ยอมรับได้
ด้านการตอบสนองความต้องการ				
สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ	4.24	3.86	-0.38	คุณภาพที่ยอมรับได้
ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.22	3.75	-0.47	คุณภาพที่ยอมรับได้

ตารางที่ 14 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ (E)	การรับรู้ คุณภาพบริการ (P)	(P-E)	เกณฑ์การ วัดคุณภาพ บริการ
เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจปัญหาของสมาชิก	4.23	3.70	-0.53	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	4.24	3.89	-0.35	คุณภาพที่ ยอมรับได้
เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกใน การติดต่อประสานงาน	4.18	3.76	-0.42	คุณภาพที่ ยอมรับได้
รวม	4.22	3.79	-0.43	คุณภาพที่ ยอมรับได้
ด้านการให้ความมั่นใจ				
ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	4.22	4.21	-0.01	คุณภาพที่ ยอมรับได้
ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.28	3.80	-0.48	คุณภาพที่ ยอมรับได้
ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะ ถูกเก็บเป็นความลับ	3.99	3.98	-0.01	คุณภาพที่ ยอมรับได้
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.05	4.05	0.00	คุณภาพที่ ยอมรับได้
ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบ ดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอา เปรียบจากสหกรณ์	4.35	3.74	-0.61	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
รวม	4.24	3.96	-0.28	คุณภาพที่ ยอมรับได้
ด้านการดูแลเอาใจใส่				
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือ ร้นและขยันขันแข็ง	4.21	3.85	-0.36	คุณภาพที่ ยอมรับได้
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็น ธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติ	3.40	3.92	0.52	คุณภาพสูง
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติสมาชิก	4.26	3.96	-0.30	คุณภาพที่ ยอมรับได้

ตารางที่ 14 (ต่อ)

คุณภาพบริการ	ความคาดหวัง คุณภาพบริการ (E)	การรับรู้ คุณภาพบริการ (P)	(P-E)	เกณฑ์การ วัดคุณภาพ บริการ
เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิก เกิดความเข้าใจได้ง่าย	4.20	3.81	-0.39	คุณภาพที่ ยอมรับได้
เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือ บริการใหม่ๆให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	3.68	3.68	0.00	คุณภาพที่ ยอมรับได้
รวม	3.95	3.84	-0.11	คุณภาพต่ำ น้อยที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ				
สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับ บริการได้อย่างเหมาะสม	3.92	3.20	-0.72	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับการให้บริการ	3.91	3.27	-0.64	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์ เพื่อบอกจุดบริการ	3.99	3.23	-0.76	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความ ถูกต้องชัดเจน	4.17	3.33	-0.84	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ใน การตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก	4.19	3.28	-0.91	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
รวม	4.04	3.26	-0.78	คุณภาพที่ ควรปรับปรุง
รวมทั้ง 5 ด้าน	4.15	3.73	-0.42	คุณภาพที่ ยอมรับได้

จากตารางที่ 14 พบว่าคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ในภาพรวมมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.49 โดยจำแนกเป็น ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์มีคุณภาพ

บริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.56 ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.48 การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.50 ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา มีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.57 และความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิกมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.38

ด้านการตอบสนองความต้องการมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.43 โดยจำแนกเป็น สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.38 ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.47 เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิกมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.53 สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้มีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.35 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการประสานงานมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.42

ด้านการให้ความมั่นใจมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.28 โดยจำแนกเป็น ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์มีคุณภาพการบริการต่ำน้อยที่คุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.01 ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.48 ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.01 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริตมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.00 และความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์มีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.61

ด้านการดูแลเอาใจใส่มีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.11 โดยจำแนกเป็น เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็งมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.36 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติมีคุณภาพบริการสูง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.52 เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยน

และให้เกียรติสมาชิกมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.30 เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่ายมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.39 และเจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องมีคุณภาพบริการที่ยอมรับได้ มีค่าความแตกต่างเท่ากับ 0.00

ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.78 โดยจำแนกเป็นสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสมมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.72 สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.64 ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.76 ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจนมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.84 และความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิกมีคุณภาพบริการที่ควรปรับปรุง มีค่าความแตกต่างเท่ากับ -0.91

จากผลการศึกษาดังกล่าวเห็นได้ว่าการรับรู้คุณภาพบริการในทุกด้านมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าความคาดหวังทั้งหมด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ทั้งระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่ค่าระดับความคาดหวังที่วัดได้สูงกว่าการรับรู้ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากระดับความคาดหวังของสมาชิกนั้นเป็นระดับความคาดหวังในอุดมคติ ซึ่งเป็นระดับความประสงค์หรือความปรารถนาของการบริการที่สมาชิกชื่นชอบ โดยมองข้ามความเป็นไปได้หรือความสามารถที่สหกรณ์จำกระทำได้ (Kurtz and Clow, 1998)

ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ตารางที่ 15 ความไว้วางใจของสหกรณ์สมาชิกออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ความไว้วางใจ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความสามารถ								
สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการ ดำเนินงานของสหกรณ์	111 (27.80)	218 (54.40)	71 (17.80)	- (0.00)	- (0.00)	4.10	.668	มาก
สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้อง ปราศจากข้อผิดพลาด	77 (19.30)	201 (50.20)	119 (29.70)	1 (0.30)	- (0.00)	3.87	.728	มาก
สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่ สัญญาไว้อย่างครบถ้วน	80 (20.00)	211 (52.80)	104 (26.00)	5 (1.20)	- (0.00)	3.92	.710	มาก
ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความ ต้องการของสมาชิกได้	79 (19.80)	197 (49.20)	117 (29.30)	4 (1.00)	3 (0.70)	3.86	.762	มาก
สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่ รอดภายใต้สภาพแวดล้อมปัจจุบันได้	84 (21.00)	236 (59.00)	74 (18.50)	6 (1.50)	- (0.00)	4.00	.675	มาก
คณะกรรมการดำเนินการบริหารงาน ตามกฎหมายสหกรณ์, ข้อบังคับ, ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด	97 (24.30)	227 (56.70)	75 (18.70)	1 (0.30)	- (0.00)	4.05	.662	มาก
คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไข ระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความ ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ทัน ทั่วทั้ง	88 (22.00)	190 (47.50)	118 (29.50)	4 (1.00)	- (0.00)	3.91	.740	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ความไว้วางใจ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ระดับ
สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลด การพึ่งพาเงินทุนจากภายนอก	90 (22.50)	198 (49.50)	112 (28.00)	- (0.00)	- (0.00)	3.95	.709	มาก
รวม						3.96	.707	มาก
ความเมตตากรุณา								
สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	103 (25.80)	158 (39.50)	132 (33.00)	5 (1.20)	2 (0.50)	3.89	.819	มาก
สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ	91 (22.70)	197 (49.20)	107 (26.80)	1 (0.30)	4 (1.00)	3.93	.769	มาก
สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม	95 (23.80)	185 (46.20)	113 (28.30)	5 (1.20)	2 (0.50)	3.92	.781	มาก
สหกรณ์ดำเนินการกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก	92 (23.00)	234 (58.50)	69 (17.20)	5 (1.30)	- (0.00)	4.03	.673	มาก
เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า	83 (20.80)	223 (55.80)	80 (20.00)	12 (3.00)	2 (0.40)	3.93	.755	มาก
สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก	95 (23.80)	220 (55.00)	78 (19.40)	7 (1.80)	- (0.00)	4.04	.710	มาก
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิก	89 (22.40)	195 (48.80)	103 (25.80)	9 (2.30)	4 (1.00)	3.89	.806	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ความไว้วางใจ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ระดับ
สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก	73 (18.20)	192 (48.00)	119 (29.80)	12 (3.00)	4 (1.00)	3.80	.806	มาก
รวม						3.93	.765	มาก
ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลัก								
คุณธรรม								
สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมา ชิกไปในทางที่ผิด	118 (29.50)	205 (51.20)	76 (19.00)	1 (0.30)	- (0.00)	4.10	.697	มาก
คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็น ตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก	96 (24.00)	189 (47.30)	109 (27.30)	6 (1.40)	- (0.00)	3.94	.755	มาก
สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของ คณะกรรมการมีความโปร่งใส	100 (25.00)	221 (55.20)	73 (18.30)	4 (1.00)	2 (0.50)	4.03	.720	มาก
เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจเรื่องสำคัญจะคำ นึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก	93 (23.30)	230 (57.50)	68 (17.00)	9 (2.20)	- (0.00)	4.02	.702	มาก
สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมือง และผู้บริหาร	97 (24.20)	193 (48.20)	105 (26.30)	5 (1.30)	- (0.00)	3.96	.745	มาก
สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้า หน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอ ภาคตามลำดับก่อน-หลัง	92 (23.00)	227 (56.80)	70 (17.50)	9 (2.20)	2 (0.50)	4.00	.736	มาก
ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะ กรรมการและเจ้าหน้าที่มีการแสดง ความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและเป็น ประชาธิปไตย	82 (20.50)	184 (46.00)	126 (31.50)	8 (2.00)	- (0.00)	3.85	.761	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ความไว้วางใจ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี	82	198	120	-	-	3.91	.705	มาก
คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้ สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบัง	(20.50)	(49.50)	(30.00)	(0.00)	(0.00)			
รวม						3.98	.728	มาก
รวมทั้ง 3 ด้าน						3.96	.733	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความสามารถอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยจำแนกเป็นสมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมปัจจุบันได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์, ข้อบังคับ, ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ทันทั่วทั้งที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ด้านความเมตตากรุณาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยจำแนกเป็น สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สหกรณ์

มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และสมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยจำแนกเป็นสมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไปในทางที่ผิดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิกในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการมีความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจเรื่องสำคัญจะคำนึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้บริหารอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและเป็นประชาธิปไตยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบังอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นอื่นๆที่สมาชิกเห็นควรว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ควรปรับปรุงแก้ไข แบ่งตามคุณภาพบริการ 5 ด้านดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

1.1 เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรตอบคำถามสมาชิกให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 1 คน

2. ด้านการตอบสนองความต้องการ

2.1 สหกรณ์ควรจัดให้มีสวัสดิการด้านประกันภัยเพิ่มเติม มีจำนวนผู้แสดงความ
ความคิดเห็น 3 คน

2.2 สหกรณ์ควรจัดให้มีประเภทของวงเงินกู้ให้หลากหลายมากขึ้น เช่น กู้ซื้อบ้านหรือ
กู้ซื้อรถยนต์ เป็นต้น มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 7 คน

2.3 สหกรณ์ควรให้สมาชิกสามารถกู้สามัญและกู้ฉุกเฉินในวงเงินที่มากกว่าปัจจุบัน มี
จำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 5 คน

2.4 สหกรณ์ไม่ควรใช้เครดิตบูโรในการตรวจสอบวงเงินกู้ของสมาชิก เพราะจะเป็น
การจำกัดวงเงินของสมาชิก ซึ่งถ้าสมาชิกไม่ยอมจ่ายชำระหนี้ สหกรณ์ก็สามารถเรียกเก็บได้จากผู้ค้า
ประกันได้เช่นเดียวกัน มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 2 คน

2.5 สหกรณ์ควรลดระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 2 คน

3. ด้านการให้ความมั่นใจ

ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นในด้านนี้

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่

4.1 สหกรณ์ควรปรับปรุงในเรื่องการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิก มีจำนวนผู้แสดง
ความคิดเห็น 3 คน

4.2 สหกรณ์ควรเรียงลำดับการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีจำนวนผู้แสดงความ
ความคิดเห็น 4 คน

5. ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

5.1 สหกรณ์ควรพัฒนาระบบข้อมูลออนไลน์ให้เข้าถึงง่าย มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 12 คน

5.2 สหกรณ์ควรทำระบบตรวจสอบเงินรวมในการทำธุรกรรมต่างๆผ่านระบบออนไลน์ เพื่อลดการใช้เอกสารและหนังสือรับรองต่างๆ มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 7 คน

5.3 สหกรณ์ควรปรับปรุงระบบออนไลน์ให้มีการอัปเดตข้อมูลต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/เงินกู้/เงินปันผล อย่างต่อเนื่อง มีจำนวนผู้แสดงความคิดเห็น 10 คน

**ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ
และคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจ
ของสมาชิกสหกรณ์**

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการและคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์

ตัวแปร	ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)		
ความคาดหวังคุณภาพบริการ	0.345*	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
การรับรู้คุณภาพบริการ	0.810*	0.000	สูง	เดียวกัน
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้	0.422*	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการและคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า

ความคาดหวังคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.345 อธิบายได้ว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการกับความไว้วางใจมีความเกี่ยวข้องกันในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อความคาดหวังคุณภาพบริการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ความไว้วางใจก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในระดับปานกลางด้วยเช่นกัน

การรับรู้คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์ในระดับสูงในทิศทางเดียวกันกับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.810 อธิบายได้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการกับความไว้วางใจมีความเกี่ยวข้องกันในระดับสูง ซึ่งเมื่อการรับรู้คุณภาพบริการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ความไว้วางใจก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในระดับสูงด้วยเช่นกัน

คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.422 อธิบายได้ว่า คุณภาพบริการจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้กับความไว้วางใจมีความเกี่ยวข้องกันในระดับสูง ซึ่งเมื่อการรับรู้คุณภาพบริการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ความไว้วางใจก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในระดับสูงด้วยเช่นกัน

สรุปได้ว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพบริการและคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์

การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย

การทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) จะแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กัน ถ้าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันสูง อาจจะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ รายละเอียดดังนี้

โดยกำหนดให้

X_1 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_2 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ

X_3 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ

X_4 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่

X_5 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

X_6 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_7 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ

X_8 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ

X_9 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่

X_{10} = การรับรู้คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

X_{11} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_{12} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการตอบสนองความต้องการ

X_{13} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจ

X_{14} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการดูแลเอาใจใส่

X_{15} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

Y_1 = ความไว้วางใจในด้านความสามารถ

Y_2 = ความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณา

Y_3 = ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁
X ₁	1.000										
X ₂	.810*	1.000									
X ₃	.692*	.714*	1.000								
X ₄	.730*	.843*	.770*	1.000							
X ₅	.649*	.710*	.644*	.751*	1.000						
X ₆	.413*	.348*	.268*	.306*	.219*	1.000					
X ₇	.358*	.427*	.299*	.358*	.230*	.800*	1.000				
X ₈	.369*	.352*	.380*	.327*	.195*	.739*	.782*	1.000			
X ₉	.355*	.386*	.320*	.365*	.201*	.726*	.822*	.827*	1.000		
X ₁₀	.215*	.194*	.178*	.212*	.237*	.471*	.483*	.534*	.542*	1.000	
X ₁₁	-.497*	-.390*	-.361*	-.358*	-.369*	.585*	.443*	.375*	.376*	.258*	1.000

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
X ₁₂	-.390**	-.496*	-.359*	-.419*	-.422*	.453*	.574*	.432*	.440*	.289*	.778*	1.000						
X ₁₃	-.262*	-.296*	-.520*	-.368*	-.380*	.449*	.462*	.593*	.486*	.339*	.661*	.712*	1.000					
X ₁₄	-.309*	-.376*	-.374*	-.529*	-.463*	.400*	.442*	.473*	.597*	.311*	.659*	.766*	.763*	1.000				
X ₁₅	-.374*	-.442*	-.398*	-.461*	-.649*	.186*	.186*	.256*	.257*	.585*	.510*	.579*	.583*	.630*	1.000			
Y ₁	.325*	.311*	.264*	.273*	.215*	.699*	.759*	.744*	.701*	.476*	.376*	.447*	.457*	.402*	.193*	1.000		
Y ₂	.350*	.377*	.301*	.343*	.263*	.657*	.738*	.693*	.716*	.492*	.315*	.367*	.378*	.356*	.166*	.853*	1.000	
Y ₃	.327*	.307*	.248*	.274*	.210*	.668*	.698*	.727*	.685*	.521*	.346*	.393*	.455*	.387*	.233*	.873*	.878*	1.000

* มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจและการรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกันมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.827 รองลงมาคือ การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการและการรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.822

ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรตาม พบว่า ความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาและความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกันมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.878 รองลงมาคือ ความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาและความไว้วางใจในด้านความสามารถมีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.873

ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการและความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณา มีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกันมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.759 รองลงมาคือ การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความและความไว้วางใจในด้านความ สามารถมีความสัมพันธ์กันระดับสูงในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.738 (ตารางผนวกที่ 3)

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรการรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจและการรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด เนื่องจากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ได้ จึงต้องมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้วยการพิจารณาค่า Tolerance และ ค่า VIF ซึ่งพบว่า ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในแต่ละตัวไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (ตารางผนวกที่ 4)

ตารางที่ 18 ผลการตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย

ตัวแปร	ภาพรวมความไว้วางใจ			ความสามารถ			ความเมตตาครุณา			ความซื่อสัตย์ หรือการยึดหลัก คุณธรรม		
	Normal	Durbin- Watson	V I F	Normal	Durbin- Watson	V I F	Normal	Durbin- Watson	V I F	Normal	Durbin- Watson	V I F
ความคาดหวังคุณภาพ บริการ	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓
การรับรู้คุณภาพ บริการ	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓
คุณภาพบริการของ ความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังและการ รับรู้	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓	X	✓	✓

จากตารางที่ 18 ผลการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงไม่ปกติ (ตารางผนวกที่ 5)

ซึ่งจากทฤษฎีขีดจำกัดกลาง (The Central Limit Theorem) พบว่า ถ้าเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาด N ซ้ำๆ กัน โดยดึงมาจากประชากรที่มีการแจกแจงแบบโค้งปกติ มีค่าเฉลี่ย μ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน $\sigma/\sqrt{N}$ ยิ่งกว่านั้น ถ้า N ของตัวอย่างมีขนาดใหญ่ การแจกแจงจะเป็นโค้งปกติ ดังนั้นค่าเฉลี่ยจะเท่ากับ μ และความคลาดเคลื่อน $\sigma/\sqrt{N}$

ผลของทฤษฎีนี้บอกว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ดึงมาจากประชากรที่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ผลของกลุ่มตัวอย่างก็จะมีแจกแจงเป็นโค้งปกติ แม้ว่า N จะมีขนาดเล็กก็ตาม อีกกรณีหนึ่งแม้ว่า N จะมีขนาดใหญ่และประชากรไม่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ผลที่ได้จะมีแนวโน้มว่าข้อมูลจะมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2545) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ถึงแม้ว่าตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงไม่ปกติแต่จากทฤษฎีดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรจากการศึกษาครั้งนี้มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ

การตรวจสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อนด้วยการพิจารณาค่า Durbin-Watson พบว่า ตัวแปรทุกด้านไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (ตารางผนวกที่ 6-17)

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้วยการพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF พบว่า ตัวแปรทุกด้านไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (ตารางผนวกที่ 6-17)

ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก และการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

โดยกำหนดให้

X_1 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_2 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ

X_3 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ

X_4 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่

X_5 = ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

สมมติฐานที่ 1.1 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

ตารางที่ 19 อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized			อันดับอิทธิพล
ตัวแปร		Coefficients	Sig.	VIF	
		B			
ระดับความคาดหวัง	(Constant)	1.415	0.000		
คุณภาพบริการ	X ₁	0.189*	0.021	3.191	มีอิทธิพลมากที่สุด
	X ₂	0.165	0.090	4.869	-
	X ₃	0.030	0.704	2.721	-
	X ₄	0.045	0.635	4.812	-
	X ₅	- 0.054	0.377	2.469	-

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ตัวแปร		Unstandardized		Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
		Coefficients				
		B				
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F		Sig.	Durbin – Watson	
0.126	0.544	12.504		0.000	1.837	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจได้ร้อยละ 12.60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 6)

โดยพบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.2 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ

ตารางที่ 20 อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized		VIF	อันดับอิทธิพล
	ตัวแปร	Coefficients	Sig.		
		B			
ระดับความคาดหวัง	(Constant)	1.472	0.000		
คุณภาพบริการ	X ₁	0.200*	0.015	3.191	มีอิทธิพลมากที่สุด

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ตัวแปร	Unstandardized		Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
	Coefficients	B			
X ₂	0.134	0.170	4.869	-	
X ₃	0.053	0.496	2.721	-	
X ₄	0.004	0.968	4.812	-	
X ₅	- 0.048	0.432	2.469	-	
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson	
0.103	0.546	10.196	0.000	1.661	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความสามารถได้ร้อยละ 10.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 7)

โดยพบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา

ตารางที่ 21 อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized			อันดับอิทธิพล
ตัวแปร		Coefficients	Sig.	VIF	
		B			
ระดับความคาดหวัง	(Constant)	1.341	0.000		
คุณภาพบริการ	X ₁	0.130	0.145	3.191	-
	X ₂	0.242*	0.023	4.869	มีอิทธิพลมากที่สุด
	X ₃	0.026	0.756	2.721	-
	X ₄	0.086	0.408	4.812	-
	X ₅	- 0.055	0.407	2.469	-
Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson
0.140		0.593	13.997	0.000	1.975

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณาได้ร้อยละ 14.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 8)

โดยพบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความเชื่อสัจย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางที่ 22 อิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีผลความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized			อันดับอิทธิพล
ตัวแปร		Coefficients	Sig.	VIF	
		B			
ระดับความคาดหวัง	(Constant)	1.431	0.000		
คุณภาพบริการ	X ₁	0.239*	0.006	3.191	มีอิทธิพลมากที่สุด
	X ₂	0.118	0.253	4.869	-
	X ₃	0.009	0.912	2.721	-
	X ₄	0.046	0.652	4.812	-
	X ₅	- 0.058	0.367	2.469	-
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson	
0.103	0.579	10.123	0.000	1.929	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมได้ร้อยละ 10.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 9)

โดยพบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

โดยกำหนดให้

X_6 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_7 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ

X_8 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ

X_9 = การรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่

X_{10} = การรับรู้คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

สมมติฐานที่ 2.1 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

ตารางที่ 23 อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized Coefficients B	Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
ตัวแปร					
ระดับการรับรู้	(Constant)	0.194	0.013		
คุณภาพบริการ	X_6	0.124*	0.008	3.078	3
	X_7	0.286*	0.000	4.331	1
	X_8	0.261*	0.000	3.818	2
	X_9	0.074	0.165	4.355	-
	X_{10}	0.095*	0.002	1.473	4
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson	
0.664	0.337	158.649	0.000	2.353	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจได้ร้อยละ 66.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 10)

โดยพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.2 ระดับการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ

ตารางที่ 24 อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ
โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

	ตัวแปร	Unstandardized		Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
		Coefficients	B			
ระดับการรับรู้	(Constant)		0.289	0.000		
คุณภาพบริการ	X ₆		0.131*	0.006	3.078	3
	X ₇		0.325*	0.000	4.331	1
	X ₈		0.304*	0.000	3.818	2
	X ₉		- 0.007	0.900	4.355	-
	X ₁₀		0.053	0.094	1.473	-
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson		
0.641	0.346	143.333	0.000	2.084		

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความสามารถได้ร้อยละ 64.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 11)

โดยพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับความการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา

ตารางที่ 25 อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	Unstandardized			VIF	อันดับอิทธิพล
	Coefficients	Sig.	B		
ระดับการรับรู้	(Constant)	0.160	0.090		
คุณภาพบริการ	X ₆	0.087	0.123	3.078	-
	X ₇	0.349*	0.000	4.331	1
	X ₈	0.145*	0.026	3.818	3
	X ₉	0.182*	0.005	4.355	2
	X ₁₀	0.099*	0.008	1.473	4
Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson
0.598		0.406	119.434	0.000	2.405

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณาได้ร้อยละ 59.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย (ตารางผนวกที่ 12)

โดยพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.4 ระดับความการรับรู้คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางที่ 26 อิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized			
	ตัวแปร	Coefficients	Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
		B			
ระดับการรับรู้	(Constant)	0.134	0.137		
คุณภาพบริการ	X ₆	0.154*	0.005	3.078	3
	X ₇	0.185*	0.003	4.331	2
	X ₈	0.335*	0.000	3.818	1
	X ₉	0.046	0.452	4.355	-
	X ₁₀	0.132*	0.000	1.473	4
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson	
0.594	0.390	117.513	0.000	2.340	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมได้ร้อยละ 59.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 13)

โดยพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ ของสมาชิกและการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

สมมติฐานที่ 3.1 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

โดยกำหนดให้

X_{11} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ

X_{12} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการตอบสนองความต้องการ

X_{13} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจ

X_{14} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการดูแลเอาใจใส่

X_{15} = คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

ตารางที่ 27 อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized		Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
ตัวแปร		Coefficients	B			
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้	(Constant)		1.897	0.000		
	X_{11}		0.017	0.788	2.694	-
	X_{12}		0.179*	0.013	3.677	2
	X_{13}		0.282*	0.000	2.803	1
	X_{14}		0.070	0.276	3.369	-
	X_{15}		- 0.117*	0.004	1.780	3
Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate		F	Sig.	Durbin – Watson
0.230		0.511		24.772	0.000	2.143

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจได้ร้อยละ 23.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 14)

โดยพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.2 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ

ตารางที่ 28 อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized			
ตัวแปร		Coefficients	Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
		B			
คุณภาพบริการของความ	(Constant)	1.897	0.000		
แตกต่างระหว่างความ	X ₁₁	0.013	0.834	2.694	-
คาดหวังและการรับรู้	X ₁₂	0.237*	0.001	3.677	2
	X ₁₃	0.282*	0.000	2.803	1
	X ₁₄	0.048	0.440	3.369	-
	X ₁₅	- 0.141*	0.000	1.780	3
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson	
0.255	0.498	28.221	0.000	1.955	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความสามารถได้ร้อยละ 25.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุก

ตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 15)

โดยพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.3 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตาากรุณา

ตารางที่ 29 อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตาากรุณาโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

		Unstandardized		Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
ตัวแปร		Coefficients	B			
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้	(Constant)		1.945	0.000		
	X ₁₁		0.023	0.749	2.694	-
	X ₁₂		0.175*	0.034	3.677	2
	X ₁₃		0.228*	0.002	2.803	1
	X ₁₄		0.112	0.129	3.369	-
	X ₁₅		- 0.132*	0.004	1.780	3
Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate		F	Sig.	Durbin – Watson
				17.493	0.000	2.181

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความเมตตาากรุณาได้ร้อยละ 17.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 16)

โดยพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.4 คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางที่ 30 อิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients B	Sig.	VIF	อันดับอิทธิพล
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้	(Constant)	1.849	0.000	
X ₁₁	0.015	0.823	2.694	-
X ₁₂	0.125	0.101	3.677	-
X ₁₃	0.336*	0.000	2.803	มีอิทธิพลมากที่สุด
X ₁₄	0.050	0.460	3.369	-
X ₁₅	- 0.079	0.067	1.780	-
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Sig.	Durbin – Watson
0.224	0.215	22.751	0.000	2.230

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตัวแปรทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมได้ร้อยละ 22.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 ซึ่งตัวแปรทุกตัวดังกล่าวอาจไม่ใช่ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม และตัวแปรผ่านเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน และมีค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวเคลื่อน (ตารางผนวกที่ 17)

โดยพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลมากที่สุด

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัย	ภาพรวมความไว้วางใจ	ความสามารถ	ความเมตตา กรุณา	ความซื่อสัตย์ หรือการยึดหลัก คุณธรรม
	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล
	(S.D.)	(S.D.)	(S.D.)	(S.D.)
ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ				
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.189* (0.081)	0.200* (0.082)	0.130 (0.089)	0.239* (0.087)
การตอบสนองความต้องการ	0.165 (0.097)	0.134 (0.097)	0.242* (0.106)	0.118 (0.103)
การให้ความมั่นใจ	0.030 (0.078)	0.053 (0.078)	0.026 (0.085)	0.009 (0.080)
การดูแลเอาใจใส่	0.045 (0.095)	0.004 (0.095)	0.086 (0.103)	0.046 (0.101)
ลักษณะทางกายภาพของ บริการ	-0.054 (0.060)	-0.048 (0.061)	-0.055 (0.066)	-0.058 (0.064)

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัย	ภาพรวมความ ไว้วางใจ	ความสามารถ	ความเมตตา กรุณา	ความซื่อสัตย์ หรือการยึดหลัก คุณธรรม
	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล	ระดับอิทธิพล
	(S.D.)	(S.D.)	(S.D.)	(S.D.)
R²	13.70	11.50	15.10	11.40
ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ				
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.124* (0.047)	0.131* (0.048)	0.087 (0.056)	0.154* (0.054)
การตอบสนองความต้องการ	0.286* (0.054)	0.325* (0.055)	0.349* (0.065)	0.185* (0.062)
การให้ความมั่นใจ	0.261* (0.054)	0.304* (0.055)	0.145* (0.065)	0.335* (0.062)
การดูแลเอาใจใส่	0.074 (0.053)	-0.007 (0.054)	0.182* (0.064)	0.046 (0.061)
ลักษณะทางกายภาพของ บริการ	0.095* (0.031)	0.053 (0.032)	0.099* (0.037)	0.132* (0.036)
R²	66.90	64.60	60.30	59.90
คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้				
ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	0.017 (0.063)	0.013 (0.061)	0.023 (0.072)	0.015 (0.067)
การตอบสนองความต้องการ	0.179* (0.072)	0.237* (0.070)	0.175* (0.082)	0.125 (0.076)
การให้ความมั่นใจ	0.282* (0.065)	0.282* (0.063)	0.228* (0.074)	0.336* (0.069)
การดูแลเอาใจใส่	0.070 (0.064)	0.048 (0.063)	0.112 (0.073)	0.050 (0.068)
ลักษณะทางกายภาพของ บริการ	-0.117* (0.040)	-0.141* (0.039)	-0.132* (0.046)	-0.079 (0.043)
R²	24.00	26.40	18.20	22.40

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 31 ในส่วนของสมมติฐานที่ 1 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการส่งผลต่อภาพรวมของความไว้วางใจ โดยมีค่า R^2 คือ 13.70 โดยความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความสามารถพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลสูงที่สุด

ในส่วนของสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการส่งผลต่อภาพรวมของความไว้วางใจ โดยมีค่า R^2 คือ 66.90 โดยการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความสามารถพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

ในส่วนของสมมติฐานที่ 3 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ส่งผลต่อภาพรวมของความไว้วางใจ โดยมีค่า R^2 คือ 24.00 โดยคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความสามารถพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความเมตตากรุณาพบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมา คือ การตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในส่วนของความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลสูง

จากผลการศึกษาในสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความแตกต่างในด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการส่งผลให้เกิดความไว้วางใจ โดยด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกันกับความไว้วางใจ คือ เมื่อค่าความแตกต่างมีค่าการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังย่อมส่งผลให้เกิดความไว้วางใจต่ำด้วยเช่นกัน สหกรณ์จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพบริการทั้ง 2 ด้านนี้ เนื่องจากความไว้วางใจจะถูกสร้างขึ้นได้ก็ต่อเมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือและความสามารถของสหกรณ์ (Moorman, Deshpande and Zaltman, 1993) แต่เมื่อดูผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในด้านลักษณะทางกายภาพของบริการกลับพบว่าไม่มีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้าม คือ ค่าความแตกต่างของการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจสูง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวขัดแย้งกับความเป็นจริงที่ว่า ความไว้วางใจเกิดจากความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้ให้บริการจากการปฏิบัติหรือการแสดงออกในลักษณะที่ตนเองคาดหวังไว้ (ดิลก ถือกล้า, 2551)

อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านจะเห็นได้ว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการเป็นคุณภาพบริการเพียงด้านเดียวที่สมาชิกสามารถจับต้องได้หรือสัมผัสได้ ซึ่งแตกต่างจากด้านอื่นที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ดังนั้น ถึงแม้ว่าด้านลักษณะทางกายภาพของบริการจะมีคุณภาพต่ำ แต่ก่อให้เกิดความไว้วางใจของสมาชิกได้เช่นกัน ด้วยเหตุผลที่ว่า ถึงแม้ว่าสหกรณ์จะมีพื้นที่ไม่กว้างขวาง ไม่สามารถรองรับจำนวนสมาชิกที่มาติดต่อพร้อมกันในเวลาเดียวกันได้ รวมถึงการที่ระบบออนไลน์หรือข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์ขาดความถูกต้องหรือความทันสมัย จนส่งผลให้สมาชิกไม่เกิดความพึงพอใจ แต่ลักษณะทางกายภาพเหล่านี้สมาชิกตระหนักได้ว่าเป็นสิ่งที่สามารถปรับปรุงแก้ไขหรือพัฒนาให้ดีขึ้นได้ เนื่องจากสหกรณ์เป็นองค์กรที่แตกต่างจากองค์กรธุรกิจทั่วไปที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าไม่มีส่วนได้เสียกับองค์กรทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้ามีสิทธิ์ในการเลือกใช้บริการ แต่ในทางตรงกันข้าม บทบาทของสมาชิกสหกรณ์คือ การเป็นทั้งผู้ใช้บริการและเจ้าของกิจการ ทำให้สมาชิกสามารถยอมรับปัญหาบางส่วนที่เกิดขึ้นได้ ตราบใดที่ความไม่พอใจที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในขอบเขตที่สมาชิกสามารถเข้าใจและยอมรับสิ่งที่เกิดได้ พร้อมทั้งร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวตามหลักความร่วมมือของสหกรณ์ ส่งผลให้ความไว้วางใจดังกล่าวสามารถเกิดขึ้นได้ถึงแม้ว่าการรับรู้คุณภาพบริการจะต่ำกว่าความคาดหวังก็ตาม แต่ท้ายที่สุดแล้วถ้าหากสหกรณ์ยังไม่สามารถปรับปรุงคุณภาพบริการให้สูงขึ้นจนสมาชิกเกิดความพึงพอใจได้ สมาชิกก็จะเลือกที่จะไม่ไว้วางใจสหกรณ์และลาออกจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์ในที่สุด

ข้อวิจารณ์

การวิจัยเรื่องระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด มีประเด็นต่างๆดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิก พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับการรับรู้คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก แต่ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกก่อนเข้ามาใช้บริการที่สหกรณ์สูงกว่าการรับรู้คุณภาพที่เกิดขึ้นจริงเมื่อได้มาใช้บริการ ส่งผลให้สมาชิก

ประเมินได้ว่า การบริการที่ได้รับมีคุณภาพต่ำและสมาชิกไม่เกิดความประทับใจ อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาในรายข้อกลับพบว่า ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและการรับรู้มีค่าความแตกต่างไม่ถึง 1.00 ซึ่งค่าความแตกต่างดังกล่าวมีค่าน้อยเกินกว่าที่จะประเมินว่า การบริการของสหกรณ์มีคุณภาพต่ำ เนื่องจากความคาดหวังคือ สิ่งที่สมาชิกปรารถนาหรือคาดหวังว่าจะได้รับ โดยความคาดหวังนั้นมีอยู่หลายระดับ และธรรมชาติโดยทั่วไปของมนุษย์ย่อมคาดหวังในระดับอุดมคติเสมอ และเมื่อใดก็ตามที่ความคาดหวังที่เคยเกิดขึ้นได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ จึงทำให้ค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสมาชิกต้องการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุดตามอุดมคติของตน แต่ก็ยังมีสมาชิกบางกลุ่มที่อาจไม่ได้คาดหวังอย่างไร้เหตุผล เนื่องจากสมาชิกเข้าใจดีว่าสหกรณ์ไม่สามารถให้บริการที่ดีที่สุดได้ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้สมาชิกสมาชิกกลุ่มนี้จึงมีความคาดหวังต่อการบริการอีกระดับหนึ่งคือ ระดับของการบริการที่พอเพียง ซึ่งหมายถึงระดับของการบริการต่ำที่สุดที่สมาชิกสามารถยอมรับได้ (Kurtz and Clow, 1998)

1.1 เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งอื่นสามารถอภิปรายได้ดังนี้ จากผลการศึกษาของ สราวุธ ดวงจันทร์ (2548) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด พบว่า มีประเด็นที่สอดคล้องคือ เป็นการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการโดยวัดจากมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านเช่นเดียวกันคือ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) ผลการศึกษาที่ได้พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังคุณภาพบริการสูงกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพบริการเช่นเดียวกัน เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้วมนุษย์ย่อมคาดหวังสิ่งดีๆให้ตนเองอยู่เสมอจึงทำให้ระดับความคาดหวังของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งระดับความคาดหวังของสมาชิกที่สูงกว่าการรับรู้จะก่อให้เกิดช่องว่างที่ 5 ซึ่งเป็นสาเหตุของการบริการที่ด้อยคุณภาพที่เกิดจากผลต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวัง สอดคล้องกับการการศึกษาของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ที่พบว่า คุณภาพบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าหากบริการที่จัดให้ผู้รับบริการได้รับรู้รู้สึกดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังที่ตั้งไว้บริการนั้นจะถูกจัดว่ามีคุณภาพ แต่หากบริการที่รับรู้ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะประเมินว่าบริการไม่ดีหรือไม่มีคุณภาพ โดยอาจมีสาเหตุมาจากการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ด้อยคุณภาพจริง หรือการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของ

สมาชิก หรือการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก แต่ไม่สูงเท่าที่สมาชิกคาดหวังไว้ เป็นต้น

ดังนั้น สหกรณ์จึงควรปรับปรุงคุณภาพบริการด้านการรับรู้ให้ดีขึ้นกว่าเดิม ไม่ว่าจะเป็นในด้านการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของสมาชิก, คุณภาพบริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการหรือความสะดวกในด้านทำเลที่ตั้งของสหกรณ์ เป็นต้น (ชัชวาล ทัดสิวัช, 2552) เนื่องจากการบริการที่ไม่มีคุณภาพจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจในอนาคต แต่ในทางตรงกันข้ามหากธุรกิจมีคุณภาพบริการที่สูงย่อมเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ธุรกิจตนเองเหนือกว่าธุรกิจคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม หากจำแนกตามรายชื่อแล้วกลับพบว่า ค่าเฉลี่ยของความแตกต่างมีค่าน้อยมากหรือเกือบเทียบเท่า จึงอภิปรายได้ว่าคุณภาพบริการของสหกรณ์ไม่ได้มีคุณภาพต่ำจนสมาชิกไม่สามารถยอมรับได้ เช่นเดียวกับการศึกษาของ อุบลวรรณ บุญเกลี้ยง (2553) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัด ยโสธร จำกัด ถึงแม้ว่าตัวแปรที่ใช้วัดคุณภาพบริการจะแตกต่างกันที่การศึกษาดังกล่าวใช้ตัววัด 4 ด้านคือ ด้านความเสมอภาคในการบริการ, ด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ, ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แต่ทั้ง 4 ด้านก็สามารถประเมินการรับรู้คุณภาพบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ได้เช่นเดียวกัน โดยผลการศึกษาที่ได้พบว่า มีคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ชไมพร น้อยศรี (2551) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด พบว่า เป็นการศึกษาคุณภาพบริการโดยใช้ทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry เช่นเดียวกัน ซึ่งแตกต่างกันที่การศึกษาดังกล่าวแบ่งคุณภาพบริการออกเป็น 10 ด้าน (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985) แต่การศึกษารั้งนี้เป็นการวัดคุณภาพบริการเพียง 5 ด้าน (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) ซึ่งเป็น 5 ด้านที่ผ่านการกลั่นกรองงานวิจัยและการทดสอบภาคสนามและลดจำนวนมิติคุณภาพบริการจาก 10 ด้าน เหลือเพียงแค่ 5 ด้าน โดยการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการในด้านบริการที่เป็นรูปธรรมมีคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด เนื่องจากสหกรณ์ไม่ได้ตกแต่งสำนักงานเป็นพิเศษ จึงทำให้สำนักงานขาดความสวยงาม สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ที่พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการมีคุณภาพบริการต่ำที่สุด โดยสหกรณ์ควรปรับปรุงแก้ไขเนื่องจากบริการที่เป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยที่สมาชิกสามารถจับต้องได้ ซึ่งอาจประกอบด้วย สิ่ง

อำนวยความสะดวกต่าง, การตกแต่งภายในและภายนอกสหกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ หรืออุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น เพราะสิ่งต่างๆเหล่านี้จะอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก

1.2 เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของธนาคารทั่วไปสามารถอธิบายได้ดังนี้ จากผลการศึกษาของ อรวิภา นิตยันทเวช (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ธนาคารนครหลวงไทย พบว่า ระดับความคาดหวังและการรับรู้ของคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับสูงทั้งหมด โดยมีความคาดหวังในด้านความเชื่อมั่นในบริการและการรับรู้ในด้านความเอาใจใส่ในบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับการศึกษาในครั้งนี้ เมื่อศึกษาเป็นรายข้อจะพบว่าในด้านการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องของการปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมและไม่เลือกปฏิบัติของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นเพียงข้อเดียวที่สมาชิกเห็นว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพสูงและสมาชิกเกิดความประทับใจ ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวถือเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ให้บริการควรปฏิบัติ สหกรณ์จึงควรรักษาจุดเด่นในด้านดังกล่าวไว้พร้อมกับปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านอื่นๆให้ดียิ่งขึ้นตามมา และเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ยุพา สุทธิศิริโรจน์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับสูง และความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา เช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความไว้วางใจของสมาชิก

2. ผลการศึกษาความไว้วางใจของสมาชิก พบว่า ความไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามรายด้าน พบว่า ด้านความสามารถ, ด้านความเมตตากรุณาและด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Mcinnes, Lin and Li (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ความเมตตากรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถ : มิติของความไว้วางใจในธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีประเด็นที่สอดคล้องกันคือ 1.เป็นการศึกษาการรับรู้ในมิติความไว้วางใจ 3 ด้าน ได้แก่ ความเมตตากรุณา, ความซื่อสัตย์และความสามารถ (Mayer, Davis and Schoorman, 1995) ซึ่งทั้ง 3 ด้านจะนำไปสู่การสร้าง ความไว้วางใจในธุรกิจ โดยการจัดหาบริการในลักษณะที่ช่วยเพิ่มการรับรู้ของผู้มาใช้บริการ เช่น การอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการมากขึ้น, การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการด้านใหม่ๆอยู่เสมอ, การปฏิบัติตามสัญญาตามคำร้องขอของผู้มาใช้บริการตามที่ได้เคยสัญญาไว้, การดำเนินการด้วยความรวดเร็วและมีความถูกต้อง รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ของผู้มาใช้บริการในด้านความเมตตากรุณาผ่านการ

ติดต่อสื่อสารกับผู้มาใช้บริการเป็นประจำ เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไว้วางใจ 2. การศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษานาการออนไลน์ที่เป็นสถาบันการเงินรูปแบบหนึ่งเช่นเดียวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของผู้ที่จะเข้ามาทำธุรกรรมทางการเงิน

เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Kim, Ferrin, and Rao (2003) ที่ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจและความพึงพอใจ 2 ก้าวสำหรับการประสบความสำเร็จในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: การสำรวจระยะยาว พบว่า มีสมมติฐานที่สอดคล้องกัน โดยแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่จะนำไปสู่ความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการ เพราะเมื่อใดก็ตามที่การรับรู้ที่เกิดขึ้นเป็นลบย่อมส่งผลให้ความไว้วางใจเป็นลบ แต่เมื่อใดก็ตามที่การรับรู้เป็นบวกย่อมส่งผลให้ความไว้วางใจเป็นบวกด้วยเช่นกัน ดังนั้น หากสามารถรับรู้ได้ว่าปัจจัยใดที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจปัจจัยนั้นย่อมส่งผลให้เกิดความไว้วางใจเช่นเดียวกัน และเมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ ยุกา สุทธิศิริโรจน์ (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มาเชื่อมโยงกับผลการศึกษาของ Kim, Ferrin, and Rao (2003) จะพบว่า ความไว้วางใจและความจงรักภักดีมีความเกี่ยวเนื่องกัน เนื่องจากความไว้วางใจมีผลทางตรงและทางอ้อมต่อความจงรักภักดีโดยความจงรักภักดีของลูกค้าได้รับผลกระทบโดยตรงจากความพึงพอใจและความไว้วางใจที่ถูกกำหนดขึ้นโดยคุณภาพบริการ

3. ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการของสำนักงานบริการลูกค้า CAT กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี เนื่องจากเป็นการศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลกับความไว้วางใจเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่การศึกษาดังกล่าววัดความเชื่อมั่นใน 2 ด้านคือ ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความซื่อสัตย์ แต่ในการศึกษาครั้งนี้วัดความไว้วางใจใน 3 ด้านคือ ด้านความสามารถ, ความเมตตากรุณา และด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม ซึ่งผลการศึกษาที่ได้พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในทางบวกเช่นเดียวกับการศึกษาในครั้งนี้ที่ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา 1) ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ 2) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ 3) ความไว้วางใจในด้านความสามารถ ความเมตตากรุณา และความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม 4) ความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ 5) ระดับความคาดหวัง การรับรู้ และคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิก

วิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงพรรณนา ใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และให้สมาชิกสหกรณ์ที่มาใช้บริการด้วยตนเองที่สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เป็นผู้กรอกแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และวิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จากนั้นนำไปวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีอายุในช่วง 31-40 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 41-50 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มากกว่าบริษัทในเครือแอดวานซ์ อินโฟร์

เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 3 ปีขึ้นไปมากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 ปี และ 2-3 ปีตามลำดับ และล่าสุดใช้บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉินมากที่สุด รองลงมาคือ บริการฝากเงิน

ผลการวิจัยระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ พบว่า ระดับระดับความคาดหวังคุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการให้ความมั่นใจอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยระดับการรับรู้คุณภาพบริการพบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจและด้านการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านลักษณะทางกายภาพของบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการพบว่า ความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการในทุกด้านค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของความคาดหวังคุณภาพบริการ

ผลการวิจัยความไว้วางใจของสมาชิกพบว่า ความไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก องค์ประกอบทุกด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมดเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกในทุกด้าน โดยความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการรับรู้คุณภาพบริการในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกในทุกด้าน โดยการรับรู้

คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจและด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า คุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวังและการรับรู้ในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกในทุกด้าน โดยความแตกต่างระหว่างระดับการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สหกรณ์ควรปรับปรุงระบบออนไลน์ที่ใช้ตรวจสอบรายละเอียดสมาชิกและข้อมูลบนเว็บไซต์ สหกรณ์ควรปรับปรุงระบบออนไลน์ที่มีอยู่ให้มีความทันสมัย มีความถูกต้อง และมีการอัปเดตข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เช่น ระบบที่ใช้ในการตรวจสอบทุนเรือนหุ้นหรือวงเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน รวมถึงข่าวสารหรือประกาศต่างๆบนเว็บไซต์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกในการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นต่างๆ
2. สหกรณ์ควรปรับปรุงพื้นที่บริการให้มีความสะดวกสบาย ให้สามารถรองรับจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการได้ ควรจัดป้ายบอกทางหรือป้ายห้องสหกรณ์ที่ชัดเจนและสังเกตได้ง่าย รวมถึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วให้แก่สมาชิกเมื่อเข้ามาใช้บริการแต่ละครั้ง
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรมีความเชี่ยวชาญในการทำธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์ เนื่องจากสหกรณ์เป็นสถาบันการเงินรูปแบบหนึ่ง ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่ขาดความสามารถหรือความ

เชี่ยวชาญแล้วย่อมส่งผลให้สหกรณ์ขาดความน่าเชื่อถือ สมาชิกขาดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมกับทางสหกรณ์ ดังนั้น สหกรณ์จึงควรจัดฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานและพัฒนาความรู้ความสามารถในตำแหน่งงานของเจ้าหน้าที่ให้สามารถให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และแม่นยำมากที่สุด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สหกรณ์

4. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรมีความสามารถในการชี้แจงและตอบปัญหาของสมาชิก สหกรณ์ควรจัดฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สามารถตอบคำถามหรือแก้ไขข้อสงสัยให้แก่สมาชิกได้ทุกครั้งเมื่อเกิดปัญหา รวมทั้งเจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรเอาใจใส่ปัญหาของสมาชิกแต่ละคน เพื่อให้สมาชิกเกิดความประทับใจและรับรู้ได้ว่าสหกรณ์มีความใส่ใจและมุ่งแก้ปัญหาเพื่อมวลสมาชิกอย่างแท้จริง

5. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรปฏิบัติหน้าที่โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน ซึ่งเป็นสิ่งที่สมาชิกคาดหวังจากการเข้ามาใช้บริการมากที่สุดและรับรู้ได้ถึงคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก โดยเจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรรักษามาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่ในการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ และไม่คาดหวังสิ่งใดจากสมาชิก แสดงถึงความจริงใจในการทำงานด้วยความซื่อตรง ซึ่งเป็นสิ่งที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรปฏิบัติ เพื่อให้สมาชิกรับรู้ถึงคุณภาพบริการมากยิ่งขึ้น

6. สหกรณ์ควรปรับปรุงการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในด้านการให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิกและความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่เนื่องจากสมาชิกรู้สึกว่าการบริการดังกล่าวยังไม่ได้รับความพึงพอใจ ดังนั้น สหกรณ์จึงควรจัดให้เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อม ความเต็มใจ และความตั้งใจในการให้บริการ สามารถให้บริการได้ทันทั่วทั้งที่ ปราศจากการรอคอยที่ไม่มีเหตุผลที่ก่อให้เกิดการรับรู้คุณภาพบริการในแง่ลบ รวมทั้งปลูกฝังให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความตั้งใจและความเอาใจใส่ในการให้บริการ และสามารถให้บริการได้เสร็จตรงตามเวลา เช่น สามารถอนุมัติเงินกู้ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดทุกครั้งโดยปราศจากข้อผิดพลาด ส่งผลให้การส่งมอบบริการเกิดคุณภาพในที่สุด

7. สหกรณ์จะต้องทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อมั่นในการบริการของสหกรณ์และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ทำให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจและมั่นใจในบริการที่ได้รับ ซึ่งควรเปิดโอกาสให้สมาชิกตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดโดยการให้ความรู้หรือชี้แนะทางการกำกับดูแลภายใต้สิทธิที่

สมาชิกสหกรณ์มีอยู่ รวมทั้งแสดงให้เห็นสมาชิกรับรู้ถึงศักยภาพหรือความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ในการสร้างคุณภาพบริการที่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะในด้านความซื่อสัตย์ของเจ้าหน้าที่ที่สมาชิกรับรู้ได้ว่าเป็นคุณภาพบริการที่ยอมรับได้หรือเกิดความพึงพอใจ ทำให้สมาชิกรู้สึกมั่นใจทุกครั้งที่มาใช้บริการและรู้สึกได้ว่าการบริการที่ได้รับจากสหกรณ์แตกต่างจากการใช้บริการที่ธนาคารทั่วไป

8. จากการศึกษา พบว่า ด้านการดูแลเอาใจใส่เป็นด้านเดียวที่สมาชิกรับรู้ได้ว่าการบริการของสหกรณ์มีคุณภาพ โดยเฉพาะในเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรมของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่เลือกปฏิบัติและในเรื่องของการแจ้งข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นสหกรณ์จึงจำเป็นต้องรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานในเรื่องดังกล่าว เพื่อรักษาระดับคุณภาพบริการที่มีอยู่ พร้อมทั้งปรับปรุงการให้บริการในด้านอื่นๆให้มีคุณภาพบริการมากขึ้น เพื่อเพิ่มการรับรู้ของสมาชิกให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการบริการของสหกรณ์ที่สุด

9. เมื่อพิจารณาถึงความไว้วางใจของสมาชิกในแต่ละด้านจะพบว่า สมาชิกมีความไว้วางใจทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนั้น สหกรณ์จึงจำเป็นต้องรักษามาตรฐานของระดับความไว้วางใจของสมาชิกให้อยู่ในระดับเดิมหรือพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งความไว้วางใจนั้นเกิดจากความเชื่อใจของสมาชิกในการเลือกเข้ามาทำธุรกรรมกับสหกรณ์ โดยสมาชิกเชื่อมั่นว่าสหกรณ์จะสามารถดูแลและรักษาผลประโยชน์ให้กับสมาชิกได้ ดังนั้น สหกรณ์จะต้องพัฒนาการบริการให้เกิดคุณภาพ ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกประทับใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ตลอดจนรักษามาตรฐานการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดีอยู่เสมอ เพื่อให้สมาชิกเกิดความรู้สึกประทับใจ จนก่อให้เกิดความไว้วางใจและนำไปสู่ความจงรักภักดีในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพบริการระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดกับธนาคารอื่นๆที่สมาชิกเคยใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินที่เป็นธุรกรรมทำธุรกรรมในลักษณะเดียวกันกับสหกรณ์ และนำผลการศึกษามาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการมีคุณภาพและ

ตอบสนองความต้องการของสมาชิก เพื่อให้สมาชิกเกิดความไว้วางใจต่อสหกรณ์และเลือกทำธุรกรรมกับสหกรณ์แทนการทำธุรกรรมกับทางธนาคาร

2. ควรศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดของผู้วิจัยที่กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างของสมาชิกที่สังกัดบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) มีสัดส่วนที่สูงกว่าสมาชิกที่สังกัดบริษัทในเครือบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ซึ่งความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิกใน 2 สังกัดอาจมีความแตกต่างกันมาก เพราะเนื่องจากสหกรณ์ตั้งอยู่ที่บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) อาจส่งผลให้ความคาดหวังและการรับรู้ของสมาชิกที่สังกัดในบริษัทดังกล่าวมีค่ามากกว่าสมาชิกที่สังกัดบริษัทในเครือ

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ซึ่งเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์จัดตั้งใหม่และดำเนินการมาได้ระยะเวลาเพียงแค่ 4 ปี กับสหกรณ์ออมทรัพย์อื่นๆที่มีความมั่นคงและดำเนินการมาเป็นระยะเวลานาน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการสหกรณ์ต่อไป

4. แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นแบ่งเป็นในส่วนของการวัดระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ภายในข้อคำถามเดียวกัน ซึ่งการเก็บข้อมูลทั้ง 2 อย่างในเวลาเดียวกัน อาจทำให้ผลการศึกษาคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เนื่องจากสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามต้องใช้เวลาในการพิจารณาแล้วเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในขณะนั้น ซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนในความรู้สึกที่เกิดขึ้นจริง

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2554. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. 2553. ประโยชน์จากสหกรณ์ออมทรัพย์ (Online). www.welfare.labour.go.th, 15 สิงหาคม 2555.

นัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2545. ทฤษฎีจิตจำกัคกลาง (Online). www.watpon.com/Elearning/stat32.html, 25 กรกฎาคม 2555.

ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. 2552. “คุณภาพการให้บริการภาครัฐ: ความหมาย การวัด และการประยุกต์ในระบบบริหารภาครัฐไทย.” วารสารรัฐประศาสนศาสตร์. 7 (1): 105-146.

ชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทย จำกัด. 2548. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ (Online). www.fsct.com, 17 มกราคม 2555.

ชไมพร น้อยศรี. 2551. คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษ จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. 2551. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ดิลก ถือกกล้า. 2550. “ความสามารถเชิงสมรรถนะที่ 2 การสร้างความไว้วางใจ.” กรุงเทพธุรกิจ (7 สิงหาคม 2550): 4.

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). 2555. จรรยาบรรณและหลักการที่ยึดมั่นของธนาคาร (Online). www.scb.co.th/th/about-scb/corporate-governance/code-of-conduct/corporate-code-of-conduct, 15 สิงหาคม 2555.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2555. สิทธิและหน้าที่ของผู้ใช้บริการทางการเงิน (Online). www.bot.or.th/Thai/FinancialLiteracy/duty/Pages/duty_right.aspx, 15 สิงหาคม 2555.
- นิติพล ภูตะโชติ. 2550. การตลาดบริการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (อัดสำเนา)
- ประดิษฐ์ มัชฌิมา. 2555. หลักการ แนวคิดสหกรณ์และอุดมการณ์ของสหกรณ์ (Online). www.schau-thai.de/?p=2398, 15 สิงหาคม 2555.
- ปัญญาภรณ์ ศรีกุลชา. 2553. การรับรู้คุณภาพการบริการของสำนักงานบริการลูกค้า CAT กับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในเขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิสนุ พองศรี. 2549. วิจัยทางการศึกษา แนวคิดทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เทียมฟ้าการพิมพ์.
- ยุพา สุทธิศิริโรจน์. 2553. ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2539. คุณภาพในการบริการ1. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประชาชน.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. 2549. “การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ.” วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. 18 (1): 76-84.
- สรารุช ดวงจันทร์. 2548. การประเมินคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูลพบุรี จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2550. **เคล็ดลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพมหานคร: พีซี พรินท์เทค.

สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนผ้าห่มไทยและสิ่งทอ จำกัด(ชุมชนเสนานิคม 2). 2555. **ฝากเงินกับสหกรณ์มีข้อดีหรือข้อเสียอย่างไร** (Online). www.sena2.org, 15 สิงหาคม 2555.

สหกรณ์ออมทรัพย์การประปาส่วนภูมิภาค จำกัด. 2555. **สิทธิและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์** (Online). www.coop.pwa.co.th/content/page/aboutus/rights, 15 สิงหาคม 2555.

สหกรณ์ออมทรัพย์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ จำกัด. 2550. **วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์** (Online). www.coop.nida.ac.th, 17 มกราคม 2555.

สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด. 2551. **คำขอจดทะเบียนสหกรณ์**. 1 กันยายน 2551.

_____. 2554. **รายงานประจำปี 2554**. 15 ธันวาคม 2554

_____. 2554. **ระเบียบสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดว่าด้วยการให้เงินกู้ฉุกเฉินแก่สมาชิก**. 26 ธันวาคม 2554.

_____. 2554. **ระเบียบสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดว่าด้วยการให้เงินกู้สามัญแก่สมาชิก**. 26 ธันวาคม 2554.

_____. 2554. **ระเบียบสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัดว่าด้วยการรับเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ**. 26 ธันวาคม 2554.

_____. 2555. **รายงานผลการดำเนินงานประจำเดือนกันยายน 2555**. 20 กันยายน 2555.

อรวิกา นิตยนันท์เวช. 2553. **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการด้านเงินฝากธนาคารนครหลวงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: ธนาคารนครหลวงไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อุบลวรรณ บุญเกลี้ยง. 2553. **คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธรจังหวัด
ยโสธร จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป,
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.**

Akbar, M. M. and N. Parvez. 2009. "Impact of service quality, trust, and customer satisfaction on customer loyalty." **Journal of Marketing**: 24-38.

Atilgan, E., S. Akinci, and S. Aksoy. 2008. "Measuring and mapping customers' expectations and perceptions for airlines: The sunexpress case with the gaps model." **Journal of Global Strategic Management**: 68-78.

Bie, L. T. and Y. C. Chiao. 2001. "An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer satisfaction and loyalty." **Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior**: 134-145.

Currall, S. C. and T. A. Judge. 1995. "Measuring trust between organizational boundary role persons." **Journal of Organization** 64 (2): 151-170.

Davidow, W. H. and B. Uttal. 1989. **Total customer service: The ultimate weapon.** 1st ed. New York: Harper & Row.

Dietz, G., and D. N. Hartog. 2006. "Measuring trust inside organizations." **Personnel Review** 35 (5): 557-588.

Ghane, S., M. Fathain, and M. R. Gholamian. 2011. "Full relationship among e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking." **Journal of Theoretical and Applied Information Technology** 33 (1): 1-6.

Gilbert, J. A., and T. L. Tang. 1998. "An examination of organizational trust antecedents."

Public Personnel Management 27 (3): 321-338.

Gronroos, C. 1984. "A service quality model and its marketing implications." **Journal of**

Marketing: 36-44.

Hill, J. Donna. 1986. "Satisfaction and Consumer Services." **Advances Consumer Research**

13: 311-315

Kim, D. J., D. L. Ferrin, and H. R. Rao. 2003. **Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones**

for Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration (Online).

www.nsl.cse.unt.edu/~dantu/cae/attachments/Kim%20et%20al_ISR, 29 มีนาคม 2555.

Kurtz, D. L. and K. E. Clow. 1998. **Services Marketing**. United States of America: John

Wiley & Sons, Inc.

Lewis, C. R., Boom, H. B. 1983. **"The Marketing Aspects of Service Quality in Emerging**

Perspectives on Services Marketing." Chicago: American Marketing.

Lovelock, C. H. 1996. **Service Marketing**. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

Mayer, R. C., J. H. Davis, and F. D. Schoorman. 1995. "An integrative model of organizational

trust." **Academy of Management Review** 20 (3): 709-734.

McInnes, K., X. Lin, and H. Li. 2007. "Benevolence, integrity and competence: dimensions of

trust in internet Banking." **Australia and New Zealand Marketing Association**

Conference: 2990-2996.

Moorman, C., R. Deshpande, and G. Zaltman. 1993. "Factors affecting trust in market research relationships." **Journal of Market**: 81-101.

Omar, N. A., M. A. Nazri, N. K. Abu, and Z. Omar. 2009. "**Parents' perceived service quality, satisfaction and trust of a childcare centre: Implication on loyalty.**" *International Review of Business Research Papers* 5 (5): 299-314.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. 1985. "A conceptual model of service quality and its implications for future research." **Journal of Marketing**: 41-50.

_____. 1988. "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality." **Journal of Retailing**: 12-40.

_____. 1990. **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations.** New York: The Free Press.

_____. 1991. "Understanding customer expectations of service" **Sloan Management Review** 32: 39-48.

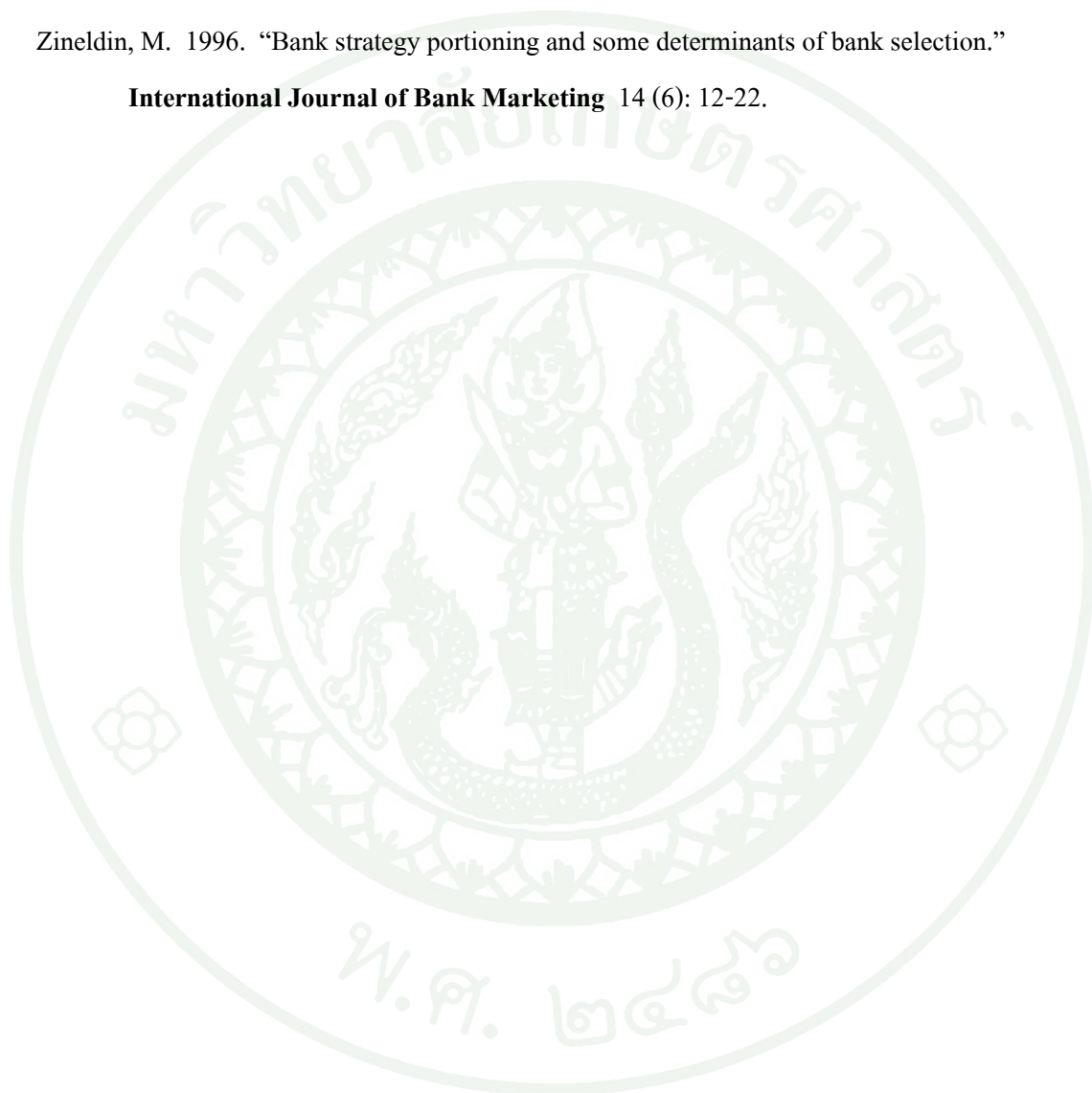
_____. 1991. "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale" **Journal of Retailing** 67 (4): 420-450.

Paine, K. D. 2003. **Guidelines for Measuring Trust in Organizations.** New Jersey: The Institute for Public Relations.

Rousseau, D. M., S. B. Sitkin, R. S. Burt, and C. Camerer. 1998. "Not so different after all: A crossdiscipline." **Academy of Management Review** 23 (3): 393-404.

Sagas, M., J. H. Lee, H. D. Kim, and Y. J. Ko. 2011. "The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy." **Sport Management Review** 14: 54–63.

Zineldin, M. 1996. "Bank strategy portioning and some determinants of bank selection." **International Journal of Bank Marketing** 14 (6): 12-22.







แบบสอบถาม

เรื่อง ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจ

ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการวัดระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการที่นำไปสู่ความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของนางสาวกรรรา เกิดจันทร์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจ (ภาคปกติ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้มาเป็นตัวชี้วัดคุณภาพบริการโดยรวมเพื่อจะนำไปใช้ในการปรับปรุงด้านบริการของสหกรณ์ต่อไป โดยขอความกรุณาให้ท่านช่วยตอบคำถามให้ครบทุกข้อและท่านสามารถให้ความคิดเห็นตามแต่เห็นสมควร คำตอบของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและจะไม่มีผลต่อการบริการที่ท่านจะได้รับจากสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด เท่านั้น

คำชี้แจง แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดตอบคำถามหรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2.อายุ ☐ 21-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี
☐ 51 ปีขึ้นไป

3.บริษัทในสังกัด ☐ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
☐ บริษัทในเครือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

- 4.ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1-2 ปี
☐ 2-3 ปี ☐ 3 ปีขึ้นไป

5.บริการครั้งสุดท้ายที่ท่านมาใช้บริการที่สหกรณ์

- ☐ บริการเงินกู้สามัญ/กู้ฉุกเฉิน ☐ บริการฝากเงิน
☐ บริการถอนเงินฝาก

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านประเมินว่าตรงกับระดับความคาดหวังและการรับรู้จากการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยระดับความคาดหวังหมายถึงสิ่งที่ท่านคาดหวังว่าจะได้รับก่อนใช้บริการจากสหกรณ์ ส่วนการรับรู้ต่อคุณภาพบริการหมายถึงสิ่งที่ท่านได้รับจริงหลังจากใช้บริการสหกรณ์ โดยมีเกณฑ์ดังนี้ (มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

คุณภาพบริการที่สมาชิกคาดหวัง					คุณภาพบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	คุณภาพบริการที่สมาชิกรับรู้				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ										
					1.ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์					
					2.ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์					
					3.การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน					
					4.ความสามารถในการชี้แจง แนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา					
					5.ความตั้งใจและความใส่ใจในการบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก					

คุณภาพบริการที่สมาชิกคาดหวัง					คุณภาพบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	คุณภาพบริการที่สมาชิกรับรู้				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการตอบสนองความต้องการ										
					1.สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ					
					2.ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์					
					3.เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิก					
					4.สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้					
					5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน					
ด้านการให้ความมั่นใจ										
					1.ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์					
					2.ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์					
					3.ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ					
					4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต					
					5.ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์					
ด้านการดูแลเอาใจใส่										
					1.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็ง					
					2.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติ					
					3.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิก					
					4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย					
					5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง					

คุณภาพบริการที่สมาชิกคาดหวัง					คุณภาพบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	คุณภาพบริการที่สมาชิกรับรู้				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ										
					1.สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการ ได้อย่างเหมาะสม					
					2.สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ					
					3. ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ					
					4. ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้อง ชัดเจน					
					5. ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก					

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านประเมินว่าตรงกับระดับความไว้วางใจที่สมาชิกมีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด โดยมีเกณฑ์ดังนี้ (มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

ความไว้วางใจต่อ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ความสามารถ					
1.สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์					
2.สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด					
3.สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน					
4.ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้					
5.สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบันได้					
6.คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์ ข้อบังคับ ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด					
7.คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างทันท่วงที					

ความไว้วางใจต่อ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
8.สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพา เงินทุนจากภายนอก					
ความเมตตาการุณา					
9.สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่ง ตอบแทน					
10.สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้ สมาชิกเกิดความพึงพอใจ					
11.สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและ ยุติธรรม					
12.สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของ สมาชิก					
13.เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิก เห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า					
14.สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือ กันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก					
15.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการ แก่สมาชิก					
16.สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการ ตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก					

ความไว้วางใจต่อ สหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม					
17.สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไป ในทางที่ผิด					
18.คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ ดีแก่สมาชิก					
19.สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการ มีความโปร่งใส					
20.เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจในเรื่องสำคัญจะคำนึงถึง ผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก					
21.สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้ บริหาร					
22.สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง					
23.ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการและ เจ้าหน้าที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและ เป็นประชาธิปไตย					
24.ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้สมาชิกได้รับ ทราบโดยไม่มีการปิดบัง					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่ท่านเห็นว่าทางสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด ควรปรับปรุง

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับความร่วมมือค่ะ



ตารางผนวกที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์	101.33	175.195	.800	.975
2.ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	101.37	175.413	.695	.976
3.การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	101.10	176.024	.681	.976
4.ความสามารถในการชี้แจง แนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา	101.33	175.954	.826	.975
5.ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก	101.27	175.651	.805	.975
6.สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ	101.47	173.775	.848	.975
7.ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	101.40	173.421	.881	.975
8.ความรวดเร็วในการได้รับการบริการ	101.33	175.195	.800	.975
9.สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	101.27	175.995	.864	.975
10.เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน	101.37	175.551	.880	.975
11.ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	101.07	177.857	.683	.976
12.ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	101.27	175.099	.772	.975
13.ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ	100.90	178.300	.671	.976
14.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต	101.07	175.099	.784	.975

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
15.ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์	101.20	174.028	.710	.976
16.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็ง	101.30	173.941	.855	.975
17.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติ	101.23	173.909	.826	.975
18.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิก	101.33	175.540	.780	.975
19.เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย	101.30	175.183	.853	.975
20.เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	101.30	177.597	.644	.976
21.สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการ ได้อย่างเหมาะสม	101.63	174.309	.740	.976
22.สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ	101.67	171.816	.802	.975
23. ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ	101.63	172.447	.788	.975
24. ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจน	101.33	172.506	.889	.975
25. ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก	101.33	175.333	.733	.976

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรม ทางการเงินของสหกรณ์	86.83	128.006	.628	.942
2.ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	86.73	127.168	.656	.941
3.ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	86.60	126.938	.627	.942
4.ความสามารถในการชี้แจง แนะนำและ ตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา	86.83	126.006	.765	.940
5.ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้า หน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก	86.57	128.737	.693	.941
6.สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะ ให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ	86.87	128.189	.741	.941
7.ความรวดเร็วในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	86.83	128.144	.619	.942
8.ความรวดเร็วในการให้บริการ	86.93	129.030	.552	.942
9.สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนด	86.60	125.697	.757	.940
10.เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกใน การติดต่อประสานงาน	86.87	126.602	.666	.941
11.ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	86.27	128.064	.652	.941
12.ในด้านความรู้และความสามารถของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	86.83	125.868	.774	.940
13.ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก จะถูกเก็บเป็นความลับ	86.47	126.947	.654	.941
14.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต	86.40	127.559	.665	.941

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
15.ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากสหกรณ์	86.93	127.030	.686	.941
16.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้นและขยันขันแข็ง	86.80	125.338	.708	.940
17.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ	86.80	123.821	.754	.940
18.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและให้เกียรติสมาชิก	86.70	126.079	.740	.940
19.เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิกเกิดความเข้าใจได้ง่าย	86.77	126.185	.711	.941
20.เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือบริการใหม่ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	86.67	126.230	.607	.942
21.สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับบริการได้อย่างเหมาะสม	87.23	133.426	.301	.945
22.สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ	87.20	131.752	.345	.945
23. ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์เพื่อบอกจุดบริการ	87.23	129.082	.429	.945
24. ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้องชัดเจน	87.23	127.220	.502	.944
25. ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก	87.20	128.924	.408	.945

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์	86.40	132.938	.839	.959
2.สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด	86.60	135.559	.765	.959
3.สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน	86.47	134.257	.782	.959
4.ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้	86.57	133.220	.767	.959
5.สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้ยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบันได้	86.33	134.506	.839	.959
6.คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์ ข้อบังคับ ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด	86.40	137.559	.717	.960
7.คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างทัน่วงที่	86.63	138.240	.701	.960
8.สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอก	86.43	138.875	.610	.961
9.สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	86.63	134.654	.647	.961
10.สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ	86.43	135.013	.804	.959
11.สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม	86.40	134.731	.842	.959

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
12.สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก	86.33	140.023	.660	.961
13.เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า	86.43	139.978	.538	.962
14.สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก	86.47	135.913	.790	.959
15.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิก	86.47	139.085	.636	.961
16.สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก	86.50	141.431	.512	.962
17.สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไปในทางที่ผิด	86.37	132.861	.861	.958
18.คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก	86.60	135.352	.840	.959
19.สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการมีความโปร่งใส	86.33	137.471	.775	.959
20.เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจในเรื่องสำคัญจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก	86.43	139.357	.708	.960
21.สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้บริหาร	86.63	138.654	.447	.963
22.สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง	86.40	138.455	.723	.960

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
23.ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการ และเจ้าหน้าที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่าง ทั่วถึงและเป็นประชาธิปไตย	86.57	139.564	.568	.961
24.ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้ สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบัง	86.53	139.223	.600	.961

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha		
Cronbach's Alpha	Based on Standardized Items	N of Items
.971	.972	74

ตารางผนวกที่ 2 ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

ความไว้วางใจ	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์			ค่าเฉลี่ย
	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย 1	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย 2	ผู้เชี่ยวชาญ ชาย 3	
ความสามารถ				
1.สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์	+1	+1	+1	1
2.สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด	+1	+1	+1	1
3.สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน	+1	+1	+1	1
4.ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้	+1	+1	+1	1
5.สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมในปัจจุบันได้	+1	+1	+1	1
6.คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์ข้อบังคับ ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด	+1	+1	+1	1
7.คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้อย่างทันที่	+1	0	+1	0.67
8.สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอก	+1	0	+1	0.67
ความเมตตากรุณา				
9.สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	+1	+1	+1	1
10.สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ	+1	+1	+1	1
11.สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม	+1	+1	+1	1
12.สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก	+1	+1	+1	1
13.เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า	0	+1	+1	0.67
14.สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก	0	+1	+1	0.67
15.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิก	+1	+1	+1	1
16.สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก	+1	+1	+1	1

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ความไว้วางใจ	ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์			ค่าเฉลี่ย
	ผู้เขียน	ผู้เขียน	ผู้เขียน	
	ชาญ 1	ชาญ 2	ชาญ 3	
ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม				
17.สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไปในทางที่ผิด	+1	+1	+1	1
18.คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก	+1	+1	+1	1
19.สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการมีความโปร่งใส	+1	+1	+1	1
20.เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจในเรื่องสำคัญจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก	+1	+1	+1	1
21.สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้บริหาร	+1	+1	+1	1
22.สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง	+1	+1	+1	1
23.ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและเป็นประชาธิปไตย	+1	+1	+1	1
24.ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบัง	+1	0	+1	0.67



ภาคผนวก ค
การตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย

ตารางผนวกที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
X ₁	Pearson Correlation	1	.810 [*]	.692 [*]	.730 [*]	.649 [*]	.413 [*]	.358 [*]	.369 [*]	.355 [*]
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₂	Pearson Correlation	.810 [*]	1	.714 [*]	.843 [*]	.710 [*]	.348 [*]	.427 [*]	.352 [*]	.386 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₃	Pearson Correlation	.692 [*]	.714 [*]	1	.770 [*]	.644 [*]	.268 [*]	.299 [*]	.380 [*]	.320 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₄	Pearson Correlation	.730 [*]	.843 [*]	.770 [*]	1	.751 [*]	.306 [*]	.358 [*]	.327 [*]	.365 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
		X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
X ₁	Pearson Correlation	.215 [*]	-.497 [*]	-.390 [*]	-.262 [*]	-.309 [*]	-.374 [*]	.325 [*]	.350 [*]	.327 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	399	400	400	400	400
X ₂	Pearson Correlation	.194 [*]	-.390 [*]	-.496 [*]	-.296 [*]	-.376 [*]	-.442 [*]	.311 [*]	.377 [*]	.307 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₃	Pearson Correlation	.178 [*]	-.361 [*]	-.359 [*]	-.520 [*]	-.374 [*]	-.398 [*]	.26 ^{**}	.301 [*]	.248 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₄	Pearson Correlation	.212 ^{**}	-.358 [*]	-.419 [*]	-.368 [*]	-.529 [*]	-.461 [*]	.273 [*]	.343 [*]	.274 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
X ₅	Pearson Correlation	.649 [*]	.710 [*]	.644 [*]	.751 [*]	1	.219 [*]	.230 [*]	.195 [*]	.201 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₆	Pearson Correlation	.413 [*]	.348 [*]	.268 [*]	.306 [*]	.219 [*]	1	.800 [*]	.739 [*]	.726 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₇	Pearson Correlation	.358 [*]	.427 [*]	.299 [*]	.358 [*]	.230 [*]	.800 [*]	1	.782 [*]	.822 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₈	Pearson Correlation	.369 [*]	.352 [*]	.380 [*]	.327 [*]	.195 [*]	.739 [*]	.782 [*]	1	.827 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
		X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
X ₅	Pearson Correlation	.237 [*]	-.369 [*]	-.422 [*]	-.380 [*]	-.463 [*]	-.649 [*]	.215 ^{**}	.263 ^{**}	.210 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₆	Pearson Correlation	.471 [*]	.585 [*]	.453 [*]	.449 [*]	.400 [*]	.186 [*]	.699 [*]	.657 [*]	.668 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₇	Pearson Correlation	.483 [*]	.443 [*]	.574 [*]	.462 [*]	.442 [*]	.186 [*]	.759 [*]	.738 [*]	.698 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₈	Pearson Correlation	.534 [*]	.375 [*]	.432 [*]	.593 [*]	.473 [*]	.256 [*]	.744 [*]	.693 [*]	.727 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
X ₉	Pearson Correlation	.355 [*]	.386 [*]	.320 [*]	.365 [*]	.201 [*]	.726 [*]	.822 [*]	.827 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₀	Pearson Correlation	.215 [*]	.194 [*]	.178 [*]	.212 [*]	.237 [*]	.471 [*]	.483 [*]	.534 [*]	.542 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₁	Pearson Correlation	-.497 [*]	-.390 [*]	-.361 [*]	-.358 [*]	-.369 [*]	.585 [*]	.443 [*]	.375 [*]	.376 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₂	Pearson Correlation	-.390 [*]	-.496 [*]	-.359 [*]	-.419 [*]	-.422 [*]	.453 [*]	.574 [*]	.432 [*]	.440 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
X ₉	Pearson Correlation	.542 [*]	-.376 [*]	.440 [*]	.486 [*]	.597 [*]	.257 [*]	.701 [*]	.716 [*]	.685 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₀	Pearson Correlation	1	.258 [*]	.289 [*]	.339 [*]	.311 [*]	.585 [*]	.476 [*]	.492 [*]	.521 [*]
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	399	400	400	400	400
X ₁₁	Pearson Correlation	.258 [*]	1	.778 [*]	.661 [*]	.659 [*]	.510 [*]	.376 [*]	.315 [*]	.346 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₂	Pearson Correlation	.289 [*]	.778 [*]	1	.712 [*]	.766 [*]	.579 [*]	.447 [*]	.367 [*]	.393 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
X ₁₃	Pearson Correlation	-.262 [*]	-.296 [*]	-.520 [*]	-.368 [*]	-.380 [*]	.449 [*]	.462 [*]	.593 [*]	.486 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₄	Pearson Correlation	-.309 [*]	-.376 [*]	-.374 [*]	-.529 [*]	-.463 [*]	.400 [*]	.442 [*]	.473 [*]	.597 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₅	Pearson Correlation	-.374 [*]	-.442 [*]	-.398 [*]	-.461 [*]	-.649 [*]	.186 [*]	.186 [*]	.256 [*]	.257 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y ₁	Pearson Correlation	.325 [*]	.311 [*]	.264 [*]	.273 [*]	.215 [*]	.699 [*]	.759 [*]	.744 [*]	.701 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
X ₁₃	Pearson Correlation	.339 [*]	.661 [*]	.712 [*]	1	.763 [*]	.583 [*]	.457 [*]	.378 [*]	.455 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₄	Pearson Correlation	.311 [*]	.659 [*]	.766 [*]	.763 [*]	1	.630 [*]	.402 [*]	.356 [*]	.387 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
X ₁₅	Pearson Correlation	.585 [*]	.510 [*]	.579 [*]	.583 [*]	.630 [*]	1	.193 [*]	.166 [*]	.233 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y ₁	Pearson Correlation	.476 [*]	.376 [*]	.447 [*]	.457 [*]	.402 [*]	.193 [*]	1	.853 [*]	.873 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
Y ₂	Pearson Correlation	.350 [*]	.377 [*]	.301 [*]	.343 [*]	.263 [*]	.657 [*]	.738 [*]	.693 [*]	.716 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	399
Y ₃	Pearson Correlation	.327 [*]	.307 [*]	.248 [*]	.274 [*]	.210 [*]	.668 [*]	.698 [*]	.727 [*]	.685 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

		X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
Y ₂	Pearson Correlation	.492 [*]	.315 [*]	.367 [*]	.378 [*]	.356 [*]	.166 [*]	.853 [*]	1	.878 [*]
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Y ₃	Pearson Correlation	.521 [*]	.346 [*]	.393 [*]	.455 [*]	.387 [*]	.233 [*]	.873 [*]	.878 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

ตารางผนวกที่ 4 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

Coefficients ^a								
Model	Unstandardize		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	d Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.008	.075			.101	.920		
ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.042	.048	.041		.880	.379	.276	3.625
ความคาดหวังด้านการตอบสนองความต้องการ	-.070	.057	-.071		-1.244	.214	.184	5.441
ความคาดหวังด้านการให้ความมั่นใจ	.270	.043	.255		6.248	.000	.362	2.759
ความคาดหวังด้านการดูแลเอาใจใส่	-.100	.053	-.103		-1.884	.060	.202	4.947
ความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.062	.035	-.072		-1.777	.076	.370	2.702
การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.175	.043	.182		4.088	.000	.303	3.297
การรับรู้ด้านการตอบสนองความต้องการ	.193	.049	.207		3.914	.000	.217	4.618
การรับรู้ด้านการดูแลเอาใจใส่	.417	.043	.453		9.674	.000	.275	3.641
การรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.093	.028	.101		3.319	.001	.652	1.533

a. Dependent Variable: การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardize		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	d Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.072	.079			-.913	.362		
ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	-.021	.051	-.019		-.408	.683	.275	3.630
ความคาดหวังด้านการตอบสนองความต้องการ	.016	.060	.015		.268	.789	.183	5.462
ความคาดหวังด้านการให้ความมั่นใจ	-.066	.048	-.057		-1.372	.171	.331	3.021
ความคาดหวังด้านการดูแลเอาใจใส่	.175	.056	.166		3.145	.002	.205	4.868
ความคาดหวังด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.083	.037	-.088		-2.251	.025	.372	2.689
การรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.043	.046	.041		.938	.349	.291	3.431
การรับรู้ด้านการตอบสนองความต้องการ	.387	.049	.381		7.850	.000	.241	4.144
การรับรู้ด้านการให้ความมั่นใจ	.465	.048	.428		9.674	.000	.291	3.434
การรับรู้ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.107	.030	.107		3.618	.000	.656	1.525

a. Dependent Variable: การรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่

ตารางผนวกที่ 5 ผลการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลเชิงปริมาณ

Tests of Normality			
	Statistic	Kolmogorov-Smirnov ^a	
		df	Sig.
ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.152	400	.000
ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ	.175	400	.000
ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ	.177	400	.000
ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่	.174	400	.000
ความคาดหวังคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.154	400	.000
การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.114	400	.000
การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ	.133	400	.000
การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ	.121	400	.000
การรับรู้คุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่	.107	400	.000
การรับรู้คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.189	400	.000
ความไว้วางใจในด้านความสามารถ	.122	400	.000
ความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม	.107	400	.000
ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.172	400	.000
ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการ	.156	400	.000
ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ	.137	400	.000
ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่	.154	400	.000
ความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.119	400	.000

a. Lilliefors Significance Correction



ภาคผนวก ง
ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตารางผนวกที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อ
ความไว้วางใจของสมาชิก โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.370 ^a	.137	.126	.544	1.837

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.486	6	3.697	12.504	.000 ^a
	Residual	116.500	394	.296		
	Total	134.986	400			

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.472	.091		16.139	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.200	.082	.207	2.440	.015	.313	3.191
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.134	.097	.144	1.375	.170	.205	4.869
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.053	.078	.053	.682	.496	.367	2.721
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.004	.095	.004	.041	.968	.208	4.812
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.048	.061	-.059	-.787	.432	.405	2.469

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ

**ตารางผนวกที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อ
ความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.338 ^a	.115	.103	.546	1.661

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.201	6	3.040	10.196	.000 ^a
	Residual	117.476	394	.298		
	Total	132.677	399			

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.472	.091		16.139	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.200	.082	.207	2.440	.015	.313	3.191
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.134	.097	.144	1.375	.170	.205	4.869
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.053	.078	.053	.682	.496	.367	2.721
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.004	.095	.004	.041	.968	.208	4.812
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.048	.061	-.059	-.787	.432	.405	2.469

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

**ตารางผนวกที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อ
ความไว้วางใจในด้านความเมตตา กรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.388 ^a	.151	.140	.593	1.975

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตา กรุณา

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.616	6	4.923	13.997	.000 ^a
	Residual	138.582	394	.352		
	Total	163.199	399			

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตา กรุณา

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.341	.099		13.538	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.130	.089	.121	1.459	.145	.313	3.191
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.242	.106	.234	2.287	.023	.205	4.869
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.026	.085	.024	.311	.756	.367	2.721
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.086	.103	.084	.828	.408	.208	4.812
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.055	.066	-.061	-.830	.407	.405	2.469

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตา กรุณา

ตารางผนวกที่ 9 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.388 ^a	.151	.140	.593	1.975

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.616	6	4.923	13.997	.000 ^a
	Residual	138.582	394	.352		
	Total	163.199	399			

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.341	.099		13.538	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.130	.089	.121	1.459	.145	.313	3.191
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.242	.106	.234	2.287	.023	.205	4.869
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.026	.085	.024	.311	.756	.367	2.721
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.086	.103	.084	.828	.408	.208	4.812
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.055	.066	-.061	-.830	.407	.405	2.469

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางผนวกที่ 10 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.818 ^a	.669	.664	.337	2.353			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	90.264	7	18.053	158.649	.000 ^a		
	Residual	44.720	393	.114				
	Total	134.983	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.194	.078		2.490	.013		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.124	.047	.135	2.660	.008	.325	3.078
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.286	.054	.322	5.336	.000	.231	4.331
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.261	.054	.275	4.846	.000	.262	3.818
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.074	.053	.084	1.389	.165	.230	4.355
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.095	.031	.108	3.064	.002	.679	1.473
a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ								

ตารางผนวกที่ 11 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.804 ^a	.646	.641	.346	2.084

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.686	7	17.137	143.333	.000 ^a
	Residual	46.988	393	.120		
	Total	132.675	398			

a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ

b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.289	.080		3.613	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.131	.048	.145	2.752	.006	.325	3.078
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.325	.055	.369	5.907	.000	.231	4.331
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.304	.055	.323	5.499	.000	.262	3.818
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	-.007	.054	-.008	-.125	.900	.230	4.355
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.053	.032	.061	1.677	.094	.679	1.473

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

ตารางผนวกที่ 12 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตาากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.777 ^a	.603	.598	.406	2.405			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตากรุณา								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	98.421	7	19.684	119.434	.000 ^a		
	Residual	64.771	393	.165				
	Total	163.193	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตากรุณา								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.160	.094		1.701	.090		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.087	.056	.086	1.546	.123	.325	3.078
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.349	.065	.357	5.404	.000	.231	4.331
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.145	.065	.139	2.237	.026	.262	3.818
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.182	.064	.189	2.848	.005	.230	4.355
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.099	.037	.102	2.654	.008	.679	1.473
a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตากรุณา								

ตารางผนวกที่ 13 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของระดับการรับรู้คุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรมโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.774 ^a	.599	.594	.390	2.340			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	89.205	5	17.841	117.513	.000 ^a		
	Residual	59.666	393	.152				
	Total	148.871	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.134	.090		1.489	.137		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.154	.054	.160	2.855	.005	.325	3.078
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.185	.062	.199	2.988	.003	.231	4.331
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.335	.062	.335	5.376	.000	.262	3.818
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.046	.061	.050	.752	.452	.230	4.355
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	.132	.036	.144	3.704	.000	.679	1.473

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม

ตารางผนวกที่ 14 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.490 ^a	.240	.230	.511	2.143			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	32.347	7	6.469	24.772	.000 ^a		
	Residual	102.636	393	.261				
	Total	134.983	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.897	.037		51.039	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.017	.063	.019	.269	.788	.371	2.694
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.179	.072	.210	2.492	.013	.272	3.677
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.282	.065	.320	4.351	.000	.357	2.803
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.070	.064	.088	1.090	.276	.297	3.369
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.117	.040	-.171	-2.907	.004	.562	1.780

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ

ตารางผนวกที่ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความสามารถ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.514 ^a	.264	.255	.498	1.955			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	35.051	7	7.010	28.221	.000 ^a		
	Residual	97.624	393	.248				
	Total	132.675	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.897	.036		52.333	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.013	.061	.015	.209	.834	.371	2.694
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.237	.070	.281	3.385	.001	.272	3.677
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.282	.063	.323	4.463	.000	.357	2.803
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.048	.063	.061	.772	.440	.297	3.369
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.141	.039	-.207	-3.594	.000	.562	1.780

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

ตารางผนวกที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความเมตตาากรุณา โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.427 ^a	.182	.172	.583	2.181			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตากรุณา								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	29.709	7	5.942	17.493	.000 ^a		
	Residual	133.484	393	.340				
	Total	163.193	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตากรุณา								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.945	.042		45.889	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.023	.072	.024	.321	.749	.371	2.694
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.175	.082	.187	2.132	.034	.272	3.677
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.228	.074	.236	3.086	.002	.357	2.803
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.112	.073	.127	1.520	.129	.297	3.369
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.132	.046	-.175	-2.868	.004	.562	1.780

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความเมตตาากรุณา

ตารางผนวกที่ 17 ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของคุณภาพบริการของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson			
1	.474 ^a	.224	.215	.542	2.230			
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม								
ANOVA ^b								
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	33.418	7	6.684	22.751	.000 ^a		
	Residual	115.453	393	.294				
	Total	148.871	398					
a. Predictors: (Constant), ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ, ด้านการตอบสนองความต้องการ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการดูแลเอาใจใส่, ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ								
b. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม								
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		Coefficients			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.849	.039		46.904	.000		
	ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ	.015	.067	.016	.224	.823	.371	2.694
	ด้านการตอบสนองความต้องการ	.125	.076	.140	1.644	.101	.272	3.677
	ด้านการให้ความมั่นใจ	.336	.069	.363	4.886	.000	.357	2.803
	ด้านการดูแลเอาใจใส่	.050	.068	.060	.739	.460	.297	3.369
	ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ	-.079	.043	-.109	-1.834	.067	.562	1.780

a. Dependent Variable: ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม



ภาคผนวก จ

เปรียบเทียบระดับความคาดหวัง การรับรู้และความไว้วางใจ

ตารางผนวกที่ 18 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัทที่สังกัด

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ						
1.ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทางการเงินของสหกรณ์	4.21	.698	มากที่สุด	4.32	.635	มากที่สุด
2.ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.29	.663	มากที่สุด	4.36	.583	มากที่สุด
3.การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	4.49	.655	มากที่สุด	4.43	.622	มากที่สุด
4.ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา	4.26	.687	มากที่สุด	4.36	.610	มากที่สุด
5.ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก	4.27	.651	มากที่สุด	4.39	.571	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองความต้องการ						
1.สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ	4.20	.676	มาก	4.38	.588	มากที่สุด
2.ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.20	.705	มาก	4.34	.632	มากที่สุด
3.เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิก	4.19	.667	มาก	4.29	.659	มากที่สุด
4.สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	4.21	.656	มากที่สุด	4.30	.655	มากที่สุด
5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการประสานงาน	4.14	.716	มาก	4.25	.645	มากที่สุด
ด้านการให้ความมั่นใจ						
1.ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	4.47	.654	มากที่สุด	4.54	.599	มากที่สุด
2.ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	4.25	.717	มากที่สุด	4.36	.620	มากที่สุด
3.ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูกเก็บเป็นความลับ	4.52	.689	มากที่สุด	4.50	.609	มากที่สุด

ตารางผนวกที่ 18 (ต่อ)

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.51	.676	มากที่สุด	4.50	.635	มากที่สุด
5.ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบ ดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอา เปรียบจากสหกรณ์	4.36	.702	มากที่สุด	4.38	.597	มากที่สุด
ด้านการดูแลเอาใจใส่						
1.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือ ร้นและขยันขันแข็ง	4.16	.747	มาก	4.27	.645	มากที่สุด
2.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็น ธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติ	4.23	.698	มากที่สุด	4.31	.598	มากที่สุด
3.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติสมาชิก	4.22	.700	มากที่สุด	4.31	.657	มากที่สุด
4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิก เกิดความเข้าใจได้ง่าย	4.20	.652	มาก	4.29	.633	มากที่สุด
5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือ บริการใหม่ๆให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	4.20	.666	มาก	4.22	.648	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ						
1.สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับ บริการได้อย่างเหมาะสม	3.93	.765	มาก	4.06	.731	มาก
2.สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับการให้บริการ	3.90	.758	มาก	4.03	.729	มาก
3.ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์ เพื่อบอกจุดบริการ	4.00	.714	มาก	4.11	.732	มาก
4.ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความ ถูกต้องชัดเจน	4.19	.708	มาก	4.26	.674	มากที่สุด
5.ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ใน การตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก	4.21	.724	มากที่สุด	4.25	.696	มากที่สุด

**ตารางผนวกที่ 19 เปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์
เอไอเอส จำกัด จำแนกตามบริษัทที่สังกัด**

การรับรู้คุณภาพบริการ	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ						
1.ความเชี่ยวชาญในการบริการด้านธุรกรรมทาง การเงินของสหกรณ์	3.67	.689	มาก	3.86	.653	มาก
2.ความน่าเชื่อถือและการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	3.83	.679	มาก	3.90	.635	มาก
3.การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยไม่ หวังสิ่งตอบแทน	3.93	.717	มาก	3.98	.711	มาก
4.ความสามารถในการชี้แจงแนะนำและตอบข้อ ซักถามเมื่อสมาชิกเกิดปัญหา	3.70	.695	มาก	3.83	.683	มาก
5.ความตั้งใจและความใส่ใจในบริการที่เจ้า หน้าที่สหกรณ์มอบให้แก่สมาชิก	3.92	.650	มาก	3.62	.895	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการ						
1.สหกรณ์มีความยินดีและมีความพร้อมที่จะ ให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ	3.83	.693	มาก	3.96	.687	มาก
2.ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์	3.75	.671	มาก	3.88	.720	มาก
3.เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจในปัญหาของสมาชิก	3.66	.679	มาก	3.85	.729	มาก
4.สหกรณ์ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	3.86	.669	มาก	3.98	.691	มาก
5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์อำนวยความสะดวกในการ ประสานงาน	3.80	.720	มาก	3.87	.718	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจ						
1.ในด้านความมั่นคงของสหกรณ์	4.22	.631	มากที่สุด	4.22	.640	มากที่สุด
2.ในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์	3.75	.730	มาก	3.90	.708	มาก
3.ความมั่นใจว่าข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกจะถูก เก็บเป็นความลับ	4.02	.730	มาก	4.05	.673	มาก
4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความซื่อสัตย์สุจริต	4.02	.720	มาก	4.09	.697	มาก

ตารางผนวกที่ 19 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
5.ความสามารถของสมาชิกในการตรวจสอบ ดูแลสหกรณ์อย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการเอา เปรียบจากสหกรณ์	3.70	.728	มาก	3.86	.721	มาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่						
1.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้บริการอย่างกระตือรือร้น และขยันขันแข็ง	3.84	.747	มาก	3.91	.720	มาก
2.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ปฏิบัติงานด้วยความเป็น ธรรมชาติไม่เลือกปฏิบัติ	3.85	.755	มาก	4.02	.726	มาก
3.เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความสุภาพอ่อนโยนและ ให้เกียรติสมาชิก	3.92	.722	มาก	4.02	.683	มาก
4.เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถสื่อสารให้สมาชิก เกิดความเข้าใจได้ง่าย	3.80	.756	มาก	3.94	.749	มาก
5.เจ้าหน้าที่สหกรณ์แจ้งข้อมูลข่าวสารหรือ บริการใหม่ๆให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	3.71	.763	มาก	3.84	.789	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพของบริการ						
1.สหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวางและจัดที่นั่งรอรับ บริการได้อย่างเหมาะสม	3.18	.710	ปาน กลาง	3.23	.748	ปาน กลาง
2.สหกรณ์มีพื้นที่ติดประกาศเพื่อแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับการให้บริการ	3.21	.729	ปาน กลาง	3.22	.697	ปาน กลาง
3.ความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์สหกรณ์ เพื่อบอกจุดบริการ	3.19	.771	ปาน กลาง	3.25	.761	ปาน กลาง
4.ข้อมูลบนเว็บไซต์ของสหกรณ์มีความถูกต้อง ชัดเจน	3.27	.794	ปาน กลาง	3.30	.880	ปาน กลาง
5.ความทันสมัยของระบบออนไลน์ที่ใช้ในการ ตรวจสอบรายละเอียดของสมาชิก	3.27	.914	ปาน กลาง	3.23	.869	ปาน กลาง

ตารางผนวกที่ 20 เปรียบเทียบระดับความไว้วางใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ เอไอเอส จำกัด
จำแนกตามบริษัทที่สังกัด

ความไว้วางใจของสมาชิก	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ความสามารถ						
1.สมาชิกเชื่อมั่นความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์	4.05	.699	มาก	4.14	.666	มาก
2.สมาชิกเชื่อมั่นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด	3.79	.698	มาก	4.01	.707	มาก
3.สหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน	3.87	.712	มาก	3.99	.676	มาก
4.ธุรกรรมของสหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้	3.81	.727	มาก	3.99	.715	มาก
5.สหกรณ์สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดภายใต้สภาพแวดล้อมปัจจุบันได้	3.97	.658	มาก	4.06	.644	มาก
6.คณะกรรมการดำเนินการบริหารงานตามกฎหมายสหกรณ์, ข้อบังคับ, ระเบียบและคำสั่งอย่างเคร่งครัด	3.99	.648	มาก	4.11	.691	มาก
7.คณะกรรมการสามารถพิจารณาแก้ไขระเบียบข้อบังคับในกรณีที่เกิดความไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ได้ทันทั่วทั้งที่	3.81	.727	มาก	4.02	.741	มาก
8.สหกรณ์มีการระดมทุนภายในเพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากภายนอก	3.86	.696	มาก	4.04	.733	มาก
ความเมตตากรุณา						
1.สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือสมาชิกโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน	3.87	.808	มาก	3.97	.780	มาก
2.สหกรณ์มุ่งเน้นการบริการเพื่อแก้ปัญหาให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจ	3.93	.710	มาก	4.02	.714	มาก

ตารางผนวกที่ 20 (ต่อ)

ความไว้วางใจของสมาชิก	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
3.สหกรณ์ดูแลสมาชิกด้วยความเท่าเทียมและยุติธรรม	3.89	.734	มาก	4.02	.714	มาก
4.สหกรณ์ดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิก	3.99	.652	มาก	4.10	.680	มาก
5.เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่นสมาชิกเห็นคุณค่าและรู้สึกผูกพันกับสหกรณ์มากกว่า	3.96	.692	มาก	3.99	.719	มาก
6.สหกรณ์ประสบความสำเร็จได้จากความร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์กับสมาชิก	4.00	.704	มาก	4.06	.648	มาก
7.เจ้าหน้าที่สหกรณ์ดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการแก่สมาชิก	3.91	.715	มาก	4.02	.722	มาก
8.สมาชิกเต็มใจและอนุญาตให้สหกรณ์ทำการตัดสินใจใดๆแทนสมาชิก	3.79	.704	มาก	3.96	.769	มาก
ความซื่อสัตย์หรือการยึดหลักคุณธรรม						
1.สมาชิกเชื่อว่าสหกรณ์จะไม่ชักนำสมาชิกไปในทางที่ผิด	4.06	.705	มาก	4.15	.691	มาก
2.คณะกรรมการมีความเสียสละและเป็นตัวอย่างที่ดีแก่สมาชิก	3.90	.720	มาก	4.03	.740	มาก
3.สมาชิกเชื่อว่าการบริหารจัดการของคณะกรรมการมีความโปร่งใส	4.04	.640	มาก	4.11	.699	มาก
4.เมื่อสหกรณ์ตัดสินใจเรื่องสำคัญจะคำนึงผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นหลัก	4.00	.623	มาก	4.10	.696	มาก
5.สหกรณ์มีความเป็นอิสระจากการเมืองและผู้บริหาร	3.90	.767	มาก	4.04	.706	มาก
6.สมาชิกเชื่อว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง	3.99	.663	มาก	4.09	.694	มาก

ตารางผนวกที่ 20 (ต่อ)

ความไว้วางใจของสมาชิก	AIS			Non-AIS		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
7.ในที่ประชุมของสหกรณ์ คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ที่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึงและเป็นประชาธิปไตย	3.85	.742	มาก	3.89	.747	มาก
8.ในวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คณะกรรมการจะเปิดเผยงบการเงินให้สมาชิกได้รับทราบโดยไม่มีการปิดบัง	3.90	.687	มาก	3.91	.728	มาก

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล

นางสาวกรรรา เกิดจันทร์

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 1 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2530

สถานที่เกิด

จังหวัดนนทบุรี

ประวัติการศึกษา

วิทยาศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2

(เศรษฐศาสตร์สหกรณ์)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

