

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด ตามทัศนะของสมาชิกในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์ เขต 3 มีขอบเขตการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นพื้นฐานและแนวทางการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด
 - 1.1 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ออมทรัพย์
 - 1.2 ประวัติสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด
 - 1.3 บทบาทและสิทธิหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์
 - 1.4 การดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการ
 - 2.2 องค์ประกอบหลักในการบริการ
 - 2.3 ความสำคัญของการบริการ
 - 2.4 ประเภทของธุรกิจบริการ
 - 2.5 คุณลักษณะของการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
 - 3.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ
 - 3.2 แนวคิดคุณภาพการบริการ
 - 3.3 เครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการ
4. องค์ประกอบคุณภาพการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์
 - 4.1 ด้านความเป็นรูปธรรม
 - 4.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้
 - 4.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
 - 4.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
 - 4.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยภายในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด

1. ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์ออมทรัพย์

จุฑาทิพย์ ภักธราวาท (2552, หน้า 1 – 4) กล่าวว่าสหกรณ์ในฐานะที่เป็นองค์การธุรกิจที่ยึดมั่นบนหลักการพึ่งพาตนเองโดยที่ประชาชนเชื่อมั่นในคุณค่าสหกรณ์ (cooperative values) เข้ามามีส่วนร่วมบนความสมัครใจ โดยการขับเคลื่อนการดำเนินงานของสหกรณ์เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคน ซึ่งได้ริเริ่มในสังคมไทยนั้นสหกรณ์ที่เกิดขึ้นจากนโยบายรัฐตั้งแต่ปี พ.ศ. 2459 ในฐานะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมจนถึงปัจจุบัน ได้มีพัฒนาการการดำเนินงานของสหกรณ์ภายใต้บริบทของขบวนการสหกรณ์ซึ่งประกอบด้วยสหกรณ์ที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร จำนวน 10,436 แห่ง ซึ่งยึดมั่นในหลักและวิธีการสหกรณ์ซึ่งเป็นหลักปฏิบัติที่สืบทอดมาโดยที่คำว่า “สหกรณ์” (cooperative) หมายถึง องค์การของบรรดาบุคคลซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่สมาชิกเป็นเจ้าของร่วมกันและควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการและความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยอยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของสหกรณ์ (cooperative values) ซึ่งหมายถึง สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

1.1 การจำแนกประเภทสหกรณ์ตามกฎหมายพระราชบัญญัติสหกรณ์ของไทย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2550, หน้า 1 – 2) กล่าวว่า ตามกฎหมายพระราชบัญญัติ สหกรณ์ของไทย ตามแผนพัฒนาการสหกรณ์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550 – 2554) ให้ไว้ ณ วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 กำหนดประเภทของสหกรณ์ที่รับจดทะเบียนไว้ 7 ประเภท ได้แก่ 1) สหกรณ์การเกษตร 2) สหกรณ์ประมง 3) สหกรณ์นิคม 4) สหกรณ์ร้านค้า หรือร้านสหกรณ์ 5) สหกรณ์บริการ 6) สหกรณ์ออมทรัพย์ และ 7) สหกรณ์เครดิตยูเนียน

1.2 กำเนิดสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2551, สิงหาคม 17) กล่าวว่า สหกรณ์ออมทรัพย์แห่งแรกในประเทศไทย จัดตั้งขึ้นในหมู่ข้าราชการสหกรณ์และพนักงานธนาคารเพื่อการสหกรณ์ จดทะเบียนเมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2492 คือ “สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัดสินไช้” ปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น “สหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด” และได้แพร่หลายไปในหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั่วประเทศ ส่วนสหกรณ์ออมทรัพย์ในชุมชนแห่งแรก คือ สหกรณ์เครดิตยูเนียนแม่มูล จำกัด จดทะเบียนเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2522 และในส่วนของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูได้ดำเนินงานมาเป็นเวลานาน ได้ก่อตั้งขึ้นในหมู่ข้าราชการครูที่จังหวัดนครสวรรค์โดยใช้ชื่อว่า “สหกรณ์ครูนครสวรรค์ จำกัดสินไช้” โดยจดทะเบียนเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2498 และเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ครูแห่งแรก ตั้งขึ้นเพื่อเป็นการทดลองการออมทรัพย์ของข้าราชการครูในจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ต่อจากนั้นจึงได้มีข้าราชการครูในจังหวัดอื่น ๆ เห็นประโยชน์และได้รับการส่งเสริมให้ก่อตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ครูในจังหวัดต่าง ๆ อย่างแพร่หลายจนมีทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทย

1.3 หลักสหกรณ์ออมทรัพย์

วิทยากร เชียงกูล (2550, หน้า 13 – 15) กล่าวว่า สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นองค์การธุรกิจของประชาชนที่ร่วมกันจัดตั้งขึ้นและดำเนินการโดยประชาชน เพื่อประชาชนและของประชาชนที่ช่วยกันจัดตั้งสหกรณ์ขึ้น การดำเนินงานของสหกรณ์ยึดถือความสมัครใจ หลักประชาธิปไตย หลักความยุติธรรม หลักการช่วยตนเอง และหลักการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หลักการสหกรณ์คือ ข้อกำหนดสำคัญที่สหกรณ์ทุกสหกรณ์ต้องยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัตินับเป็นสากล ปัจจุบันมีด้วยกัน 7 หลักการ ดังนี้

1. การเปิดรับสมาชิกโดยทั่วไปตามความสมัครใจ

สหกรณ์เป็นองค์การแห่งความสมัครใจ เปิดรับบุคคลทั่วไปที่สามารถใช้บริการสหกรณ์ได้และเต็มใจจะรับผิดชอบในฐานะสมาชิกเข้าเป็นสมาชิก โดยปราศจากการกีดกันทางเพศฐานะทางสังคม เชื้อชาติ การเมือง หรือศาสนา

2. การควบคุมโดยสมาชิกตามแนวทางประชาธิปไตย

สหกรณ์เป็นองค์การประชาธิปไตยที่มีการควบคุมโดยสมาชิกในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ บุรุษและสตรีที่ได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ให้เป็นผู้แทนสมาชิกต้องรับผิดชอบต่อสมาชิกในสหกรณ์ชั้นปฐมสมาชิกมีสิทธิในการออกเสียงเท่าเทียมกัน คือ สมาชิกหนึ่งคนหนึ่งเสียง

3. การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจโดยสมาชิก

สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุนถือหุ้นในสหกรณ์อย่างเสมอภาคกัน และมีส่วนร่วมในการควบคุมการใช้เงินทุนของสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตย ทุนของสหกรณ์อย่างน้อยส่วนหนึ่งต้องเป็นทรัพย์สินส่วนรวมของสหกรณ์ โดยปกติสมาชิกจะได้รับผลตอบแทนในอัตราที่จำกัดตามเงินลงทุนที่กำหนดเป็นเงื่อนไขของการเข้าเป็นสมาชิก สมาชิกสามารถจัดสรรเงินส่วนเกินของสหกรณ์เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ หรือทั้งหมดดังต่อไปนี้ก็ได้ คือ เพื่อการพัฒนาสหกรณ์โดยอาจกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งอย่างน้อยจะต้องมีส่วนหนึ่งที่นำมาแบ่งกันไม่ได้ หรือตอบแทนแก่สมาชิกตามสัดส่วนของปริมาณธุรกิจที่สมาชิกได้ทำกับสหกรณ์ และเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

4. มีการปกครองตนเองและมีอิสระ

สหกรณ์เป็นองค์การที่พึ่งพาตนเองและปกครองตนเองโดยมีการควบคุมมวลสมาชิกหากสหกรณ์จะต้องมีข้อตกลงผูกพันกับองค์การอื่นใดซึ่งรวมถึงหน่วยงานของรัฐบาลด้วย หรือจะต้องเพิ่มเงินลงทุนโดยอาศัยแหล่งเงินทุนจากภายนอกสหกรณ์ สหกรณ์ต้องกระทำการดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขที่มั่นใจว่ามวลสมาชิกจะยังคงดำรงไว้ซึ่งอำนาจในการควบคุมสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตยและสหกรณ์ยังคงดำรงความเป็นอิสระ

5. การให้การศึกษ การฝึกอบรม และข่าวสาร

สหกรณ์พึงให้การศึกษและการฝึกอบรมแก่สมาชิก ผู้แทนสมาชิกที่ได้รับการเลือกตั้งผู้จัดการและเจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารแก่สาธารณชนโดยเฉพาะเยาวชนและบรรดาผู้นำทางความคิดในเรื่องคุณลักษณะ และคุณประโยชน์ของสหกรณ์

6. การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

สหกรณ์สามารถให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ขบวนการสหกรณ์ได้ โดยร่วมมือกันในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

7. ความห่วงใยต่อชุมชน

สหกรณ์พึงดำเนินกิจการต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยั่งยืน ตามนโยบายที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

2. ประวัติสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2551, สิงหาคม 17) ได้ถือกำเนิดและจดทะเบียนตามกฎหมาย เมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2498 เป็นสหกรณ์ออมทรัพย์ครูแห่งแรกของประเทศไทย และเป็นสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งที่สองรองจากสหกรณ์ออมทรัพย์และเครดิตของคนที่มเงินเดือนของกระทรวงสหกรณ์ ผู้ให้กำเนิดสหกรณ์ออมทรัพย์ครูจังหวัดนครสวรรค์ จำกัด คือ นายปรีดา สุขบำรุง อดีตศึกษาธิการจังหวัดนครสวรรค์ ด้วยมีโอกาสได้ปฏิบัติงานร่วมกับครู และรับรู้ถึงสภาพความเป็นอยู่ของครูที่ว่า ครูส่วนมากฐานะทางการเงินไม่สู้ดีนักเมื่อยามที่เดือดร้อนก็ต้องกู้ยืมเงินจากนายทุนซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยแพง อีกทั้งนายทุนบางรายเป็นบุคคลที่รับราชการในสังกัดเดียวกันฉวยโอกาสหาทางร่ำรวยด้วยการออกเงินกู้ให้กับครู เพราะอยู่ในฐานะที่จะหักเงินเดือนของผู้กู้ได้สะดวก พฤติการณ์แบบนี้ได้สร้างความทุกข์ ความลำเค็ญ และความเดือดร้อนให้แก่ครูเป็นอย่างมาก ครูรายใดที่อยู่ในสภาวะดังกล่าวย่อมหมดกำลังใจในการทำงานให้ได้ผลดีและส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอน การอบรมเด็กให้ด้อยประสิทธิภาพไปด้วย ซึ่งนับว่าเป็นผลเสียต่อส่วนรวมและการศึกษาของชาติเป็นอย่างยิ่ง นายปรีดา สุขบำรุง ได้รู้ซึ่งและมีความห่วงใยในความเป็นอยู่และสวัสดิภาพของบรรดาครูดังกล่าว จึงมีความคิดที่จะจัดตั้งองค์การที่เกี่ยวกับการออมทรัพย์ขึ้นเป็นการภายในกลุ่มครู โดยยึดหลักให้ครูออมทรัพย์เป็นรายเดือน และเงินที่ออมไว้เพื่อให้สมาชิกอื่นที่มีความเดือดร้อนในเรื่องการเงินได้กู้ยืมไปใช้ โดยคิดดอกเบี้ยร้อยละ 1 ต่อเดือน และนำรายได้ดอกเบี้ยนี้ไปจ่ายเป็นเงินปันผลและเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกทุกคน ต่อมากระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์เครดิตสำหรับคนมีเงินเดือนขึ้นที่กระทรวง นายปรีดา สุขบำรุง จึงได้ติดต่อขอให้เจ้าหน้าที่ของกรมสหกรณ์พาณิชย์และธนกิจมาดำเนินการจัดตั้งเป็นสหกรณ์ ซึ่งทางกรมสหกรณ์ฯ ได้มอบหมายให้ คุณจำเนียร สาระนาค ผู้อำนวยการกองควบคุมเงินกู้และธนาคารสหกรณ์ พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่ของกองมาช่วยดำเนินการจัดตั้งตามระเบียบแบบแผนและตามกฎหมาย คุณจำเนียร สาระนาค และคณะทำงาน ได้มาช่วยเหลืองานจัดตั้งทุกอย่างด้วยความเสียสละและเต็มใจจึงสำเร็จลงด้วยความเรียบร้อย และได้จดทะเบียนเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2498 หมายเลขทะเบียนที่ 2/10479

2.1 วัตถุประสงค์การจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 81 – 82) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มสมาชิก โดยวิธีช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักสหกรณ์ได้ด้วยการร่วมกันดำเนินธุรกิจ ดังนี้

- 2.1.1 ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์ โดยช่วยให้สามารถสงวนส่วนแบ่งรายได้ของตนไว้ในทางอันมั่นคง และได้รับประโยชน์ตามสมควร
- 2.1.2 ส่งเสริมการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก
- 2.1.3 รับฝากเงินจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่น
- 2.1.4 จัดหาทุนเพื่อกิจการของสหกรณ์
- 2.1.5 ให้เงินกู้แก่สมาชิก
- 2.1.6 ดำเนินการให้กู้ยืมเพื่อความมั่นคง และเพื่อการเกษตรสงเคราะห์
- 2.1.7 ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงินตามระเบียบของสหกรณ์โดยได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์
- 2.1.8 ออกตั๋วสัญญาใช้เงินหรือตราสารการเงิน
- 2.1.9 ซื้อหุ้นของชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น
- 2.1.10 ซื้อหลักทรัพย์รัฐบาลหรือรัฐวิสาหกิจ
- 2.1.11 ซื้อหุ้นของธนาคารซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์
- 2.1.12 ให้สินเชื่อ ให้ยืม ให้เช่า ให้เช่าซื้อ โอน รับ จำนอง หรือรับจำนำ ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิก
- 2.1.13 จัดให้ได้มา ซื้อ กรรมสิทธิ์หรือทรัพย์สิน สิทธิ ครอบครอง กู้ ยืม เช่าเช่าซื้อ รับโอนสิทธิการเช่าซื้อ จำนองหรือจำนำ ขายหรือจำหน่ายด้วยวิธีอื่นใดซึ่งทรัพย์สิน
- 2.1.14 ซื้อหุ้นของสถาบันที่ประกอบธุรกิจอันทำให้เกิดความสะดวก หรือส่งเสริมความเจริญแก่กิจการของสหกรณ์
- 2.1.15 ฝากหรือลงทุนตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์
- 2.1.16 ฝากหรือลงทุนตามที่คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติกำหนด
- 2.1.17 ให้สวัสดิการหรือการสงเคราะห์ตามสมควรแก่สมาชิกและครอบครัว
- 2.1.18 ร่วมมือกันทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมนุมสหกรณ์และสหกรณ์อื่น เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของสหกรณ์
- 2.1.19 ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิกสมทบ
- 2.1.20 ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศหรือบุคคลอื่น
- 2.1.21 ดำเนินกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

2.2 ทุน

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 82 – 83) ในส่วนของเงินทุนสหกรณ์ได้ดำเนินการจัดหาทุน ดังนี้

2.2.1 ที่มาของเงินทุน สหกรณ์อาจหาทุนเพื่อดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) ออกหุ้น 2) รับฝากเงินจากสมาชิกหรือสหกรณ์อื่น 3) กุ้ยืมเงิน ออกตั๋วสัญญาใช้เงิน และตราสารการเงินอย่างอื่น 4) สะสมทุนสำรองและทุนอื่น ๆ และ 5) รับเงินอุดหนุนหรือทรัพย์สินที่มีผู้ยกให้โดยไม่มีภาระผูกพัน

2.2.2 การออกหุ้น สหกรณ์ออกหุ้นได้โดยไม่จำกัดจำนวน มีมูลค่าหุ้นละสิบบาท

2.2.3 การถือหุ้น สมาชิกทุกคนต้องชำระค่าหุ้นเป็นรายเดือน ตั้งแต่เดือนแรกที่เข้าเป็นสมาชิกตามอัตราส่วนของจำนวนเงินได้รายเดือนของตน ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์ถ้าสมาชิกประสงค์ จะถือหุ้นรายเดือนในอัตราที่สูงกว่าอัตราที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์ หรือจะขอซื้อหุ้นเพิ่มขึ้นอีกเมื่อใดก็ย่อมทำได้ โดยแสดงความจำนงเป็นหนังสือต่อคณะกรรมการดำเนินการ แต่จำนวนหุ้นทั้งหมดต้องไม่เกินหนึ่งในห้าของหุ้นที่ชำระแล้วทั้งหมด สมาชิกประสงค์จะโอนหรือถอนหุ้นในระหว่างที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ไม่ได้ในระหว่างที่สมาชิกภาพของสมาชิกยังไม่สิ้นสุด สหกรณ์ไม่ต้องส่งเงินค่าหุ้นของสมาชิกเพื่อชำระหนี้แก่เจ้าหน้าที่ของสมาชิกนั้น

2.2.4 การชำระค่าหุ้นรายเดือน การชำระค่าหุ้นรายเดือนนั้น ให้ชำระโดยวิธีหักจากเงินได้รายเดือนของสมาชิกในวันจ่ายเงินได้รายเดือนประจำเดือนนั้น ๆ ทุกเดือน เมื่อสมาชิกมีคำขอเป็นหนังสือและคณะกรรมการดำเนินการได้สอบสวนพิจารณา เห็นว่าสมาชิกนั้นตกอยู่ในพฤติการณ์อันทำให้ไม่สามารถส่งเงินค่าหุ้นรายเดือนได้ โดยมีใช้เกิดขึ้นด้วยเจตนาไม่สุจริตของตน คณะกรรมการดำเนินการจะอนุญาตให้สมาชิกนั้นไม่ต้องชำระค่าหุ้นรายเดือนชั่วคราวเวลาที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควรก็ได้

2.2.5 การงดชำระค่าหุ้นรายเดือน สมาชิกที่ได้ชำระเงินค่าหุ้นไม่น้อยกว่า 180 เดือน หรือเป็นจำนวนเงินไม่น้อยกว่า 200,000 บาท และไม่มีหนี้สินกับสหกรณ์ จะงดชำระเงินค่าหุ้นรายเดือนหรือลดจำนวนการถือหุ้นรายเดือนลงก็ได้ โดยแจ้งความจำนงเป็นหนังสือต่อคณะกรรมการดำเนินการ

2.2.6 การแจ้งยอดจำนวนหุ้น สหกรณ์จะแจ้งยอดจำนวนหุ้นที่สมาชิกถือให้สมาชิกแต่ละคนทราบในใบเสร็จรับเงินประจำเดือนทุกเดือน

2.3 สมาชิก

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 92 – 93) ได้กำหนดข้อบังคับการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ดังนี้

2.3.1 สมาชิกสหกรณ์ คือ

- 1) ผู้ซึ่งขอจดทะเบียนสหกรณ์ และผู้ซึ่งมีชื่ออยู่ในบัญชีรายชื่อผู้จะเป็นสมาชิกของสหกรณ์ และได้ชำระค่าหุ้นตามจำนวนที่จะถือครบถ้วนแล้ว
- 2) ผู้ที่ได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกตามข้อบังคับและได้ชำระค่าหุ้นตามจำนวนที่จะถือครบถ้วนแล้ว

2.3.2 คุณสมบัติของสมาชิก สมาชิกต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) เป็นผู้เห็นชอบในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
- 2) เป็นผู้บรรลุนิติภาวะ
- 3) เป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่งตามข้อต่อไปนี้
 - 3.1) รับราชการ รับบำนาญ หรือปฏิบัติงานประจำสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในจังหวัดนครสวรรค์
 - 3.2) เป็นพนักงานซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษา หรือทำงานประจำในสถานศึกษาสังกัดองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดนครสวรรค์
 - 3.3) เป็นสมาชิกคุรุสภา ซึ่งทำงานประจำโรงเรียนในสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์
 - 3.4) เป็นเจ้าหน้าที่หรือลูกจ้างประจำในสหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด
 - 3.5) เป็นเจ้าหน้าที่หรือลูกจ้างในสมาคมอาปนกิจสงเคราะห์ของสมาชิกออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด
 - 3.6) เป็นผู้มีความประพฤติดี

2.3.3 การเข้าเป็นสมาชิก ผู้สมัครเป็นสมาชิกตามข้อบังคับ (รวมทั้งสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์อื่น ซึ่งประสงค์จะขอเข้าเป็นสมาชิกโดยการโอนมาจากสหกรณ์ออมทรัพย์อื่น) ต้องยื่นใบสมัครถึงสหกรณ์ตามแบบที่กำหนดไว้ โดยต้องมีผู้บังคับบัญชาของผู้สมัครคนหนึ่งเป็นผู้รับรอง

2.3.4 ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ผู้เข้าเป็นสมาชิกต้องชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าให้แก่สหกรณ์คนละ 50 บาท ค่าธรรมเนียมแรกเข้านี้ให้ถือเป็นรายได้ของสหกรณ์จะเรียกคืนไม่ได้

2.4 การประชุมใหญ่

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 99 – 101) ได้กำหนดวิธีการประชุมใหญ่ ดังนี้

2.4.1 การประชุมใหญ่สามัญ ให้คณะกรรมการดำเนินการเรียกประชุมปีละหนึ่งครั้งภายในหนึ่งร้อยห้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีทางบัญชีของสหกรณ์ เมื่อมีการประชุมใหญ่ทุกครั้งให้สหกรณ์มีหนังสือแจ้งวัน เวลา สถานที่ และเรื่องที่จะประชุมให้บรรดาสมาชิกทราบล่วงหน้า

ไม่น้อยกว่าเจ็ดวัน แต่ถ้การประชุมนั้นเป็นการด่วน อาจแจ้งล่วงหน้าได้ตามสมควร ทั้งนี้ให้ประธานกรรมการหรือรองประธานกรรมการหรือเลขานุการเป็นผู้ลงลายมือชื่อในหนังสือนั้น และต้องแจ้งกรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ทราบล่วงหน้า ในโอกาสเดียวกันกับที่แจ้งให้สมาชิกทราบด้วยโดยการประชุมใหญ่ต้องมีสมาชิกมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งจำนวนของสมาชิกทั้งหมด หรือน้อยกว่าหนึ่งร้อยคนจึงจะเป็นองค์ประชุม

2.4.2 อำนาจหน้าที่ของที่ประชุมใหญ่ ที่ประชุมใหญ่มีอำนาจหน้าที่พิจารณาวินิจฉัยปัญหาทุกอย่างที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับกิจการของสหกรณ์ ซึ่งรวมทั้งในข้อต่อไปนี้

- 1) รับทราบเรื่องรับสมาชิกหรือสมาชิกสมทบเข้าใหม่และลาออกจากสหกรณ์ และการเลือกตั้งผู้แทนสมาชิก
- 2) วินิจฉัยข้ออุทธรณ์ของผู้สมัครซึ่งมิได้รับเลือกเข้าเป็นสมาชิกหรือสมาชิกสมทบ หรือสมาชิกที่ถูกให้ออกจากสหกรณ์
- 3) พิจารณาเลือกตั้งหรือถอดถอนกรรมการดำเนินการทั้งคณะหรือบางคนและผู้ตรวจสอบกิจการ
- 4) รับทราบรายงานประจำปีแสดงผลการดำเนินงานของสหกรณ์ของคณะกรรมการดำเนินการ และรายงานของผู้ตรวจสอบกิจการของสหกรณ์
- 5) พิจารณาอนุมัติงบประมาณของสหกรณ์
- 6) พิจารณาจัดสรรกำไรสุทธิประจำปีของสหกรณ์
- 7) พิจารณากำหนดบำเหน็จและค่าตอบแทนการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบกิจการ และกำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจบัญชีของผู้สอบบัญชี
- 8) พิจารณาคัดเลือกผู้สอบบัญชีเพื่อเสนอให้นายทะเบียนสหกรณ์แต่งตั้ง
- 9) พิจารณากำหนดวงเงินซึ่งสหกรณ์อาจกู้ยืมหรือค้ำประกัน
- 10) พิจารณาอนุมัติแผนงานและงบประมาณประจำปีของสหกรณ์
- 11) พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับของสหกรณ์
- 12) รับทราบเรื่องการดำเนินงานของสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย และหรือชุมนุมสหกรณ์ หรือองค์การอื่นที่สหกรณ์นี้เป็นสมาชิกและหรือถือหุ้นอยู่
- 13) พิจารณาและปฏิบัติตามหนังสือของนายทะเบียนสหกรณ์ หรือรองนายทะเบียนสหกรณ์ หรือผู้ตรวจการสหกรณ์ หรือผู้สอบบัญชี หรือพนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งนายทะเบียนสหกรณ์มอบหมาย
- 14) พิจารณากำหนดกรอบนโยบาย ข้อเสนอแนะ หรือคำแนะนำให้คณะกรรมการดำเนินการนำไปพิจารณาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

2.5 คณะกรรมการดำเนินการ

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 103 – 105) ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการดำเนินการ ดังนี้

2.5.1 คณะกรรมการดำเนินการ ให้สหกรณ์มีคณะกรรมการดำเนินการไม่เกิน 15 คน ซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิกหรือผู้แทนสมาชิก การเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการให้เลือกโดยวิธีเลือกประธานกรรมการ 1 คน และกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 14 คน ให้คณะกรรมการดำเนินการเลือกตั้งระหว่างกันเองเป็นรองประธานกรรมการ 1 คน หรือหลายคน เลขานุการ 1 คน และอาจให้มีเหรัญญิก 1 คน และจะให้มีผู้ช่วยเลขานุการหรือผู้ช่วยเหรัญญิกด้วยก็ได้ นอกนั้นเป็นกรรมการ

2.5.2 อำนาจหน้าที่ของกรรมการดำเนินการแต่ละตำแหน่ง

1) ประธานกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

1.1) เป็นประธานที่ประชุมใหญ่และที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินการ และควบคุมการประชุมดังกล่าวให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

1.2) ควบคุม กำกับ ดูแลการดำเนินงานทั่วไปของสหกรณ์ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และอยู่ในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

1.3) ลงลายมือชื่อในเอกสารต่าง ๆ ในนามสหกรณ์ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับนี้

1.4) ดำเนินการตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมาย

2) รองประธานกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

2.1) ปฏิบัติการในอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการแทนประธานกรรมการ เมื่อประธานกรรมการไม่อยู่หรืออยู่แต่ไม่อาจปฏิบัติหน้าที่ได้ หรือเมื่อตำแหน่งประธานกรรมการว่างลง

2.2) ปฏิบัติการตามที่ได้รับมอบหมายจากประธานกรรมการ

2.3) ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมาย

3) เลขานุการ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

3.1) แจ้งนัดประชุมใหญ่หรือนัดประชุมคณะกรรมการดำเนินการ หรือการประชุมอื่น ๆ แล้วแต่กรณี

3.2) จัดทำรายงานการประชุมใหญ่และรายงานการประชุมคณะกรรมการดำเนินการ

3.3) ดูแลรักษาเอกสารและรายงานการประชุมของสหกรณ์ให้เรียบร้อย

3.4) ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมาย

4) เற்றுณิก มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้

4.1) ควบคุม กำกับ ดูแล ตรวจสอบการรับ การจ่าย การเก็บรักษาเงิน และทรัพย์สินของสหกรณ์ให้เป็นไปโดยถูกต้องเรียบร้อย

4.2) ดำเนินการอื่นตามที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมาย

3. บทบาทและสิทธิหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์

สหกรณ์ออมทรัพย์ครูนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 94 – 95) เป็นสหกรณ์การเงิน บริหารและจัดการเยี่ยงสถาบันการเงิน สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จึงเปรียบได้กับเจ้าของ สถาบันการเงิน สหกรณ์ออมทรัพย์ตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการออม การให้สินเชื่อที่จำเป็น และสวัสดิการ ด้านต่าง ๆ แก่สมาชิกตามความเหมาะสมสหกรณ์ออมทรัพย์จะดำเนินการอย่างไรและมีอำนาจ กระทำการในเรื่องใดได้บ้าง ต้องเป็นไปตามที่บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติสหกรณ์และข้อบังคับ ของสหกรณ์นั้น ๆ ในฐานะที่สมาชิกทุกคนต่างเป็นเจ้าของสหกรณ์ ดังนั้นสมาชิกที่ดีจึงควรมี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท สิทธิและหน้าที่ของสมาชิกตามสมควร ซึ่งจะทำให้สหกรณ์ มีความมั่นคงและอำนวยประโยชน์ให้แก่สมาชิกได้อย่างเหมาะสม

3.1. บทบาทของสมาชิก โดยที่สหกรณ์เป็นของสมาชิก บริหารโดยสมาชิก และให้บริการแก่สมาชิก จึงอาจแยกบทบาทของสมาชิกออกได้เป็น 2 ประการ คือ

3.1.1 บทบาทในฐานะเจ้าของกิจการ สมาชิกของสหกรณ์สามารถกระทำการ ในเรื่องต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) การลงทุนในสหกรณ์ สมาชิกในฐานะเจ้าของสหกรณ์สามารถ ลงทุนในสหกรณ์ได้ คือ การถือหุ้น และการฝากเงิน

2) การเลือกตั้งผู้บริหาร คือ การใช้สิทธิในการเลือกตั้งหรือถอดถอน คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติสหกรณ์และข้อบังคับ ของสหกรณ์

3) การควบคุมการบริหารงานของสหกรณ์ สมาชิกอาจทำได้โดย การเลือกผู้ตรวจสอบกิจการ เพื่อเข้าไปตรวจสอบการดำเนินงานทั้งปวงของสหกรณ์ และการเข้าร่วม พิจารณาเรื่องต่าง ๆ ตามวาระในการประชุมใหญ่

3.1.2 บทบาทในฐานะผู้ใช้บริการ เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้บริการด้านต่าง ๆ ที่สหกรณ์จัดให้สำหรับสมาชิก เช่น การถือหุ้น การฝากเงิน การกู้เงิน และการขอรับ สวัสดิการต่าง ๆ แม้สมาชิกจะเป็นเจ้าของสหกรณ์ แต่เมื่อเป็นผู้ใช้บริการสมาชิกจะต้องปฏิบัติ ตามข้อบังคับและระเบียบของสหกรณ์

3.2 สิทธิของสมาชิก เมื่อได้เป็นสมาชิกของสหกรณ์โดยถูกต้องแล้วสมาชิก ของสหกรณ์ทุกคนย่อมมีสิทธิตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ ดังนี้

- 3.2.1 การเข้าร่วมประชุมใหญ่
- 3.2.2 การเข้าชื่อเรียกประชุมใหญ่วิสามัญ
- 3.2.3 สมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการหรือผู้ตรวจสอบกิจการ
- 3.2.4 ได้รับบริการทางธุรกิจและวิชาการจากสหกรณ์
- 3.2.5 การออกเสียง หรือลงคะแนนเสียงในการประชุมใหญ่ หรือการเลือกตั้งต่าง ๆ
- 3.2.6 สิทธิทางด้านอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ในข้อบังคับหรือระเบียบของสหกรณ์

การใช้สิทธิในเรื่องต่าง ๆ นั้น สมาชิกจะต้องใช้สิทธิต่าง ๆ ด้วยความสุจริตและชอบธรรมตามควรแก่กรณี ทั้งนี้โดยยึดถือหลักของกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ ความมั่นคงของสหกรณ์ และประโยชน์อันชอบธรรมของสมาชิกโดยส่วนรวม

3.3 หน้าที่ของสมาชิก สิทธิและหน้าที่เป็นของคู่กัน การจะใช้แต่สิทธิอย่างเดียวโดยมีคำหนึ่งถึงหน้าที่ย่อมทำให้เกิดความขัดแย้งหรือความเสียหายแก่สหกรณ์ได้ ในข้อบังคับของสหกรณ์ได้กำหนดหน้าที่ของสมาชิกไว้ ดังนี้

- 3.3.1 ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติ และคำสั่งของสหกรณ์
- 3.3.2 เข้าประชุมทุกครั้งที่สหกรณ์นัดหมาย
- 3.3.3 ส่งเสริมสนับสนุนกิจการของสหกรณ์
- 3.3.4 สอดส่องดูแลกิจการของสหกรณ์
- 3.3.5 ร่วมมือกับคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์

เพื่อให้การทำหน้าที่ในฐานะสมาชิกของสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สมาชิกของสหกรณ์ควรจะต้องมีความรู้ในเรื่องข้อบังคับและระเบียบต่าง ๆ ของสหกรณ์พอสมควร และโดยเฉพาะที่สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสหกรณ์การเงิน สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์จึงควรมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องของงบการเงินของสหกรณ์บ้างตามสมควร

4. การดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ครุนครสวรรค์ จำกัด (2545, หน้า 84 – 87) ได้กำหนดข้อบังคับในการดำเนินงาน ดังนี้

4.1 การรับฝากเงิน สหกรณ์อาจรับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ หรือประเภทออมทรัพย์พิเศษจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่นได้ตามระเบียบของสหกรณ์ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการฝากดอกเบี้ย การถอนเงินฝากและอื่น ๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์ให้สหกรณ์ดำรงสินทรัพย์สภาพคล่อง ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

4.2 การให้เงินกู้ เงินกู้นั้นอาจให้แก่สมาชิกของสหกรณ์ หรือสหกรณ์อื่น การให้เงินกู้แก่สมาชิกนั้น ให้คณะกรรมการดำเนินการมีอำนาจพิจารณาวินิจฉัยให้เงินกู้ได้ตามข้อบังคับและตามระเบียบของสหกรณ์ ข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับหลักเกณฑ์การพิจารณาวินิจฉัยให้เงินกู้

ประเภทและจำกัดแห่งเงินกู้ หลักประกันสำหรับเงินกู้ ลำดับแห่งการให้เงินกู้ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้การส่งเงินงวดชำระหนี้สำหรับเงินกู้ การควบคุมหลักประกันการเรียกคืนเงินกู้ และอื่น ๆ ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์การให้เงินกู้แก่สหกรณ์อื่นนั้น คณะกรรมการดำเนินการจะพิจารณาให้กู้ได้ต่อเมื่อสหกรณ์มีเงินทุนเหลือจากการให้เงินกู้แก่สมาชิกแล้ว ตามระเบียบของสหกรณ์ที่ได้รับความเห็นชอบจากนายทะเบียนสหกรณ์ สมาชิกหรือสหกรณ์ซึ่งประสงค์ขอกู้เงินจากสหกรณ์นี้ต้องเสนอคำขอกู้ตามแบบและระเบียบของสหกรณ์ที่กำหนดไว้

4.3 ความมุ่งหมายแห่งเงินกู้ เงินกู้ซึ่งให้แก่สมาชิกไม่ว่าประเภทใด ๆ จะให้ได้ แต่เฉพาะเพื่อการอันจำเป็นหรือมีประโยชน์ ตามที่คณะกรรมการดำเนินการเห็นสมควรให้คณะกรรมการดำเนินการสอดส่องและควบคุมการใช้เงินกู้ของสมาชิกให้ตรงตามความมุ่งหมายที่ให้เงินกู้นั้น

4.4 ประเภทแห่งเงินกู้ สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกได้ตามประเภท ดังต่อไปนี้

4.4.1 เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ในกรณีที่สมาชิกมีเหตุฉุกเฉินหรือมีเหตุอันจำเป็นรีบด่วนและมีความประสงค์ขอกู้เงิน คณะกรรมการดำเนินการอาจให้เงินกู้เพื่อเหตุนั้นได้ตามระเบียบของสหกรณ์

4.4.2 เงินกู้สามัญ ในกรณีมีสมาชิกมีความประสงค์ขอกู้เงินสำหรับใช้จ่ายเพื่อการอันจำเป็นหรือมีประโยชน์ต่าง ๆ คณะกรรมการดำเนินการอาจพิจารณาให้เงินกู้สามัญแก่สมาชิกนั้นได้ตามระเบียบสหกรณ์

4.4.3 เงินกู้พิเศษ เมื่อสหกรณ์มีฐานะการเงินก้าวหน้าพอที่จะช่วยเหลือให้เงินกู้ เพื่อส่งเสริมฐานะความมั่นคงหรือเพื่อการเคหะหรือก่อประโยชน์ออกเงยแก่สมาชิกได้ คณะกรรมการดำเนินการอาจให้เงินกู้พิเศษแก่สมาชิกนั้นได้ตามที่เห็นสมควร โดยผู้กู้ต้องระบุความมุ่งหมายแต่ละอย่างของเงินกู้ประเภทนี้ ตลอดจนเงื่อนไขและวิธีการและต้องมีหลักประกันตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์

4.5 ดอกเบี้ยเงินกู้ ให้สหกรณ์เรียกดอกเบี้ยเงินกู้ทุกประเภทที่ให้แก่สมาชิก สมาชิกสมทบ หรือสหกรณ์อื่นในอัตราตามที่กำหนดไว้ในระเบียบของสหกรณ์

4.6 การควบคุมหลักประกันและการเรียกคืนเงินกู้ ให้คณะกรรมการดำเนินการตรวจตราควบคุมให้เงินกู้ทุกรายมีหลักประกันตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสหกรณ์ และเมื่อคณะกรรมการดำเนินการเห็นว่าหลักประกันสำหรับเงินกู้ใดบกพร่อง ผู้กู้จะต้องจัดการแก้ไขให้คืนได้ภายในระยะเวลาที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนด

โดยสรุปการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์นครสวรรค์ จำกัด ประกอบด้วย การให้บริการการรับฝากเงิน การให้เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ และเงินกู้พิเศษ แก่สมาชิกหรือสหกรณ์อื่น ซึ่งได้มีการกำหนดดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยเงินกู้ การควบคุมหลักประกัน และการเรียกคืนเงินกู้ โดยมีความมุ่งหมายแห่งเงินกู้เพื่อการอันจำเป็นหรือเพื่อประโยชน์ของสมาชิก

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

1. ความหมายของการบริการ

ชาริณี เมฆานูเคราะห์ (2542, หน้า 49) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข ความสะดวกสบาย หรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรม และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งมีความเอื้ออาทร ใจไมตรีเปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือ เกื้อกูล ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค

วีรพงษ์ เจลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 6) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม หรือการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น

สมิต สัจฉกร (2543, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง เป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตาม ด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น การจัดอำนวยความสะดวก การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการบริการ การบริการจึงสามารถดำเนินการได้ หลากหลายวิธีจุดสำคัญคือเป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

สุนา อยู่โพธิ์ (2544, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

จินตนา บุญบงการ (2545, หน้า 40) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง สิ่งที่จับสัมผัสและจะต้องได้ยากและเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันทีโดยมีลักษณะการบริการที่ดี ยิ้มแย้ม และเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้รับบริการตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้มารับบริการ อย่างรวดเร็ว ให้เกียรติผู้มารับบริการ การบริการที่ทําอย่างสมัครใจการรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์การด้วยความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ มีมารยาทดี ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะบริการ และให้บริการมากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้

ยุพาวรรณ วรรณวานิช (2548, หน้า 9) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง บุคคลหนึ่งปฏิบัติด้วยการให้แก่อีกบุคคลหนึ่งหรืออีกหลาย ๆ คน เพื่อสนองตอบความประสงค์ ในเรื่องต่าง ๆ ด้วยความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และอย่างมีอัธยาศัย สร้างความประทับใจ ให้แก่ผู้รับ

อเนก สุวรรณบัณฑิต (2548, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือ วัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการบริการ หมายถึง การกระทำใดที่ตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มาขอรับบริการ แม้จะไม่สามารถจับต้องได้แต่ก็สามารถรับรู้ได้ทางจิตใจ และแสดงออกได้ด้วยอาการของความพึงพอใจในส่วนที่ได้รับ และเป็นความรู้สึกที่ดีแก่ผู้มาขอรับบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1990, p. 27) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า หรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 428) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้บริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการบริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการบริการ หมายถึง การบริการนั้น เป็นการปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ต่อสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ด้วยความรับผิดชอบ ยิ้มแย้ม ให้เกียรติ อ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทดีเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์และภาพลักษณ์ของพนักงานด้วย เพื่อสนองความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โดยส่วนรวม เพื่อให้ได้รับความสุข ความสะดวก หรือความสบาย และสิ่งที่สมาชิกสหกรณ์จะได้คือความพึงพอใจในการบริการ

2. องค์ประกอบหลักในการบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542, หน้า 17) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักในการบริการ ประกอบด้วย 10 ด้าน ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) หมายถึง ความเชื่อถือไว้วางใจในตามความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการ
2. ความสามารถ (competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการอย่างเชี่ยวชาญ และเหมาะสมกับผู้ใช้
3. การตอบสนอง (responsiveness) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการหรือความรู้สึกของผู้ใช้ ทั้งในด้านเวลาและความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล
4. การเข้าถึง (access) หมายถึง ความสะดวกสำหรับผู้ใช้ในการใช้บริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ ทั้งในด้านเวลา สถานที่ และขั้นตอนในการให้บริการ
5. ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง ความสุภาพ อ่อนน้อม และความมีมารยาทของผู้ให้บริการ

6. การสื่อสาร (communication) หมายถึง ความชัดเจน และความสมบูรณ์ในการสื่อความหมายกับผู้ใช้บริการ

7. ความเข้าใจ (understanding) หมายถึง ความเข้าใจหรือการรู้จักผู้ใช้บริการ การรู้จักเอาใจผู้ใช้แต่ละคนมาใส่ใจตน

8. ความเป็นที่น่าเชื่อถือได้ (credibility) หมายถึง ความไว้วางใจ และความเชื่อถือในตัวผู้ให้บริการและแหล่งบริการสารสนเทศในด้านชื่อเสียงขององค์กร ความพร้อมในการให้บริการ และคุณลักษณะหรือมาตรฐานของบริการ

9. ความปลอดภัย (security) หมายถึง ความรู้สึกปลอดภัยจากอันตรายและความเสี่ยงต่าง ๆ เมื่อใช้บริการ

10. ส่วนที่สัมผัสได้ (tangibles) หมายถึง ส่วนของบริการที่สามารถสัมผัสได้หรือรับรู้ได้ทางกายภาพ เป็นปัจจัยคาดการณ์คุณภาพในงานบริการได้อย่างถูกต้อง

จินตนา บุญบงการ (2545, หน้า 16 – 17) กล่าวว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยที่อาจเป็นตัวตัดสินคุณภาพของการบริการ ซึ่งวัดโดยผู้ใช้บริการมี 10 ปัจจัย ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) หมายถึง คุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ
2. การสนองตอบต่อความต้องการ (responsiveness) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการว่าการได้รับบริการสนองกับความต้องการที่คาดหวังหรือไม่

3. มีความสามารถมีสมรรถนะ (competence) หมายถึง ในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้อง เหมาะสม และเชี่ยวชาญจริงจัง

4. การเข้าถึงง่าย (access) หมายถึง การให้บริการไม่ยุ่งยาก ไม่มีพิธีรีตอง

5. ความสุภาพ เคารพบนอบ อ่อนน้อม ให้เกียรติ (courtesy) หมายถึง มีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ ไม่ว่าทักทายหรือแสดงกริยาใด ๆ

6. ความสามารถและสมบูรณ์ในการสื่อข้อความและสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (communication) หมายถึง ทำให้ผู้ใช้บริการทราบ เข้าใจ และได้รับคำตอบในข้อสงสัย หรือไม่เข้าใจคำถามต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน

7. ความเชื่อถือได้ (creditability) หมายถึง ความเคารพนับถือของผู้ให้บริการ

8. ความมั่นคงปลอดภัย (security) หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความอบอุ่น สบายใจ ในขณะที่รับบริการ

9. ความเข้าใจอกเข้าใจของผู้ให้บริการ (customer understanding) หมายถึง ความเข้าใจและการรู้จักเอาใจผู้ใช้บริการ

10. ส่วนที่สัมผัสได้ (tangibles) หมายถึง รับรู้ทางกายภาพของปัจจัยให้บริการ เช่น สถานที่ของสถานบริการจะต้องมีระเบียบเรียบร้อย สะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย เป็นต้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่น ๆ (2546, หน้า 440) กล่าวว่า องค์ประกอบของการบริการประกอบด้วย 10 ประการ ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) หมายถึง บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่แก่ลูกค้า เช่น พนักงานให้บริการโดยไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งของโรงแรมอยู่ในที่ที่เหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า สามารถจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีสถานที่จอดรถกว้างขวางและสะดวก เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และสื่อความหมายได้ชัดเจนใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย อธิบายได้อย่างถูกต้อง และรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะและคำติชมของผู้ใช้บริการ เช่น พนักงานใช้คำพูดที่สุภาพไพเราะ และให้เกียรติแก่ผู้มาใช้บริการอยู่เสมอ เป็นต้น

3. ความสามารถ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว เช่น พนักงานมีความรู้และเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นที่พอใจของลูกค้า เป็นต้น

4. ความมีน้ำใจ (courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง มีมนุษยสัมพันธ์ รู้จักให้เกียรติผู้อื่น มีวิจาร์ณญาณใช้ดุลยพินิจพิจารณาไตร่ตรองปัญหาอย่างรอบคอบ จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เช่น พนักงานโรงแรมจะต้องแสดงการต้อนรับแขกด้วยรอยยิ้ม ท่าที่อ่อนโยน และพูดจาสุภาพเรียบร้อย รวมถึงยินดีรับฟังความคิดเห็นและเก็บอารมณ์ได้ดีกับลูกค้าที่จู้จุกจิก เป็นต้น

5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า เช่น เมื่อลูกค้ามาใช้บริการโรงแรมพนักงานต้องให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น

6. ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้องตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมา เช่น การบริการห้องพักได้ตรงกับที่ลูกค้าจองไว้ทุกประการ

7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอย่างทันทีทันใด รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรม พนักงานจะต้องให้ความสนใจกระตือรือร้นที่จะตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในการให้บริการ มีการแก้ไขปัญหา แนะนำ และให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง

8. ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย และปัญหาต่าง ๆ เช่น โรงแรมจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวก ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น

9. สร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (tangible) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ จะทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้ เช่น การตกแต่งสถานที่และบริเวณการให้บริการลูกค้า การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติการบริการ เป็นต้น

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding and knowing customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว เช่น พนักงานโรงแรมให้ความสนใจช่วยเหลือห้องพักให้ลูกค้า พนักงานไม่พูดคุยกักันหรือคุยโทรศัพท์ส่วนตัวขณะปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 106 – 107) กล่าวว่า องค์ประกอบของการบริการประกอบด้วย 5 ข้อ ได้แก่ 1) สิ่งสัมผัสได้ 2) ความเชื่อถือและวางใจได้ 3) ความรวดเร็ว 4) การรับประกัน และ 5) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล

ซีแฮมส์, พาราซูรามาน, และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 34) กล่าวว่า องค์ประกอบของการบริการประกอบด้วย 5 ข้อ ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangible) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์ บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสิ่งต่าง ๆ ในการให้บริการที่มีความเหมาะสมสวยงามและทันสมัยหรือไม่ เช่น ลักษณะของสถานที่ที่ให้บริการ ตลอดจนอุปกรณ์ที่ทันสมัยและสวยงาม

2. ความเชื่อถือได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ เช่น การให้บริการตามที่ได้แจ้งไว้กับผู้บริหาร

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว เช่น การให้บริการแก่ผู้บริหาร สนใจต่อปัญหาของผู้มารับบริการ

4. การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้บริหาร (assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการตอบสนองให้กับลูกค้าได้ทันที มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

5. การเข้าใจและรู้จักผู้บริหาร (empathy) หมายถึง การให้บริการด้วยความเอาใจใส่ และดูว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อใช้เป็นแนวทางสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

เท็นเนอร์, และ ดีโทโร (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) กล่าวว่า องค์ประกอบของการบริการที่เรียกว่าผู้วัด (rater) ได้แก่

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานตามที่รับปากไว้ได้อย่างถูกต้อง และเชื่อถือได้
2. การให้ความมั่นใจ (assurance) หมายถึง ความรู้ ความเหมาะสม ความสุภาพ อ่อนน้อมของผู้ให้บริการ และสามารถสร้างความไว้วางใจและมั่นใจให้กับผู้รับบริการได้
3. สิ่งที่ยึดจับไม่ได้ (intangibility) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ บุคลากร สถานที่
4. การเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) หมายถึง การเอื้ออาทรเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ
5. การตอบสนอง (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า องค์ประกอบหลักในการบริการเป็นแนวทางสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความถูกต้องและความสม่ำเสมอของการให้บริการของพนักงาน การให้ความมั่นใจกับสมาชิกสหกรณ์ ทั้งด้านความรู้ ความความสามารถ ความสุภาพอ่อนน้อมของพนักงานในการให้บริการ มีการเอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ มีการตอบสนองที่จะช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ได้อย่างทันท่วงที

3. ความสำคัญของการบริการ

สมิต สัจฉกร (2543, หน้า 14 – 15) กล่าวว่า ความสำคัญของการบริการสามารถพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ดังนี้

1. บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้
 - 1.1 มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
 - 1.2 มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
 - 1.3 มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
 - 1.4 มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
 - 1.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
 - 1.6 มีความภักดีต่อหน่วยบริการที่ให้บริการ
 - 1.7 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี
2. บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้
 - 2.1 มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
 - 2.2 มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
 - 2.3 มีความผิดหวังและไม่มาใช้บริการอีก

2.4 มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการบริการของหน่วยงานไปอีกนาน

2.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำไม่ให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

2.6 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความสำคัญของการบริการเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเจริญและความเชื่อมั่นเป็นผลจากการให้บริการที่ดีและไม่ดี ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างมากของการให้บริการ โดยการบริการสามารถพิจารณาได้ใน 2 ด้านด้วยกัน คือ บริการที่ดีจะส่งผลให้สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานและสำนักงานสหกรณ์ออมทรัพย์ครู บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ

4. ประเภทของธุรกิจบริการ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547, หน้า 33) กล่าวถึง ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า (people processing service) ประเภทนี้เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ เป็นต้น หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ เช่น บริการขนส่งมวลชน – เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

2. การบริการต่อจิตใจลูกค้า (mental stimulus processing service) ประเภทนี้เป็นการให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจ อารมณ์ หรือความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ เป็นต้น ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น แต่สถานบริการในที่นี้อาจจะหมายถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ หรืออาจจะอยู่ในสถานที่ที่ไกลออกไป แต่ลูกค้ากับผู้ให้บริการสามารถติดต่อกันได้ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบโทรคมนาคม เช่น บริการสืบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บริการเรียนทางไกลของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บริการระบบโทรศัพท์ไร้สายของเอไอเอส (AIS) และดีแทค (Dtac) เป็นต้น

3. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (proceession processing service) ในหลาย ๆ ครั้งของการซื้อบริการไม่ได้ซื้อให้กับตัวเอง แต่เราซื้อบริการให้กับสิ่งของ เช่น บริการซัก อบ รีด (ซื้อบริการให้กับเสื้อผ้า) ไปหาสัตวแพทย์ (ซื้อบริการให้กับสัตว์เลี้ยง) เป็นต้น ดังนั้น บริการในกลุ่มนี้จะเป็นบริการที่ให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวสิ่งของสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้

4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (information processing service) บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันตรงที่ลักษณะของ "สิ่งของของลูกค้า" โดย "สิ่งของของลูกค้า" ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าประเภทธุรกิจบริการมี 4 ประเภท คือ 1) เป็นการบริการต่อร่างกายลูกค้า เป็นการบริการที่มีการผูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ดัดผม นวดแผนโบราณ บริการที่พักอาศัย เช่น โรงแรม 2) การบริการต่อจิตใจลูกค้า ด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ 3) เป็นการบริการต่อสิ่งของของลูกค้า เช่น บริการซัก อบ รีด และ 4) เป็นการบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า จะเป็นสิ่งของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งเป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยตลาด

5. คุณลักษณะของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่น ๆ (2546, หน้า 432) กล่าวว่า คุณลักษณะของการบริการมี 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) หมายถึง การบริการไม่สามารถมองเห็น รับรู้อารมณ์ รู้สึก ได้ยินหรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparability) หมายถึง การบริการมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม

3. ไม่แน่นอน (variability) หมายถึง ลักษณะของการบริการไม่แน่นอน ซึ่งคุณภาพจะผันแปรไปขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการเป็นใคร

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) หมายถึง การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ขายหรือใช้ในภายหลังได้ และขึ้นอยู่กับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร

ยุพาวรรณ วรณวานิช (2548, หน้า 184 – 185) กล่าวว่า คุณลักษณะของการบริการมี 5 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) หมายถึง ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถมองเห็นบริการในรูปผลที่ได้รับเท่านั้น ในเมื่อบริการไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจทำให้เป็นการยากสำหรับลูกค้าที่จะประเมินคุณภาพหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้น การบริการจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้าผ่านทางลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้ เช่น ลักษณะการออกแบบภายนอกสถานบริการให้มั่นคงแข็งแรง อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้เพื่อผลิตงานบริการ

2. ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (inseparability) หมายถึง ผู้ให้บริการและผู้รับบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่เหมือนกับสินค้าที่สามารถผลิตเก็บไว้เป็นสินค้าคงคลังได้ ดังนั้น การขายบริการ จึงเป็นเรื่องการขายตรงจากผู้ให้บริการไปยังผู้ซื้อ ลักษณะเช่นนี้มีผลให้ธุรกิจบริการทำได้ในขอบเขตที่จำกัด เนื่องจากจำกัดเรื่องของเวลาบริการบางประเภทที่อาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เช่น ที่ปรึกษาทางกฎหมาย ความบันเทิง เป็นต้น ผู้บริโภคให้ความสนใจว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ผลของการบริการจะไม่เหมือนกัน ถ้าการแสดงคอนเสิร์ตเปลี่ยนจากนักร้องยอดนิยมไปเป็นนักร้องที่คนไม่ค่อยรู้จัก ความสนุกสนานก็จะเปลี่ยนไป

3. ไม่แน่นอน (variability) หมายถึง บริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกัน ไม่แน่นอนขึ้นกับว่าใครคือผู้ให้บริการ และให้บริการเมื่อไร ที่ไหน อย่างไร ดังนั้น เป็นการยากที่ผู้ซื้อประเมินคุณภาพก่อนการซื้อ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวธุรกิจบริการต้องวางแผนเพื่อควบคุมคุณภาพของบริการ และสร้างระบบตรวจสอบความพอใจของลูกค้า เช่น การรับฟังคำแนะนำ การสำรวจข้อมูลลูกค้า เป็นต้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) หมายถึง บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ ปัญหาที่ตามมาคือ ทำอย่างไรให้มีผู้มาใช้บริการในระดับความต้องการที่เป็นไปโดยสม่ำเสมอ เพื่อมิให้เกิดการสูญไปโดยเปล่าประโยชน์ของการบริการนั้น ๆ

5. ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (ownership) หมายถึง ลูกค้าไม่สามารถเป็นเจ้าของบริการได้ ราคาบริการที่จ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการในขณะนั้น เมื่อได้รับบริการแล้วก็ป็นอันเสร็จสิ้นไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป ซึ่งถ้าเป็นสินค้าเมื่อซื้อสินค้าแล้วสินค้านั้นก็จะเป็กรรรมสิทธิ์ของลูกค้า

เอนก สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อุดุลพัฒนกิจ (2548, หน้า 25 – 26) กล่าวว่า คุณลักษณะของการบริการมี 6 ประการ ดังนี้

1. งานบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณะหรือเลือกคุณภาพได้

2. งานบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการในครั้งก่อน

3. งานบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการได้ การผลิต การบริโภค และการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขายแล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4. งานบริการมีลักษณะไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้ การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. งานบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการ จะเกิดเป็นความสูญเปล่าไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. งานบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

นิติพล ภูตะโชติ (2549, หน้า 170 – 171) กล่าวว่า ลักษณะของงานบริการ (characteristics of service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ ดังนี้

1. จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (intangibility) หมายถึง งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นสามารถรับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจ ความโกรธ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (inseparability) หมายถึง งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้ว ยังมีสิ่งอื่น ๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึงจุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทาง พนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่ม และอื่น ๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังสามารถได้รับบริการอื่น ๆ อีกด้วย ดังนั้น บริการสินค้าและผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

3. สูญเสียง่ายหรือเสียหายง่าย (perish ability) หมายถึง บริการต่าง ๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูกาลท่องเที่ยวห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝนห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4. งานบริการมีลักษณะทำซ้ำ ๆ (repetitiveness) หมายถึง งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำ ๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลาย ๆ ครั้ง ซึ่งอาจจะมีแตกต่างจากงานอื่น ๆ

5. ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกรองพนักงาน (labor intensiveness) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างกัน อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา พนักงานให้บริการจะต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

6. ความไว้วางใจ (trust) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้น ผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือ หรือความไว้วางใจในสถานบริการเหล่านั้น เช่น อาจได้รับการบอกต่อถึงบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิด หรืออาจจะได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่น จนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับการที่ดี เพราะเกิดความเชื่อถือไว้วางใจในสถานบริการดังกล่าว

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 27 – 29) กล่าวว่า คุณลักษณะของการบริการมี 5 ประการ ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (intangibility) หมายถึง บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้องและสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หกจะชื้อน้ำหอม ผู้ชื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือชื้อเป็นขวดได้

2. ความแยกจากกันไม่ได้ (inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในเวลาที่ให้บริการนั้น

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (perish ability) หมายถึง การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้น หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ

4. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (fluctuating demand) หมายถึง ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นลูกค้าที่จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่น ๆ ในสัปดาห์

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (variability or heterogeneity) หมายถึง ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงาน ในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (labor intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการ ด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้น พนักงานคนเดียวที่อาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจาก พนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัด ตลอดคืนที่ผ่านมา

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, pp. 172 – 173) กล่าวว่า คุณลักษณะของการบริการ คือ การบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่ว ๆ ไป โดยมีลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นนามธรรม (intangibility) หมายถึง ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ เหมือนสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการจึงต้องหาสัญลักษณ์อื่นที่แสดงออกถึงความเป็นรูปธรรม ซึ่งเหมือนตัวแทนของคุณภาพการบริการ ด้วยเหตุผลดังกล่าวองค์กรที่ให้บริการจึงพยายาม ทำให้บริการของตนมีรูปธรรมหรือสามารถจับต้องได้

2. การผลิตและการบริโภค ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (inseparability) หมายถึง การบริการจะมีการผลิตและบริโภคภายในเวลาเดียวกัน

3. ความแตกต่างหลากหลาย (variability) หมายถึง การให้บริการในแต่ละครั้ง จะมีความแตกต่างกันไป คุณภาพของบริการแต่ละครั้งจะขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ เพราะ ผู้ให้บริการแต่ละคนอาจจะมีพฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกัน

4. ไม่สามารถเก็บกักไว้ได้ (perishability) หมายถึง การให้บริการไม่สามารถ จะเก็บกักเอาไว้เพื่อรอการจำหน่ายหรือเก็บไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในภายหลังเหมือนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้ นอกจากนี้การบริการยังแปรผันขึ้นลงกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ด้วย จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าคุณลักษณะของการบริการเป็นงานบริการ เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ สมาชิกไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ไม่สามารถแบ่งแยกได้ บริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างกันไม่แน่นอนขึ้นกับว่าใครคือผู้ให้บริการ และให้บริการเมื่อไร ที่ไหน อย่างไร บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ จึงทำให้สมาชิกไม่สามารถ ที่จะรู้ว่าสหกรณ์ออมทรัพย์มีการบริการที่ดีได้ขนาดไหน

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

1. ความหมายของคุณภาพการบริการ

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย (2542, หน้า 234) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัติหรือคุณลักษณะทั้งจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการที่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) รับรู้ว่ามีความโดดเด่นตรงหรือเกินกว่าความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ผู้รับบริการ ได้จ่ายเงินแลกเปลี่ยนสัมผัส มีประสบการณ์ ทดลองใช้ เป็นต้น

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ระดับความสามารถของบริการในการบำบัด ความต้องการของผู้รับบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

กัลยา สร้อยสิงห์ (2548, หน้า 25) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง คุณสมบัติหรือคุณลักษณะทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง โดยผู้ใช้บริการสามารถวิเคราะห์รู้สึกถึงความต้องการ ความคาดหวัง และการบริการที่ได้รับจริง จากการตัดสินใจในส่วนที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ

ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548, หน้า 21) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ว่าเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการ ดังนั้น ขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้น จะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ ปัญหาข้อหนึ่งในการดำเนินธุรกิจบริการ คือ ด้านคุณภาพบริการและแนวทางสร้างคุณภาพในทุกกระบวนการของธุรกิจ ความผิดพลาดไม่สามารถแก้ไขได้ ดังนั้น ต้องป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอน และเนื่องจากลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของขบวนการและมีส่วนในการกำหนดคุณภาพของบริการ การเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าจะเป็นพื้นฐานที่จะเข้าใจขบวนการสร้างคุณภาพ นอกจากนั้น คุณภาพของบริการยังเป็นการรวมตัวของหลายหน้าที่ในหลายแผนก ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจทุกแผนกขององค์กรด้วย

ซีแธมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p.18) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความมั่นใจในการให้บริการที่ดีเทียบเท่าหรือมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากการบริการนั้น ๆ ซึ่งการจะตัดสินใจว่าการบริการนั้น มีคุณภาพสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับความรู้การบริการที่ได้รับของลูกค้าว่าตรงกับที่คาดหวังหรือเปล่า การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับ

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 438) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ในการแข่งขันด้านธุรกิจบริการผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่าเทียมกับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการมาจากประสบการณ์เดิมในทางตรงกันข้ามถ้าบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง การบริการที่สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ได้รับในระดับที่เทียบเท่าหรือมากกว่าสิ่งที่สมาชิกต้องการหรือคาดหวังจากการบริการนั้น ๆ ซึ่งคุณภาพของการบริการนั้นไม่สามารถกำหนดลงไปอย่างเฉพาะเจาะจงได้ แต่การวางแผนเตรียมพร้อมการบริการไว้ล่วงหน้าย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพดีได้

2. แนวคิดคุณภาพการบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 24) กล่าวถึงคุณลักษณะ 7 ประการที่ใช้ในการพิจารณาคุณภาพการบริการ ดังนี้

1. ยิ้มแย้มแจ่มใส (smiling & sympathy) ยิ้มแย้มและเอาใจเขาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้รับบริการ
2. ตอบสนองอย่างรวดเร็ว (early response) ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็วทันใจ
3. เคารพ (respectful) แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ
4. เต็มใจให้บริการ (voluntaries manner) ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจ
5. การรักษาภาพพจน์ (image enhancing) แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของให้บริการและเสริมภาพพจน์ขององค์กร
6. สุภาพอ่อนโยน (courtesy) กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อม
7. กระตือรือร้น (enthusiasm) มีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้นขณะให้บริการ

ดังนี้

1. เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ ประกอบด้วย 7 ลักษณะ คือ
 - 1.1 คุณภาพของการบริการจะถูกกำหนดโดยลูกค้าและผู้รับบริการ โดยลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ กล่าวคือ ลูกค้าจะพิจารณาจากระดับความสำคัญหรือความจำเป็นของการได้รับบริการตามกระบวนการที่เกิดขึ้น
 - 1.2 คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่ต้องค้นหาตลอดเวลาไม่มีจุดจบ เพราะไม่สามารถกำหนดคุณภาพการบริการที่เฉพาะเจาะจงและการกำหนดสูตรตายตัวได้ การให้บริการที่มีคุณภาพจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ แม้ว่าผลการดำเนินงานในขณะนั้นจะเป็นไปด้วยดีหรือไม่ก็ตาม

1.3 คุณภาพของการบริการจะเกิดจากความร่วมมือของทุกคนที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ปฏิบัติงานบริการส่วนหน้าและผู้ที่อยู่เบื้องหลัง รวมถึงผู้ที่มีหน้าที่ควบคุมดูแล มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการให้บริการอย่างมีคุณภาพทั้งสิ้น ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานบริการทุกคนจะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบในการให้บริการและนำเสนอ บริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ

1.4 คุณภาพการบริหารงานบริการ การบริหารงานบริการและการสื่อสาร เป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ เนื่องจากในการนำเสนอการบริการนั้นผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องได้รับทั้งคำตำหนิและคำชมเชยจากผู้บริหาร ในกรณีนี้ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ปฏิบัติงานด้วยความจริงใจ และจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

1.5 คุณภาพการบริการจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรม การบริการจะมีคุณภาพดีเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมการบริการภายในองค์กร (corporate culture) ที่เน้นความเป็นธรรมและคุณค่าของความเป็นคนองค์กรบริการ ที่ปฏิบัติต่อลูกค้าและบุคลากรอย่างเท่าเทียมกันจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการที่แท้จริงได้

1.6 คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมในการบริการ ถึงแม้ว่าคุณภาพของการบริการจะไม่สามารถกำหนดลงไปอย่างเฉพาะเจาะจงได้ แต่การวางแผนเตรียมพร้อม การบริการไว้ล่วงหน้าย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพดีได้ เช่น การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ การเลือกผู้ปฏิบัติงานบริการที่เหมาะสมกับลักษณะงาน รวมทั้งการให้ผู้บริการเข้ามามีส่วนร่วมในงานบริการ เป็นต้น

1.7 คุณภาพของการบริการยังมีความหมายครอบคลุมถึงการรักษาคำมั่นสัญญาขององค์กรบริการ ลูกค้ามักจะคาดหวังว่าผู้ปฏิบัติงานบริการจะให้บริการในสิ่งที่องค์กรได้แสดงเจตจำนงหรือให้คำมั่นสัญญาไว้ ดังนั้น หากองค์กรบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการไม่รักษาคำมั่นสัญญานั้น คุณภาพการบริการก็ไมอาจเกิดขึ้นได้เช่นกัน

2. การรับรู้คุณภาพการบริการ โดยทั่วไปแล้วคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ ประกอบด้วย

2.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ (technical quality of the outcome) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับผลของการบริการที่ลูกค้าได้รับ

2.2 คุณภาพของกระบวนการบริการ จะเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในแต่ละสถานการณ์ และพฤติกรรมบริการของผู้ปฏิบัติงานบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1990, p. 17) กล่าวว่า คุณภาพการบริการสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา 6 ประการ ดังนี้

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2. ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาด่างอย่างเร่งด่วน

3. การเข้าพบได้ง่ายและมีความยืดหยุ่นในการบริการ (accessibility and flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งที่ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้ทำการตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ภาวะปกติ (recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

ซีแอมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Ziethaml, Parasuraman, & Berry, 1990, pp. 20 – 22) ศึกษาเกณฑ์การพิจารณาคคุณภาพการบริการจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความคาดหวังที่จะได้รับจากบริการจากคำตอบที่ได้รับทำให้ทราบว่าผู้รับบริการได้ใช้มิติ 10 ประการ เป็นเกณฑ์ประเมินเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งมิติของคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้และสัมผัสได้ในเรื่องความพร้อมเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัย บุคลากรที่ให้บริการ รวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้ให้สัญญา และบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ เช่น การให้บริการโดยใช้เวลาอย่างเหมาะสม

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (responsiveness) หมายถึง การให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจในการบริการ โดยมีความเต็มใจให้การต้อนรับและการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการในทันที

4. ความสามารถของผู้ให้บริการ (competence) หมายถึง ผู้ให้บริการจะต้องมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ เพื่อให้งานด้านการบริการมีประสิทธิภาพ

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีความสุภาพอ่อนโยน เอาใจใส่ผู้รับบริการ ให้บริการด้วยความรอบคอบ และมีอัธยาศัยไมตรีต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ ความน่าไว้วางใจ และความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่สร้างความรู้สึกปลอดภัยปราศจากความเสี่ยงในอันตราย หรือข้อสงสัยให้กับผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้โดยง่ายได้รับความสะดวก รวดเร็ว เมื่อเข้ารับบริการ

9. การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ผู้ให้บริการสื่อสารด้วยภาษาที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการรับฟังในข้อคิดเห็นของผู้รับบริการ

10. การเข้าใจและทำความเข้าใจผู้รับบริการ (understanding the customers) หมายถึง การพยายามทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการในเรื่องความต้องการของผู้รับบริการแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความต้องการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าคุณภาพในงานบริการ หมายถึง คุณภาพบริการที่สหกรณ์ออมทรัพย์ได้มอบให้กับสมาชิกสหกรณ์ และเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นเพื่อที่พนักงานสหกรณ์ออมทรัพย์จะช่วยเหลือและคอยดูแลแก่สมาชิกผู้รับบริการในเวลานั้นโดยทันที การพิจารณาคุณภาพการให้บริการมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ เช่น ความเชื่อถือได้ในการให้บริการ การตอบสนองผู้รับบริการด้วยความรวดเร็ว หรือการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ ความมีอัธยาศัยไมตรี ให้บริการที่สร้างความรู้สึกปลอดภัยปราศจากความเสี่ยงในอันตราย ซึ่งจะก่อให้เกิดความไว้วางใจของสมาชิกต่อไป

3. เครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการ

ซีแทมล์, พาราซูรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 28) ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความเที่ยง (reliability) และความแม่นยำ (validity) พบว่า เครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพในการบริการเซฟควอล (service quality : SERVQUAL) สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลัก และยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ ที่ทำการปรับปรุงใหม่ จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ ซึ่งเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพในการบริการที่ปรับปรุงใหม่จะประกอบด้วย 5 มิติหลัก คือ

1. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้และสัมผัสได้ในเรื่องเครื่องมือเครื่องใช้ที่มีความทันสมัย บุคลากรที่ให้บริการ รวมถึงวัสดุอุปกรณ์และเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ

2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้ให้สัญญา และบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ เช่น การให้บริการโดยใช้เวลาอย่างเหมาะสม

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (responsiveness) หมายถึง การให้บริการด้วยความยินดีและเต็มใจในการบริการ โดยมีความเต็มใจให้การต้อนรับและตอบสนองตามความต้องการของผู้รับบริการในทันที

4. การสร้างความมั่นใจ (assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ และเป็นผู้ที่สามารถสร้างความเชื่อถือและความมั่นใจในการบริการให้กับผู้รับบริการ เป็นการรวมมิติเรื่องความสามารถของผู้ให้บริการ (competence) ความมีอัธยาศัยไมตรี (courtesy) ความน่าเชื่อถือ (credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (security) นำมาไว้รวมกันเป็นมิติเดียว

5. การเข้าถึงจิตใจผู้รับบริการ (empathy) หมายถึง การให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ซึ่งเป็นการรวมมิติเรื่องการเข้าถึงบริการ (access) การติดต่อสื่อสาร (communication) และการเข้าใจการทำความรู้จักผู้รับบริการ (understanding the customers) นำมาไว้ภายในมิติเดียวกัน

มิติของเซฟควอล (SERVQUAL) ที่ได้รับการพัฒนา สามารถแสดงถึงความเหมือนกันระหว่างเซฟควอล (SERVQUAL) มิติเดิม (10 มิติ) กับมิติใหม่ (5 มิติ) เพื่อทำการวัดคุณภาพการบริการ ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ได้ดังภาพ 2

มิติ 10 ประการ ในการวัดคุณภาพ การให้บริการ	สิ่งที่ สามารถ สัมผัสได้	ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้	การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ	การสร้าง ความมั่นใจ	การเข้าถึง จิตใจ ผู้รับบริการ
สิ่งที่สามารถ สัมผัสได้					
ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้					
การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ					
ความสามารถของ ผู้ให้บริการ ความมีอัธยาศัยไมตรี ความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงปลอดภัย					
การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจและ ทำความรู้จัก ผู้รับบริการ					

ภาพ 2 แสดงเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ

ทีมา ซีแฮมป์, พาราซูรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 28)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการได้ก่อให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ และนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ที่ได้เข้ารับบริการ ทั้งนี้ เพราะคุณภาพการบริการเป็นการพิจารณาของผู้รับบริการโดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ การรับรู้การให้บริการตามความเป็นจริงจากการศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการของ ซีแทมส์, พาราสุรามัน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry) โดยใช้แบบวัดเซฟควอล (SERVQUAL) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการของการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์นครสวรรค์ จำกัด ตามทัศนะของสมาชิกในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์ เขต 3 ซึ่งผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษามิติในการวัดคุณภาพการบริการจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ 4) ความน่าเชื่อถือ 5) การเข้าถึงบริการ และผู้วิจัยได้นำมิติทั้ง 5 ด้าน มาใช้วัดการให้บริการของของการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์นครสวรรค์ จำกัด ตามทัศนะของสมาชิกในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์ เขต 3 ตามที่ได้ทำการวิจัยในครั้งนี้

องค์ประกอบคุณภาพการดำเนินงานสหกรณ์ออมทรัพย์

1. ด้านความเป็นรูปธรรม

1.1 ความหมายของความเป็นรูปธรรม

กฤษฎณา รัตนพฤษ (2545, หน้า 110) ได้ให้ความหมายของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ปรากฏ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาเป็นเครื่องแสดงทางกายภาพหรือภาพลักษณ์ของบริการที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพ กิจกรรมบริการที่เห็นสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้าปลีก จึงมักจะใช้ปัจจัยนี้ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกิจการและเป็นเครื่องหมายแสดงคุณภาพ และมักใช้ร่วมกับตัวกำหนดคุณภาพอื่น ๆ ด้วย สิ่งที่สะท้อนถึงสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น บุคลิกภาพที่ปรากฏและการแต่งกายของบุคลากร เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ รายงานประจำปี

ยุพาวรรณ วรณวณิช (2548, หน้า 184) ได้ให้ความหมายของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง ไม่สามารถจับต้องได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่สามารถมองเห็น รู้อรส ได้ยิน ได้กลิ่น หรือสัมผัสทางกายได้ก่อนการตัดสินใจ แต่สามารถมองเห็นบริการในรูปผลที่ได้รับเท่านั้น ในเมื่อบริการไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจ ทำให้เป็นการยากสำหรับลูกค้าที่จะประเมินคุณภาพหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้น การบริการจึงต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้าผ่านทางลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัสได้ เช่น ลักษณะการออกแบบภายนอกสถานบริการให้มั่นคงแข็งแรง อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้เพื่อผลิตงานบริการ ผลงานที่ผ่านมาของกิจการ สัญลักษณ์ของกิจการ และผู้ให้บริการ ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกท่าทาง ลักษณะการแต่งกาย วุฒิกการศึกษา เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 106 – 107) ได้ให้ความหมายของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง สิ่งที่มีสัมผัส ได้แก่ อาคาร เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์บริการ ที่จอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งที่มีสัมผัสได้จะเหมือนกับสิ่งแวดลอมทางกายภาพ (physical evidence) ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด

ซีแฮมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 21) ได้ให้ความหมายของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ บุคลากร และการใช้สัญลักษณ์ หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับบริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

เท็นเนอร์, และดีโตโร (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) ได้ให้ความหมายของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ บุคลากร สถานที่ให้บริการ รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ และเอกสารที่ใช้ในการติดต่อ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความหมายของด้านความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของผู้ให้บริการที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้สมาชิกรับรู้ได้อย่างชัดเจน สามารถสัมผัสได้ ได้แก่ ความสะดวกต่อการเดินทาง มาใช้บริการ ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ การจัดสถานที่สำหรับรองรับบริการมีเพียงพอ การจัดทำป้ายและผังแสดงขั้นตอนที่ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่สมาชิกขณะรอรับบริการ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร แบบยื่นคำร้องต่าง ๆ มีความเหมาะสม และมีการนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ

1.2 ลักษณะของความเป็นรูปธรรม

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2552, ตุลาคม 20) กล่าวว่า ลักษณะของความเป็นรูปธรรม (tangibles) ความมีรูปลักษณะขององค์กรและผู้ให้บริการ มีดังนี้ อุปกรณ์ทันสมัย เทคโนโลยีสูง ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ และความสะดวกที่ให้บริการทั้งองค์กรและผู้ให้บริการ

ซีแฮมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1994, p. 124) กล่าวว่า ลักษณะของความเป็นรูปธรรม (tangibles) องค์กรบริการความมีรูปลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบบริการ เช่น ลักษณะอุปกรณ์ที่ให้บริการต้องดูสวยงาม อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีที่ให้บริการควรทันสมัย วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับบริการต้องสะอาดสวยงาม พนักงานที่ให้บริการต้องมีบุคลิกแบบมืออาชีพ องค์กรบริการควรอำนวยความสะดวกทั้งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าลักษณะของความเป็นรูปธรรม (tangibles) หมายถึง ความมีรูปลักษณะของสหกรณ์ออมทรัพย์ที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบบริการ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย เทคโนโลยีสูง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการมีความสะอาดสวยงาม พนักงานที่ให้บริการมีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ และสหกรณ์ออมทรัพย์มีการอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกและพนักงาน

2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

2.1 ความหมายของความเชื่อถือไว้วางใจได้

กฤษณา รัตนพฤกษ์ (2545, หน้า 111) ได้ให้ความหมายของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง การนำเสนอบริการตามที่สัญญาไว้ในเรื่องการส่งมอบบริการ การให้บริการ การแก้ปัญหา และราคา ลูกค้าอยากใช้บริการจากผู้ให้บริการที่รักษาสัญญา โดยเฉพาะสัญญาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริการหลัก กิจกรรมบริการจึงควรตระหนักถึงความคาดหวังของลูกค้าในเรื่องนี้ หากไม่ได้ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในบริการหลักที่ลูกค้าต้องการแล้ว ก็อาจทำให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ การทำให้บริการเชื่อถือได้ทำได้ ดังนี้ ให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า ให้บริการอย่างถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก ปฏิบัติงานเสร็จตามเวลาที่กำหนด มีความถูกต้องด้านการรับชำระเงิน การบันทึกข้อมูลลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 107) ได้ให้ความหมายของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความเชื่อถือและไว้วางใจได้เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือที่ควรจะเป็นได้อย่างถูกต้อง และได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม เช่น การฝากเงินกับสหกรณ์ การคำนวณดอกเบี้ยไม่ผิด การทำงานต้องมีความแม่นยำ พนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความสามารถในการให้บริการตรงกับความต้องการของสมาชิก

ซีแทมล์, พาราซูรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 21) ได้ให้ความหมายของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการ ที่จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้รับนั้นมีความเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

เท็นเนอร์, และดีโตรโ (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) ได้ให้ความหมายของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานตามที่รับปากไว้ได้อย่างถูกต้อง และเชื่อถือได้และบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ เช่น การให้บริการโดยใช้เวลาอย่างเหมาะสม

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความหมายของด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ เหมาะสม ได้แก่ การให้บริการได้ตามระเบียบข้อบังคับ การดำเนินการเลือกตั้งกรรมการสหกรณ์และผู้ตรวจสอบกิจการสหกรณ์ การปฏิบัติงานของกรรมการสหกรณ์ ผู้ตรวจสอบกิจการสหกรณ์ และพนักงาน รวมถึงระบบการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำสามารถตรวจสอบได้ และการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราเงินปันผล อัตราเงินเฉลี่ยคืน จำนวนวงเงินกู้ และระยะเวลาการชำระเงินกู้มีความเหมาะสม

2.2 ลักษณะของความเชื่อถือไว้วางใจได้

ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย (2552, ตุลาคม 20) กล่าวว่า ลักษณะของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ มีดังนี้ ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้ แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า และควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า ก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

ซีแธมส์, พาราซูรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1994, p. 123) กล่าวว่า ลักษณะของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) ผู้ให้บริการต้องแสดงถึงความน่าเชื่อถือได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เช่น บริษัทควรให้บริการตามที่ให้สัญญาไว้ บริษัทต้องแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ บริษัทควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าตั้งแต่วินาทีแรก บริษัทควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้ บริษัทควรแจ้งให้ลูกค้าทราบก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าลักษณะของความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์ต้องแสดงถึงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ เช่น ให้บริการได้ตามที่ให้สัญญาไว้ ให้บริการได้ตรงตามความต้องการของสมาชิก มีการแจ้งให้สมาชิกทราบก่อนถึงเวลาที่ให้บริการ

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

3.1 ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า

ภฤชญา รัตนพฤกษ์ (2545, หน้า 112) ได้ให้ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ปัจจัยนี้เน้นที่ความสนใจ และความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง ตอบคำถาม รับฟังข้อร้องเรียน และแก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมถึงการยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกัน ความเร็วและความพร้อมในการตอบสนองลูกค้าโดยทันทีนี้ ต้องเป็นไปตามทัศนคติของลูกค้ามิใช่ตามที่ผู้ให้บริการคิดว่าพร้อมหรือเป็นเวลาที่เหมาะสม การแสดงออกถึงการตอบสนองลูกค้าโดยทันทีอาจทำได้ เช่น ให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความพร้อมในการบริการ เอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า และส่งเอกสารหรือโทรศัพท์ทักกลับไปยังลูกค้าโดยเร็ว

ยุพาวรรณ วรรณวาณิช (2548, หน้า 184) ได้ให้ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ปัจจัยนี้เน้นที่ความสนใจ และความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง ตอบคำถามรับฟังข้อร้องเรียน และแก้ปัญหาให้ลูกค้า รวมถึงการยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 107) ได้ให้ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นการตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยบริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน รวมทั้งต้องมีความเอาใจใส่ลูกค้า เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับ ให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ซีแอมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 22) ได้ให้ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่ ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ รวมทั้งต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

เท็นเนอร์, และดีโทโร (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) ได้ให้ความหมายของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่ และบริการด้วยความยินดีและเต็มใจในการบริการ โดยมีความเต็มใจให้การต้อนรับและตอบสนองตามความต้องการของผู้รับบริการในทันที

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความหมายของด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง การจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสม มีความสะดวกรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ การแจ้งข้อมูลข่าวสารได้อย่างทันท่วงที่ การจัดตั้งศูนย์ประสานงานประจำหน่วยของสหกรณ์ และสวัสดิการให้ความช่วยเหลือสมาชิก

3.2 ลักษณะของการตอบสนองต่อลูกค้า

ศิริพร วิษณุเมหิมาชัย (2552, ตุลาคม 20) กล่าวว่า ลักษณะของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ มีดังนี้ การให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ และมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

ซีแอมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1994, p. 123) กล่าวว่า ลักษณะของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) การส่งมอบบริการให้กับลูกค้า ต้องมีการตอบสนองด้วยความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ เช่น พนักงานต้องให้บริการอย่างรวดเร็ว พนักงานต้องแสดงความยินดีที่ให้บริการเสมอ พนักงานต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าลักษณะของการตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์มีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ เช่น มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อสมาชิกต้องการ

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

4.1 ความหมายของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

กฤษฎณา รัตนพฤกษ์ (2545, หน้า 113) ได้ให้ความหมายของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง พนักงานมีความรู้ มีอัธยาศัย และมีความสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น มีความสำคัญสำหรับบริการที่ลูกค้ารับรู้ว่ามีความเสี่ยงสูง หรือไม่สามารถประเมินผลของการบริการได้อย่างแน่ชัด ความไว้วางใจและเชื่อมั่นมักเกิดจากบุคคลซึ่งเชื่อมโยงลูกค้ากับบริษัท สิ่งที่แสดงถึงความไว้วางใจและเชื่อมั่น ได้แก่ พนักงานมีความรู้และทักษะในการให้บริการ กิจการมีชื่อเสียงไว้วางใจได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 107) ได้ให้ความหมายของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง เป็นการประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และมีบุคลิกภาพที่อบอุ่น มีความสุภาพ มีจริยธรรม ในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจกับลูกค้าว่า จะได้รับบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไว้กังวล นอกจากนี้ อาจจะต้องประกันถึงมาตรฐานขององค์กรด้วย

ซีแทมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 22) ได้ให้ความหมายของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการให้บริการ สามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

เท็นเนอร์, และดีโทโร (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) ได้ให้ความหมายของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ด้านความรู้ ความเหมาะสม ความสุภาพ อบอุ่นของผู้ให้บริการ และสามารถสร้างความไว้วางใจและมั่นใจให้กับผู้รับบริการได้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความหมายของด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง การทำให้สมาชิกมีความมั่นใจ ไว้วางใจในการให้บริการ ได้แก่ การกำหนดระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องชัดเจน พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีทักษะ ความชำนาญในการปฏิบัติงานและการให้บริการ และการคำนึงถึงประโยชน์ของสมาชิกเป็นสำคัญ

4.2 ลักษณะของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

ศิริพร วิชาญเมธีมาชัย (2552, ตุลาคม 20) กล่าวว่า ลักษณะของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจ โดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ มีดังนี้ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ มีความสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานที่ให้บริการ

ซีแทมส์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1994, p. 123) กล่าวว่า ลักษณะของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้บริการ โดยปราศจากความเสี่ยงอันตรายต่าง ๆ ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ เช่น พนักงานต้องสามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้ พนักงานทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ พนักงานต้องมีความสุภาพอ่อนน้อม พนักงานต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าลักษณะของการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์ต้องทำให้สมาชิกมั่นใจ โดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อใจได้ เช่น สหกรณ์ออมทรัพย์สามารถสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกได้ ทำให้สมาชิกรู้สึกไว้วางใจได้เมื่อมาติดต่อ พนักงานมีความสุภาพอ่อนน้อม พนักงานมีความรู้ในงานที่ให้บริการ

5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

5.1 ความหมายของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

กฤษณา รัตนพฤกษ์ (2545, หน้า 114) ได้ให้ความหมายของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง เป็นการนำเสนอบริการที่เป็นส่วนตัว หรือตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเพื่อแสดงว่าลูกค้าเป็นคนพิเศษ ลูกค้าอยากให้อะไรก็บริการให้ใจและเห็นความสำคัญ กิจการบริการขนาดเล็กได้เปรียบกิจการขนาดใหญ่ที่สามารถรู้จักเข้าใจลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ได้ดีกว่าการแสดงความเข้าใจลูกค้าทำได้โดย เรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า รู้จักและจำลูกค้าประจำได้ให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล มีอัธยาศัย สุภาพ และเป็นมิตร

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552, หน้า 107) ได้ให้ความหมายของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง เป็นการดูแลและเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนองเน้นการบริการ และการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคล ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป มีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

ซีแอมล์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990, p. 23) ได้ให้ความหมายของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทรเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการในแต่ละคน

เท็นเนอร์, และดีโตรี (Tenner, & Detoro, 1992, p. 85) ได้ให้ความหมายของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง คือการเอื้ออาทร เอาใจใส่แก่ผู้รับบริการ ผู้รับบริการ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ และการทำความรู้จักผู้รับบริการ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความหมายของด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถดูแลเอาใจ มีความเสมอภาคในการให้บริการสมาชิกแต่ละคนเท่าเทียมกัน พนักงานให้บริการด้วยหน้าตายิ้มแย้ม แสดงกิริยาสุภาพ อัธยาศัยดี และมีความพร้อมในการให้บริการ สหกรณ์มีช่วงเวลาเปิด - ปิดทำการเหมาะสม และส่งเสริมและพัฒนาการออม การให้กู้ และจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างเหมาะสม

5.2 ลักษณะของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2552, ตุลาคม 20) กล่าวว่า ลักษณะของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) เป็นการจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย มีดังนี้ ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว ให้บริการอย่างเอาใจใส่ ถือเป็นผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

ซีแทมล์, พาราซุรามาน, และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1994, p. 124) กล่าวว่า ลักษณะของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) การส่งมอบบริการ ต้องมีความพร้อมและการจัดเตรียมดูแลลูกค้าทั้งก่อนขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย เช่น พนักงานให้ความสนใจลูกค้าเป็นการส่วนตัว พนักงานต้องให้บริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่ พนักงานต้องถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสำคัญ พนักงานต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าลักษณะของการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์ต้องมีความพร้อมและการจัดเตรียมดูแลสมาชิกทั้งก่อนการให้บริการ ระหว่างการให้บริการ และหลังการให้บริการ เช่น พนักงานมีความสนใจสมาชิกเป็นการส่วนตัว ให้บริการสมาชิกอย่างเอาใจใส่ พนักงานต้องเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิก

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

สนธยา เหลืองเจริญลาภ (2544, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมการปกครอง จำกัด พบว่า สมาชิกใช้บริการเงินกู้ประเภทเงินกู้สามัญมากที่สุด รองลงมาเป็นเงินกู้ฉุกเฉิน และสมาชิกใช้บริการเงินกู้พิเศษน้อยที่สุด สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการเงินกู้ทุกประเภทอยู่ในระดับน้อย และมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านเงินกู้ทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง สมาชิกใช้บริการสวัสดิการโครงการประกันชีวิตและอุบัติเหตุหมู่ให้แก่คู่สมรสหรือบุตรของสมาชิกมากที่สุด รองลงมาเป็นสวัสดิการด้านที่พัก และมีการใช้บริการสวัสดิการการจ่ายเงินบำเหน็จสมาชิกน้อยที่สุด สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการสวัสดิการทุกประเภทอยู่ในระดับน้อย และมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานด้านสวัสดิการทุกประเภทอยู่ในระดับปานกลาง คุณสมบัติของสมาชิกในเรื่องสถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการเงินกู้ฉุกเฉินและเงินกู้สามัญที่แตกต่างกัน ส่วนคุณสมบัติในเรื่องเพศ อายุ ระดับการดำรงตำแหน่ง และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการเงินกู้ฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ และเงินกู้เพื่อการศึกษาคู่สมมติของสมาชิกในเรื่องเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการดำรงตำแหน่ง และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการเงินกู้ทุกประเภท คุณสมบัติของสมาชิกในเรื่องสถานภาพการสมรส และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสวัสดิการโครงการประกันชีวิตและอุบัติเหตุหมู่ให้แก่คู่สมรสหรือบุตรแตกต่างกัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสวัสดิการด้านที่พัก ส่วนคุณสมบัติในเรื่องระดับการดำรงตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสวัสดิการด้านที่พักแตกต่างกัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสวัสดิการโครงการประกันชีวิตและอุบัติเหตุหมู่ให้แก่คู่สมรสหรือบุตรของสมาชิก ส่วนคุณสมบัติในเรื่องเพศและอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสวัสดิการด้านที่พัก และโครงการประกันชีวิตและอุบัติเหตุหมู่ให้แก่คู่สมรสหรือบุตรของสมาชิก คุณสมบัติของสมาชิกในเรื่องเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการดำรงตำแหน่ง และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการสวัสดิการบางประเภท

เสาวนิต ปทุมวัฒน์ (2545, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การประเมินคุณภาพ การบริการตามความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารประชาชน พบว่า ความคิดที่มีต่อการดำเนินงาน ของธนาคารประชาชน ลูกค้าธนาคารเห็นว่าการดำเนินงานที่ผ่านมา ทั้งด้านบุคลากร สถานที่ การบริการและการตลาดอยู่ในระดับสูง ส่วนการประเมินคุณภาพการบริการของธนาคารประชาชน ตามความคิดเห็นของลูกค้าธนาคาร ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจในการให้บริการ การเข้าถึงจิตใจลูกค้า และอัตราค่าบริการ มีคุณภาพมากทุกด้าน

นนุช อุณอนันต์ (2545, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิก ที่มีต่อบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการกระทรวงศึกษาธิการ จำกัด พบว่า ความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อบริการด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า ด้านสถานที่ที่ให้บริการ ด้านการ ดำเนินงานของสหกรณ์ และในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยสมาชิกมีความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการ ในเรื่องการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์และมีความถูกต้องในการรับ - จ่ายเงินมากที่สุด สำหรับด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ สมาชิกมีความพึงพอใจในเรื่องความรวดเร็วในการกู้เงินฉุกเฉิน สามารถรับเงินกู้ได้ทันทีในวันที่ยื่นกู้มากที่สุด ส่วนด้านสถานที่ที่ให้บริการสมาชิกมีความพึงพอใจ ในเรื่องบริเวณที่ตั้งของสำนักงานสหกรณ์มีความเหมาะสม การเดินทางไป - มาสะดวกมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ กระทรวงศึกษาธิการ จำกัด ในแต่ละด้านและในภาพรวม มีดังนี้ ด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ พบว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามสถานภาพทางราชการ ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการดำเนินงานของสหกรณ์ และในภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นิตยา เทพสำราญ (2545, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จำกัด พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในบริการเงินกู้ยู่ใน ระดับมาก ด้านบริการรับเงินฝาก ด้านผลประโยชน์ตอนสิ้นปี ด้านสวัสดิการ ด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้า ด้านบริการต่าง ๆ และในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบระดับ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อบริการของสหกรณ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เมื่อจำแนก ตามเพศ พบว่า สมาชิกเพศชายมีความพึงพอใจในด้านผลประโยชน์สิ้นปี มากกว่าสมาชิกเพศหญิง และเมื่อจำแนกตามอายุ สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่ง ในองค์การโทรศัพท์ พบว่า ด้านบริการรับเงินฝาก ด้านผลประโยชน์ตอนสิ้นปีและในภาพรวม สมาชิกที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป และดำรงตำแหน่งในองค์การ โทรศัพท์ระดับ 11 - 13 เป็นผู้มีความพึงพอใจสูงสุด ส่วนด้านบริการเงินกู้สมาชิกที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป สถานภาพหย่า / หม้าย มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาท ขึ้นไป ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และดำรงตำแหน่งในองค์การโทรศัพท์ระดับ 11 - 13 เป็นผู้มีความพึงพอใจสูงสุด และด้านสวัสดิการ และด้านบริการต่าง ๆ สมาชิกที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความพึงพอใจสูงสุด

วรสิรา ปลื้มฤดี (2545, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิก ต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจ ต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ ด้านภาพพจน์ของสหกรณ์ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแก่ลูกค้า ด้านการดำเนินงาน ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านกิจกรรมการเงิน และด้านข่าวสารของสหกรณ์ สมาชิกที่มีคุณลักษณะด้านเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสมาชิก และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด ไม่แตกต่างกัน ส่วนสมาชิกที่มีคุณลักษณะ ด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูพระนครศรีอยุธยา จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุตารัตน์ เหล่าวิชา (2546, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของ คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ที่มีต่อการดำเนินงานโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายสหกรณ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กรรมการดำเนินการสหกรณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายสหกรณ์ในจังหวัดสมุทรสงครามในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมาก มีความคิดเห็นในแต่ละด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยค่อนข้างมากทั้ง 4 ด้าน โดยด้านขั้นตอนในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาเป็นผลการดำเนินงานด้านสนับสนุนจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดและด้านกลยุทธ์การดำเนินงานตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของกรรมการดำเนินการสหกรณ์ต่อการดำเนินงานโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายสหกรณ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ อาชีพ การเป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ ในชุมชน และความรู้ความเข้าใจในหลักการสหกรณ์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา ประเภทสหกรณ์ และการติดต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความคิดเห็นของกรรมการดำเนินการสหกรณ์ต่อการดำเนินงานโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำออง สกาวสกุลศิริ (2547, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของ สมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสุรินทร์ จำกัด พบว่า ด้านสถานภาพของสมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งเป็นอาจารย์ เป็นสมาชิกสหกรณ์มากกว่า 15 ปี มีความมั่นคงทางสังคม มีฐานะการเงินดี มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีเงินเดือนประจำ ด้านการให้บริการพบว่าสหกรณ์ให้บริการได้ดีระดับมาก ด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ ส่วยด้านเงินสวัสดิการได้ดีในระดับปานกลาง ด้านความต้องการพัฒนา พบว่า สมาชิกต้องการให้สหกรณ์พัฒนาในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ ด้านเงินสวัสดิการ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านเหตุผลการใช้เงินกู้ พบว่า สมาชิกมีเหตุผลการใช้เงินกู้เป็นจริง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านปัญหาและอุปสรรค พบว่า สมาชิกเห็นว่าสหกรณ์มีปัญหาและอุปสรรคด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ และด้านสวัสดิการอยู่ในระดับปานกลาง

พงษ์เทพ โครตรนรินทร์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูหนองบัวลำภู จำกัด พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูหนองบัวลำภู จำกัด อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของสมาชิกที่มีค่า 3 อันดับแรก พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นสูงคือด้านการตรวจสอบกิจการรองลงมา ได้แก่ ด้านการเลือกตั้งกรรมการดำเนินงาน และด้านการบริการให้บริการเงินกู้ ตามลำดับ ส่วนด้านที่เฉลี่ยของการดำเนินงานต่ำที่สุด คือ ด้านการบริการสาธารณประโยชน์ โดยสมาชิกที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูหนองบัวลำภู จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนสมาชิกที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูหนองบัวลำภู จำกัด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสมาชิกที่มีรายได้ประจำต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูหนองบัวลำภู จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พรนภรัตน์ อินทร์จันทร์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม ต่อการให้บริการของสหกรณ์ของออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด พบว่า ระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม ต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน รองลงมา คือ ด้านภาพพจน์สำนักงาน ด้านการจัดระเบียบขั้นตอนการปฏิบัติ และด้านการประชาสัมพันธ์ การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างเพศและรายได้ พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกัน โดยเพศชายมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าเพศหญิง ส่วนสมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความพึงพอใจมาก

ปาริชาติ จำปานิล (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่น จำกัด พบว่า ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่น จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ระดับปานกลาง 4 ด้าน โดยด้านมีค่าเฉลี่ย

สูงสุด 3 อันดับแรก คือ การให้บริการเงินกู้ รองลงมา คือ การส่งเสริมการออมทรัพย์ และการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการ ตามลำดับ สมาชิกที่อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่น ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมาชิกที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สมาชิกที่มีรายได้ประจำต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูขอนแก่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุมาลี เจตนะวิบูลย์ (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสระแก้ว จำกัด พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสระแก้ว จำกัด โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสระแก้ว จำกัด จำแนกตามเพศโดยรวม และด้านการจัดบริการอย่างเพียงพอ ด้านการจัดบริการอย่างก้าวหน้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสระแก้ว จำกัด จำแนกตามสังกัดของสมาชิก โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านการจัดบริการอย่างก้าวหน้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

อรรถพงษ์ คำอาจ (2549, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในการสรรหากรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์เห็นด้วยอย่างมาก ในเรื่องกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความแตกต่างของความคิดเห็น ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สายงาน และความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ส่วนเพศ สถานภาพสมรส และรายได้ ไม่มีผลต่อความแตกต่างความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำกัด

ประมวล บัวงาม (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำกัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ตำแหน่งเป็นข้าราชการ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ระหว่าง 5 – 10 ปี และมีภาพรวมของลักษณะการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านทัศนคติของสมาชิกต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์อยู่ในระดับมาก

วิภูนา ทองมณี (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูสุราษฎร์ธานี จำกัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 – 50 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สถานภาพสมรส นับถือศาสนาพุทธ มีระยะเวลาทำงานประจำระหว่าง 21 – 30 ปี เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1 มีรายได้รวมต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มีทรัพย์สินรวมสูงกว่า 2,500,000 บาท หนี้สินรวมน้อยกว่า 500,000 บาท มีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 1 – 5 คน มีระยะเวลาเป็นสมาชิกสหกรณ์ระหว่าง 1 – 10 ปี และอาศัยอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยทางสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการออมของสมาชิกสหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. งานวิจัยต่างประเทศ

กูดสปีด (Goodspeed, 2003, pp. 211 – 212) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจริง มีความสำคัญต่อทุกองค์กรที่ให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพ จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีความเข้าใจเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กร ก่อนนำเอาการประเมินผลเชิงดุลยภาพมาใช้งาน ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจเพิ่มขึ้นกว่ากับการวางแผนกลยุทธ์ของโรงพยาบาลในช่วงเวลาที่ผ่านไป พนักงานมีการเปลี่ยนแปลงความสามารถในทางบวกเพิ่มขึ้นในเรื่องการชดเชยยุทธศาสตร์และงบประมาณ พนักงานมีการเปลี่ยนแปลงความสามารถในทางบวกในการเชื่อมโยงการใช้ทรัพยากรกับยุทธศาสตร์ขององค์กร มีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ของปริมาณเวลาที่สมาชิกฝ่ายบริหารใช้ในการอภิปรายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ หลังจากการนำการประเมินผลเชิงดุลยภาพไปใช้

ไรอ์แมน (Rieman, 2004, p. 520) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลเชิงดุลยภาพเป็นส่วนสำคัญหลักในการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยการนำการประเมินผลเชิงดุลยภาพมาใช้ในการวัดผลการดำเนินงาน ในการศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของการใช้สเกลดีอีเอ (scale DEA) ซึ่งเป็นวิธีใหม่ในการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับการใช้การประเมินผลเชิงดุลยภาพ จากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาบัญชีและนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ โดยวิธีการประเมินใน 2 วิธี สำหรับประเมินผลธุรกิจร้านฟาสต์ฟู้ด คือใช้เฉพาะการประเมินผลเชิงดุลยภาพอย่างเดียว และใช้การประเมินผลเชิงดุลยภาพร่วมกับสเกลดีอีดี (scale DEA) ผลการศึกษา พบว่า ไม่ว่าจะใช้วิธีใดในการวัดกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสองก็ให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดทางการเงินค่อนข้างมากในการคำนวณอัตราส่วนของกำไร สำหรับพวกที่ไม่ใช้การประเมินผลเชิงดุลยภาพหรือสเกลดีอีเอ (scale DEA) ในการประเมินผลจะมีการเน้นในการคำนวณอัตราส่วนกำไรมากพอ ๆ กับผู้บริหาร

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าองค์กรหรือหน่วยงานที่นำเอาคุณภาพในการบริการเพื่อใช้วัดการดำเนินงานขององค์กร เกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานที่ให้บริการ คุณภาพในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ โดยใช้หลักการการให้บริการมาใช้ในองค์กร จะต้องประกอบไปด้วยหลักคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่า การนำเอาคุณภาพในการบริการเพื่อใช้วัดการดำเนินงานขององค์กรมาใช้ในการวัดคุณภาพการบริการของผลการดำเนินงานนั้น จะต้องมีความเตรียมพร้อมและความตั้งใจของพนักงานบริการ โดยเฉพาะผู้บริหารและพนักงานในองค์กรจะต้องสร้างความเข้าใจในการบริการให้เกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์และบุคลากรในองค์กรต้องมีการร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อดำเนินการอย่างเป็นระบบจะนำไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งพัฒนาคน พัฒนางานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป