



ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
ของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ATTITUDE AND SERVICE QUALITY AFFECTING REPURCHASE OF MEMBER
OF THE KRA ISTHMUS RUBBER PLANTATION FUND COOPERATIVE LTD.,
RANONG PROVINCE



ปัทนิตา บัวฉิม
PANTITA BUACHIM

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

พ.ศ. 2565

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-M-65-013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ATTITUDE AND SERVICE QUALITY AFFECTING REPURCHASE OF MEMBER
OF THE KRA ISTHMUS RUBBER PLANTATION FUND COOPERATIVE LTD.,
RANONG PROVINCE



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-M-65-013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยืมได้เห็นว่าไม่เข้าประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG PRINCE OF

CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อ	ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง
ชื่อนักศึกษา	นางสาวปัทมา บัวฉิม
รหัสนักศึกษา	64620015
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล

บทคัดย่อ

การศึกษานววิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการให้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง วิเคราะห์ทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง และเพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง จำนวน 250 คน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา สถิติเชิงอ้างอิง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด ทัศนคติส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง และคุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

คำสำคัญ : ทัศนคติ, คุณภาพการบริการ, ใช้บริการซ้ำ

Title	ATTITUDE AND SERVICE QUALITY AFFECTING REPURCHASE OF MEMBER OF THE KRA ISTHMUS RUBBER PLANTATION FUND COOPERATIVE LTD., RANONG PROVINCE
Student	Miss Pantita Buachim
Student ID	64620015
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2022
Advisor	Assistant Professor Dr. Chutiman Boonnuat

Abstract

The objectives of this research were to study the level of opinions on attitudes Quality of service and repeat use of members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative Limited, Ranong Province. Analyze attitudes that affect repeat service use of members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative, Ltd., Ranong Province, and to analyze the quality of service that affects the members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative Ltd. Ranong Province. The sample group was 250 members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative, Ltd., Ranong Province. The questionnaire was used to collect data. Descriptive data analysis was used. Reference Statistics correlation analysis simple linear regression analysis The study found that the level of opinions about the attitudes of the members was at the highest level. The level of opinions about the service quality of the cooperative was at the highest level. And the level of opinions about returning to use the service again of the members was at the highest level. Attitudes had a positive effect on the members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative Limited, Ranong Province, and the quality of service had a positive effect on the members of the Kra Isthmus Rubber Plantation Fund Cooperative, Limited Province. Ranong

Keywords: attitude, service quality, repurchase

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาดูแล แก้ไข ปรับปรุง และความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล ได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และประธานกรรมการ รศ.ดร.กัญธนา ดิษฐ์แก้ว และคณะกรรมการ ได้แก่ ผศ.ดร.ชญญาภัค หล้าแหล่ง ผศ.ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี และ ผศ.ดร.มัลลิกา สุปงกช ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำการวิจัยให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการวิจัย และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา นอกจากนี้ขอขอบคุณ ดร.ยศกร บ่มไฉ่ ผศ.ดร.ฐิติรัตน์ ถาวรสุจริตกุล และดร.สุจิรา วุฒิโสภณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเที่ยงตรง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ ต่อการจัดทำงานวิจัย จนทำให้สำเร็จได้ด้วยความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านไว้เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ผู้สอนทุกรายวิชาที่ให้ความรู้ มอบประสบการณ์อันมีคุณค่าในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และขอบคุณเพื่อนนักศึกษา ที่เป็นกำลังใจผลักดันให้ลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ปณิตตา บัวฉิม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	I
Abstract.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพการบริการ.....	14
2.3 แนวคิด ทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	20
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์.....	22
2.5 สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด.....	23
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
2.7 สรุปแนวคิด ทฤษฎี.....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	32
3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย.....	32
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	32
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	33
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
4.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง.....	41
4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	49
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	54
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	54
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	57
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	58
บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก.....	64
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	65
ภาคผนวก ข คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	72
ภาคผนวก ค ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม.....	76
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	81
ประวัติผู้ศึกษา.....	89

สารบัญตาราง

	หน้า
1.1 ข้อมูลจากงบแสดงฐานะทางการเงิน/งบกำไรขาดทุน ปี พ.ศ. 2563-2565.....	3
2.1 สกัดตัวแปร.....	29
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	39
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอายุ.....	39
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	40
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก	40
4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิก สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวม.....	41
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความเข้าใจ.....	41
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านพฤติกรรม.....	42
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้สึก.....	43
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวม.....	43
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของ บริการ.....	44
4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความน่าเชื่อถือ.....	45
4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการให้ความมั่นใจ.....	45
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการตอบสนอง.....	46
4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการเอาใจใส่.....	47
4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการ ซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง.....	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

4.16	การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของตัวแปรอิสระทั้งหมด.....	49
4.17	การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ.....	50
4.18	การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการ ซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอกระ จำกัด.....	51
4.19	การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการ กลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด.....	52
4.20	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	53



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะปัจจุบันภาคธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรง ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและมีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทุกหน่วยธุรกิจจึงจำเป็นที่จะต้องสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน หรือสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อรักษาลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้คงอยู่ กลับมาใช้สินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การสร้างกำไรและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการหรือพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้

สหกรณ์ เป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่ได้ดำเนินธุรกิจ ให้เติบโตและมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยการสหกรณ์ได้เริ่มขึ้นในปลายสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงปัจจุบันสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างการจ้างงาน และช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ นอกจากนี้สหกรณ์ยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคม โดยอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ สอนให้สมาชิกสหกรณ์รู้จักช่วยตนเอง ช่วยซึ่งกันและกัน ยึดหลักประชาธิปไตยในการบริหารองค์กร ร่วมกันดูแลช่วยเหลือใส่ใจชุมชน รวมทั้งการจัดสวัสดิการให้กับสมาชิกในชุมชน เป็นองค์กรทางธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่ตั้งขึ้นตามหลักปรัชญาสหกรณ์ในการสร้างสันติสุขทางเศรษฐกิจและสังคมแก่มวลสมาชิก (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2564)

จากข้อมูลสถิติของกรมส่งเสริมสหกรณ์ จำนวนสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย สำหรับข้อมูลล่าสุด ปี พ.ศ. 2564 ที่จดทะเบียนเป็นสหกรณ์มีทั้งสิ้นจำนวน 4,098 สหกรณ์ และเหลือที่ดำเนินการจริง จำนวน 3,208 สหกรณ์ ซึ่งจำนวนสหกรณ์การเกษตรที่จดทะเบียน และดำเนินการอยู่จริง มีจำนวนแตกต่างกันมาก โดยสหกรณ์การเกษตรที่ดำเนินการอยู่มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2565 สืบเนื่องมาจากผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมรูปแบบใหม่ การบริหารจัดการ การเงิน การผลิต การตลาด สมัยใหม่ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น สภาพแวดล้อมกลไกด้านการแข่งขันมีความรุนแรง รวดเร็ว เท่าทันยาก ในปี พ.ศ. 2564 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับปีก่อนจำนวนสหกรณ์การเกษตรลดลงร้อยละ 2.99 (แผนพัฒนาการสหกรณ์ ฉบับที่ 5, 2565) ดังนั้น สหกรณ์การเกษตรควรมีการพัฒนาเตรียมพร้อมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลง โดยกำหนดแผนการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นทิศทาง และเป้าหมายในการบริหารจัดการ ปรับปรุงพัฒนาการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลจำนวนสมาชิกสหกรณ์ในประเทศไทย พบว่าในปี พ.ศ. 2564 สหกรณ์ทุกประเภทมีจำนวนสมาชิกรวมทั้งสิ้น 11,363,895 คน เป็นสมาชิกของสหกรณ์ภาคการเกษตร จำนวน 6,310,069 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเป็นสมาชิกของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร จำนวน 5,053,826 คน คิดเป็นร้อยละ 44 โดยเป็นสมาชิกของสหกรณ์ประเภทสหกรณ์การเกษตร จำนวน 6,112,704 คน คิดเป็นร้อยละ 54 ของสมาชิกสหกรณ์ทั้งหมดทุกประเภท ซึ่งถือได้ว่าสหกรณ์การเกษตร เป็นกลไกขับเคลื่อนงานด้านการส่งเสริมการเกษตรของประเทศ เมื่อพิจารณาถึงข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี พบว่า จำนวนสมาชิกสหกรณ์มีแนวโน้มลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (แผนพัฒนาการสหกรณ์ ฉบับที่ 5, 2565) ดังนั้นจำนวนสหกรณ์ที่ยังคงสามารถดำเนินงานอยู่ และจำนวนสมาชิกที่มาใช้บริการของสหกรณ์ จะสะท้อนถึงความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ ความมีคุณภาพของการให้บริการ การเสริมสร้างให้สมาชิกมีทัศนคติที่ดีต่อสหกรณ์ และการพัฒนาคุณภาพการบริการ จะเป็นปัจจัยสนับสนุนการเจริญเติบโตของสหกรณ์ นำไปสู่ความเข้มแข็ง และสร้างโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจ การบริการของสหกรณ์จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษามาตรฐานหรือพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น อันจะก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิก การแนะนำสินค้าและบริการ รวมทั้งการบอกต่อ เชิญชวนบุคคลให้เข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์ต่อไป

สหกรณ์ในจังหวัดระนอง มีการจัดตั้งโดยนายทะเบียนสหกรณ์ ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2565 จังหวัดระนองมีสหกรณ์ทั้งหมด 27 แห่ง จำนวนสมาชิกสหกรณ์ทั้งสิ้น 22,369 คน มีปริมาณธุรกิจในระบบสหกรณ์รวม 3,917.76 ล้านบาท สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จัดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์เป็นสหกรณ์ประเภท สหกรณ์การเกษตร เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2538 และได้เริ่มดำเนินงาน จนถึงปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลาดำเนินงาน 27 ปี ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 660 คน โดยสหกรณ์ดำเนินธุรกิจทั้งหมด 5 ด้าน ประกอบด้วย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ธุรกิจแปรรูป และผลิตสินค้า และธุรกิจเงินรับฝาก สหกรณ์ผ่านการประเมินมาตรฐานสหกรณ์ และเป็นสหกรณ์ที่เข้มแข็งอยู่ในระดับชั้นที่ 1 โดยมีผลการดำเนินงานในรอบ 3 ปีบัญชีล่าสุด คือ พ.ศ. 2563 – 2565 (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2565) ดังตารางที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลจากงบแสดงฐานะทางการเงิน/งบกำไรขาดทุน ปี พ.ศ. 2563-2565

งบแสดงฐานะทางการเงิน/งบกำไรขาดทุน	หน่วยนับ	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
สินทรัพย์รวม	บาท	16,716,493.63	17,314,646.66	23,439,721.30
สินทรัพย์หมุนเวียน	บาท	10,732,126.24	12,573,352.45	20,025,884.17
หนี้สินรวม	บาท	15,834,880.66	15,806,496.30	18,535,391.72
หนี้สินหมุนเวียน	บาท	12,900,885.94	12,927,207.53	15,537,567.14
ทุนของสหกรณ์	บาท	881,612.97	1,508,150.36	4,904,329.58
ขาดทุนสะสม	บาท	(2,816,811.79)	(2,372,805.71)	-
ขาย/บริการ	บาท	253,491,967.67	353,763,989.17	506,316,337.94
ต้นทุนขาย	บาท	243,672,768.49	342,065,155.27	494,747,830.04
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	บาท	1,994,714.56	1,753,967.70	1,693,202.35
กำไร (ก่อนหักค่าใช้จ่ายดำเนินงาน)	บาท	(822,097.23)	2,609,208.56	5,307,085.85
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ	บาท	(2,816,811.79)	855,240.86	3,613,883.50

ที่มา : กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2565)

จากข้อมูลจะเห็นว่าการดำเนินงานของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด มีผลการดำเนินงานที่เป็นกำไร ตั้งแต่ปี 2564 และในปีล่าสุด มีผลกำไรสุทธิ จำนวน 3,613,883.50 บาท สามารถนำกำไรสุทธิมาชดเชยผลขาดทุนสะสมได้ทั้งหมด และยังคงเหลือกำไรสุทธิ จากการนำไปชดเชยผลขาดทุน อีกจำนวน 1,241,077.77 บาท โดยสหกรณ์ได้นำไปจัดสรรตามข้อบังคับ และจ่ายคืนในรูปของเงินปันผลและเงินเฉลี่ยคืนให้กับสมาชิก หลังจากที่สหกรณ์ประสบปัญหาขาดทุนสะสมมาหลายปี บ่งบอกถึงสหกรณ์ มีระบบการบริหารจัดการให้เข้าถึงสมาชิกที่ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนความพึงพอใจต่อการดำเนินงานหรือบริการเป็นอย่างมาก ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สหกรณ์ประสบความสำเร็จ นั่นคือผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันขับเคลื่อน ส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการมีทัศนคติที่ดีต่อสหกรณ์ และคุณภาพการบริการ เพื่อสนองต่อสมาชิกผู้มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ การแนะนำสินค้า และการบริการนั้น ๆ ให้บุคคลอื่นต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยเห็นว่าในปัจจุบันมีแนวทางการศึกษาที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำของสหกรณ์ที่มีนั้นยังน้อยมากนัก ทักษะคิดและคุณภาพการบริการ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญกับการพิจารณาการใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเรื่องทักษะคิดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาปรับปรุงสหกรณ์ให้สมาชิกเกิดการมีทัศนคติที่ดีต่อสหกรณ์ มีคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิก จนนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้เกิดการดำเนินการที่มีผลกำไรอย่างต่อเนื่อง สามารถอำนวยการประโยชน์สูงสุดแก่บรรดาสมาชิก สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้สหกรณ์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.2.2 เพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.2.3 เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 สมมติฐานที่ 1 : ทัศนคติส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.3.2 สมมติฐานที่ 2 : คุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

1.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.4.1.1 ทักษะคิด ประกอบด้วย

- 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive)
- 2) ด้านพฤติกรรม (Behavioral)
- 3) ด้านความรู้สึก (Affective)

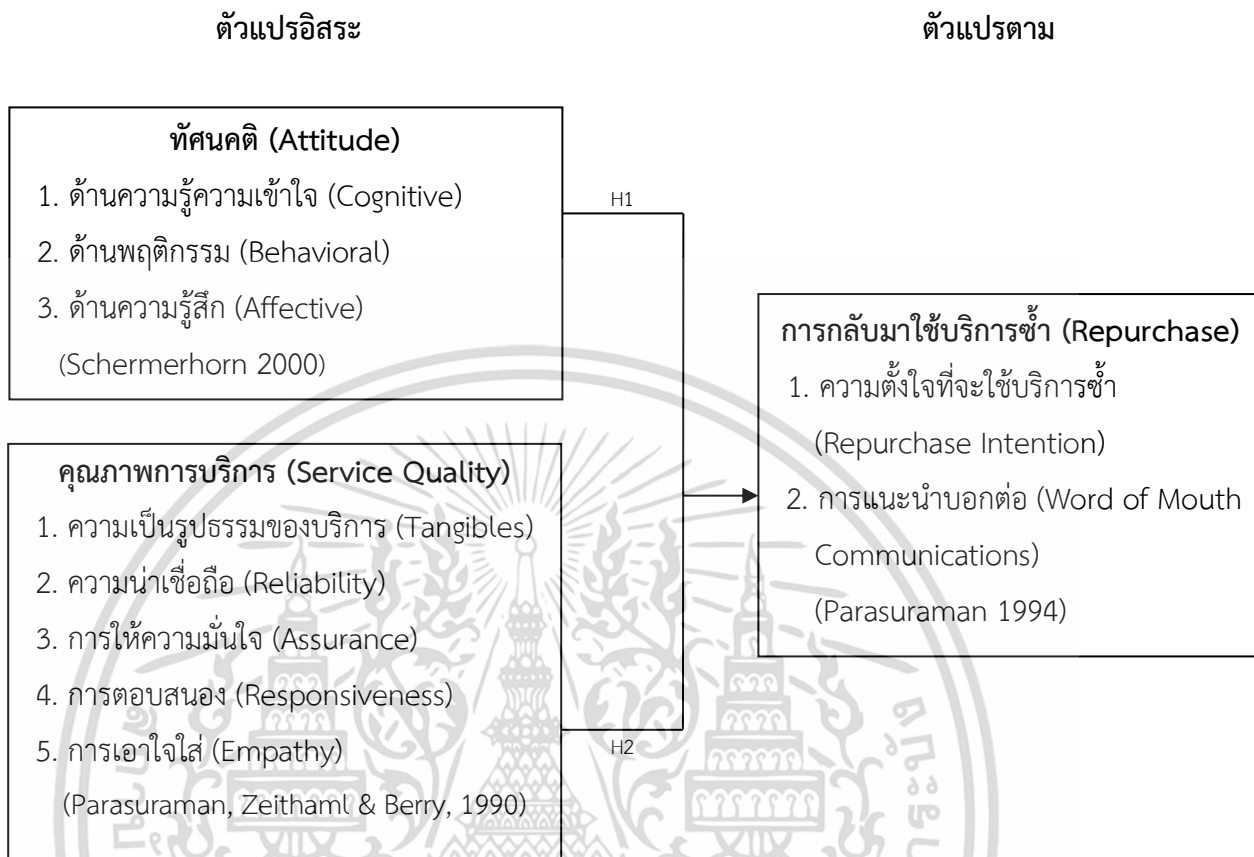
1.4.1.2 คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

- 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)
- 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- 3) การให้ความมั่นใจ (Assurance)
- 4) การตอบสนอง (Responsiveness)
- 5) การเอาใจใส่ (Empathy)

1.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ประกอบด้วย

- 1) ความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention)
- 2) การแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth Communications)

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 ขอบเขตการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.6.1.1 ตัวแปรทัศนคติ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้จากแนวคิดของ Schermerhorn (2000) ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึก

1.6.1.2 ตัวแปรคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้จากแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ การตอบสนอง และการเอาใจใส่

1.6.1.3 ตัวแปรตาม ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยประยุกต์ใช้จากแนวคิดของ Parasuraman (1994) ประกอบด้วย ความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำและการแนะนำบอกต่อ

1.6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษาในพื้นที่อำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง โดยศึกษากับสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด เลขที่ 79/2 หมู่ที่ 7 ตำบลมะมู อำเภอกระบุรี จังหวัดระนอง

1.6.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง จำนวน 660 คน (กลุ่มจัดตั้งและส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดระนอง, 2565) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 250 คน

1.6.4 ขอบเขตระยะเวลา

กำหนดเริ่มต้นการศึกษาวิจัย เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 สิ้นสุดสรุปผลการวิจัยภายในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์เชิงการจัดการ

1.7.1.1 เพื่อเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.7.1.2 เพื่อให้คณะกรรมการและฝ่ายจัดการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง นำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการเสริมสร้างทัศนคติของสมาชิก และพัฒนาคุณภาพการบริการของสหกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.1.3 เพื่อให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดระนอง สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการแนะนำ ส่งเสริม พัฒนาการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.7.2 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

เพื่อสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด เลขที่ 79/2 หมู่ที่ 7 ตำบลมะมู อำเภอกะบุรี จังหวัดระนอง

1.8.2 สมาชิก หมายถึง สมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด

1.8.3 เจ้าหน้าที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด

1.8.4 ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใดคนบุคคลหนึ่งนั้นมีต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งต่อตนเองด้วย หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร โดยมีข้อมูลที่ ตนเองได้รับมาเป็นเหตุผลประกอบ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึก

1.8.5 ด้านความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจของสมาชิก เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ การเป็นสมาชิก ระเบียบ ข้อบังคับสหกรณ์ และรายละเอียดสินค้าและบริการ

1.8.6 ด้านพฤติกรรม หมายถึง ความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสหกรณ์ของสมาชิก

1.8.7 ด้านความรู้สึก หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกกับการเป็นเจ้าของสหกรณ์ และความรู้สึกถึงความคุ้มค่า ความมีคุณภาพของสินค้าและบริการ

1.8.8 คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณลักษณะที่ดีของบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกผู้ใช้บริการ หรือเหนือกว่าความคาดหวัง เพื่อให้สมาชิกผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ การตอบสนอง และการเอาใจใส่

1.8.9 ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของสหกรณ์และเจ้าหน้าที่ ที่ปรากฏให้เห็น สมาชิกผู้ใช้บริการสามารถคาดคะเนการบริการที่จะได้รับอย่างชัดเจน

1.8.10 ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการในแต่ละครั้งเป็นไปตามขั้นตอน มีความถูกต้อง ชัดเจน โปร่งใส เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการให้บริการ

1.8.11 การให้ความมั่นใจ หมายถึง การสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ การรักษาความลับของข้อมูลสมาชิกผู้มาใช้บริการ การแสดงความรับผิดชอบเมื่อเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8.12 การตอบสนอง หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะให้บริการ มีความกระตือรือร้น และเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้ใช้บริการ

1.8.13 การเอาใจใส่ หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่สมาชิกผู้ใช้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของแต่ละคน และสามารถจดจำข้อมูลสมาชิกและการใช้บริการ

1.8.14 การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ผู้ที่เคยได้ใช้บริการ แล้วตั้งใจใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ต่อ ๆ ไป และแนะนำ บอกต่อ ผู้อื่น

1.8.15 ความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของสมาชิกผู้ใช้บริการหรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปใช้บริการสหกรณ์ซ้ำ แม้ว่าสินค้าสหกรณ์อาจมีราคาแพงกว่าร้านค้าอื่น หรือองค์กรอื่นให้ข้อเสนอการบริการที่ดีกว่า

1.8.16 การแนะนำบอกต่อ หมายถึง สมาชิกผู้ใช้บริการมีการบอกเล่าถึงประโยชน์ หรือประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่อไปยังผู้อื่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากข้อมูล ทฤษฎี เอกสาร หนังสือ วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบให้เป็นแนวทางการศึกษาวิจัย โดยสามารถกำหนดประเด็นเกี่ยวกับทฤษฎีต่าง ๆ ประกอบการวิจัยได้ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพการบริการ
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
- 2.5 สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 สรุปแนวคิด ทฤษฎี

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1 ความหมายของทัศนคติ

จากการศึกษาความหมายของทัศนคติ ผู้วิจัยพบว่า มีนักวิจัยและ นักวิชาการต่าง ๆ ได้อธิบายไว้ ดังต่อไปนี้

Schermerhorn (2000) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ การวางแนวความคิด ความรู้สึก ให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น

Hornby (2001) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ วิธีทางที่คิดหรือรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่ง และวิธีทางที่จะประพจน์ต่อใครหรือคนใดคนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความคิดหรือรู้สึกอย่างไร

Newstrom & Davis (2002) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือความเชื่อ และผูกพันกับการกระทำ หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และจะมีพฤติกรรมอย่างไร

Bohner & Dickel (2011) ให้นิยามคำว่าทัศนคติ ว่าเป็นการประเมินทางด้านความรู้สึกนึกคิด เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือไว้ในใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั้งสิ่งของ คน กลุ่มคน และความคิดต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นอะไรก็ได้ ตั้งแต่ความเป็นรูปธรรมไปจนถึงนามธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Maio (2019) กล่าวว่า ทักษะคือ การแสดง ความชอบหรือไม่ชอบอะไรเล็กน้อย แคลไหน เกิดจาก การก่อตัวของความคิดเห็นแล้วส่งความคิดเห็นนั้นไปเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของตนเอง

จากการศึกษาความหมายของทัศนคติ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของทัศนคติว่า ความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใดคนบุคคลหนึ่งนั้นมีต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งต่อตนเอง ด้วย หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร โดยมีข้อมูลที่ตนเองได้รับมาเป็นเหตุผลประกอบ

2.1.2 ลักษณะของทัศนคติ

ฉัตรชนก โสมาลีย์ (2542) ได้สรุปลักษณะของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

- 1) ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมได้ตอบสนองต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่า สภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
- 2) ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
- 3) ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกโดยวาจา หรือแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญ หรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- 4) ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลหรือเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า ไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

Altmann (2008) ได้กล่าวถึงทัศนคติ มีคุณลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) ทัศนคติเป็นสภาวะทางด้านจิตใจ เป็นจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึก
- 2) ทัศนคติเป็นคุณค่า ความเชื่อ หรือความรู้สึก
- 3) ทัศนคติเป็นแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะกระทำ โดยยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรที่มีมิติหลากหลาย มีลักษณะ ต่อปรากฏการณ์ บุคคล หรือสิ่งของ รวมทั้งเป็นตัวแปรสองขั้ว ที่สามารถเป็นบวกหรือเป็นลบก็ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ได้ และเป็นลักษณะของการตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์

2.1.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

Schermerhorn (2000) จำแนก ทัศนคติเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม ด้านความรู้สึก

- 1) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ เป็นความเชื่อ ความเข้าใจ ความคิด และความคิดเห็นของลูกค้านี้เกี่ยวกับสิ่งใดหรืออย่างใดอย่างหนึ่ง
- 2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก เป็นปฏิกิริยา ทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดหรืออย่างใดอย่างหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เป็นแนวโน้มที่จะตอบสนอง ในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือกิจกรรมตามแต่ละสถานการณ์

2.1.4 การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ (จาระไน แกลโกศล, 2529)

1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2) การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้

4) ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

5) ความเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน (Mass Communication Factors) ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า สถาบันสื่อมวลชนเป็นแหล่งที่สามารถสร้างทัศนคติให้แก่คนในสังคมได้

2.1.5 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ลักษณะถาวรของบุคลิภาพ และก็ไม่ใช่เป็นสิ่งที่แน่นอนตายตัวบางคนอาจมีประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นความเครียด หรือความไม่สบายใจจากสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้คนเหล่านั้นเปลี่ยนความรู้สึกไป โดยการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม เช่น การได้รับข้อมูล ข่าวสารใหม่ อาจจะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ โดยทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงได้ไม่ยากนัก มักจะมีการเปลี่ยนแปลงไปก็ต่อเมื่อมีสิ่งเร้า หรือมีสิ่งมากระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลง (พิติดา แจ็งกิจจา, 2560)

นงลักษณ์ บุญเสรีฐ (2554) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เริ่มต้นด้วยการที่ผู้สื่อสาร (Communicator) พยายามใช้รูปแบบการชักชวนต่าง ๆ เพื่อสลายความเชื่อหรือค่านิยมที่มีอยู่เดิมของบุคคล โดยอาจจะใช้เทคนิคการจูงใจ (Persuasion) เพื่อการละลายค่านิยมเดิมหรือย้าค่านิยม โดยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลช่วยจูงใจให้การเปลี่ยนทัศนคติ ได้แก่

1) ผู้สื่อสารที่มีประสิทธิผล (The effective Communicator) โดยผ่านผู้สื่อสารที่ได้รับความเชื่อถือจะเป็นบุคคลที่สามารถโน้มน้าวใจผู้อื่นเปลี่ยนทัศนคติได้ดีที่สุด โดยความน่าเชื่อถือของผู้นั้นเกิดจากความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความเป็นผู้ปราศจากอคติ และความเป็นบุคคลน่าคบหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1) ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert) การที่จะโน้มน้าวใจให้บุคคลอื่นเปลี่ยนทัศนคติได้ ผู้โน้มน้าวจำเป็นต้องมีความชำนาญการ (Expertise) โดยผู้อื่นยอมรับว่าเป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะเป็นพิเศษ ซึ่งตรงกับงานขณะนั้นมาแนะนำ หรือบอกเล่าประสบการณ์ให้เห็นผลดี เพื่อเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล

1.2) ความเป็นผู้ปราศจากอคติ (Lack of bias) นอกจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้สื่อสารเพื่อจูงใจให้ผู้ฟังเปลี่ยนทัศนคติได้นั้น จำเป็นต้องเป็นที่ยอมรับในฐานะเป็นกลางไม่มีอคติต่อฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

1.3) ความเป็นบุคคลน่าคบหา (Likeability) ถ้าผู้สื่อสารจูงใจมีบุคลิกที่น่าคบหา หรือเป็นคนมีเสน่ห์ ย่อมมีส่วนช่วยให้การจูงใจเปลี่ยนทัศนคติประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นกว่าการใช้ผู้ที่ตนไม่ชอบ เช่น ใช้คนมีชื่อเสียงที่เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วไป

2) เทคนิคการจูงใจที่ผ่านการพิสูจน์แล้ว (Proven persuasive techniques) มีหลายเทคนิค ได้แก่

2.1) ใช้การพบปะแบบสองต่อสอง (Use face - to - face) การเกลี้ยกล่อมชักจูงแบบสองต่อสองมีโอกาสนำไปสู่การเปลี่ยนเจตคติได้ดีกว่าวิธีการสื่อสารทางอ้อม เช่น การส่งบันทึกช่วยจำ (Memo) จดหมายข่าว (Newsletter) หรือการปิดประกาศ (Posters) ทั้งนี้เพราะเป็นการสื่อสารโดยตรงแบบสองทางมีความยืดหยุ่น ต้องฟังอย่างตั้งใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังมองเห็นถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลสามารถตอบโต้ความเห็นระหว่างกัน และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติได้ดี

2.2) ใช้วิธีทางเดินสายกลางเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Seek moderate change) ในการเกลี้ยกล่อมจูงใจให้ผู้ฟังเปลี่ยนทัศนคตินั้น ผู้สื่อสารควรกำหนดท่าทีที่เป็นจุดยืนให้ชัดเจนไม่แข็งเกินไปให้ผู้ฟังต้องคิดแบบตน แต่ก็ไม่อ่อนเกินไปตามทัศนคติของผู้ฟัง ดังนั้น การมีจุดยืนระหว่างกลางจะเหมาะสมที่สุด

2.3) ควรเสนอให้เห็นผลทั้งสองด้าน (Offer both side) กล่าวคือ ถ้าผู้ฟังเป็นคนเชื่อฟังง่ายการชักจูงให้เปลี่ยนทัศนคติด้วยการเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียวตามที่ต้องการก็อาจเพียงพอ แต่กรณีของผู้ฟังที่ชอบถามและมีแง่มุมมองต่าง ๆ เชิงเหตุผล ถ้าจะเปลี่ยนทัศนคติได้ผู้สื่อสารจำเป็นต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งสองด้าน คือ ด้านบวกและด้านลบ พร้อมทั้งสามารถหาเหตุผลมาหักล้างคำแย้งของผู้ฟังได้ การเปลี่ยนทัศนคติก็อาจเกิดขึ้น

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยหนึ่งที่สัมพันธ์กับการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าที่มีความเชื่อในองค์กร ในสินค้าและบริการที่ดี นำไปสู่ความชอบในสินค้าและบริการ ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ จึงมีความเป็นไปได้ว่า ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ ทัศนคติ 3 องค์ประกอบ สำหรับการทำ

วิจัยเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรมและด้านความรู้สึก

2.2 แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพการบริการ

2.2.1 ความหมายของคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาความหมายของคุณภาพการบริการ ผู้วิจัยพบว่า มีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้อธิบายไว้ ดังต่อไปนี้

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่า เป็นการบริการที่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะประเมินความประทับใจ และยึดติดกับคุณภาพบริการนั้น ๆ เหมือนกับเป็นความประทับใจแรก (First Impression) ซึ่งจะมีผลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในครั้งต่อ ๆ ไป

Kotler (1994) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่า ผู้ให้บริการต้องสร้างบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าคุณภาพบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง หากผู้รับบริการพบว่าบริการที่ได้รับจริงในสถานการณ์นั้น ๆ มากกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ อันจะนำมาสู่การกลับมาใช้บริการอีก

Dotchin and Oakland (1994) ได้ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่าเป็นขอบเขตของการบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือความคาดหวังของลูกค้าโดยลูกค้ามักเลือกให้ความวางใจกับองค์การที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนได้

Perreault & Jerome (1996) หมายถึง คุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

อัครเดช ปิ่นสุข (2557) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ (Service Quality) ไว้ว่า หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

จากการศึกษาความหมายของ คุณภาพการบริการ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคุณภาพการบริการ หมายถึง คุณลักษณะที่ดีของบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ หรือเหนือกว่าความคาดหวัง เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

2.2.2 ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

Martin (1995) ได้กล่าวถึง คุณภาพการบริการว่า เป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งสืบเนื่องจากสาเหตุ 4 ข้อ ดังนี้

1) ความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ เพราะเจ้าของกิจการทั้งหลายให้ความสำคัญกับการบริการมากขึ้น การประกอบกิจการต่าง ๆ จึงต้องใส่การบริการเข้าไปในการทำงานส่งผลต่อความก้าวหน้าของธุรกิจ หรือองค์การด้านการบริการเพิ่มสูงอย่างยิ่ง

2) การแข่งขันของกิจการต่าง ๆ ที่สูงขึ้น การบริการถือเป็นหนึ่งในยุทธวิธีที่ถูกนำมาใช้ในการแข่งขันกับศัตรูคู่แข่ง และหากว่าบริษัท หรือกิจการใด ๆ มอบคุณภาพบริการได้ดีเลิศ ก็จะมีแนวโน้มจุดที่นำความได้เปรียบมาให้บริษัทหรือองค์การ

3) อุปสงค์ของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น สืบเนื่องจาก ณ ขณะนี้ผู้บริโภคทั่วโลกมีความรู้มากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างกันต่างรวดเร็ว มีความต้องการมากยิ่งขึ้น ดังนั้นแล้วราคาที่เหมาะสมเรื่องเดียวไม่พออีกต่อไป เพราะผู้บริโภคคิดแล้วว่ามันเป็นสิ่งที่ต้องได้รับอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ผู้บริโภคปรารถนา ก็คือ การบริการที่มีคุณภาพ และสิ่งนี้เองที่ผู้บริโภคจะหันมาซื้อซ้ำ หรือการมีความภักดีกับบริษัทของครั้งนั้น ๆ ด้วย

4) คุณภาพการบริการสะท้อนถึงเศรษฐกิจ สาเหตุเพราะผลลัพธ์ที่ได้ของการมีคุณภาพการบริการที่ดี จะนำไปยังสถานการณ์การซื้อซ้ำ ซึ่งเจ้าของบริษัททุกคนปรารถนาให้เกิดขึ้นกับกิจการของตน และคุณภาพการบริการที่ดี เป็นเรื่องที่สามารถตรึงใจรักษาผู้บริโภครายเดิมไว้ได้ อยู่รวมไปถึงยังเป็นการสร้างลูกค้าใหม่เข้ามาอีกด้วย

Ghobadian, Speller & Jones (1994) และ Boone & Kurtz (1998) ได้อธิบายไว้ว่าคุณภาพการบริการมีความสำคัญ สืบเนื่องจากภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ดังนั้น บริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ จึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคให้ดีที่สุดในการดำรงอยู่รอดของธุรกิจต่อไป

Ghobadian, Speller & Jones (1994) กล่าวว่า การที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในคุณภาพการบริการจำต้องคำนึงถึงส่วนประกอบ ดังนี้

1) การให้ความสำคัญในตลาดและลูกค้า (Market and Customer Focus) กล่าวคือปัญหาของการขาดการบริการที่มีคุณภาพบ่อยครั้งจะเกิดขึ้นจากที่องค์กรไม่ได้มองตลาดความต้องการรวมถึงไม่ได้มองสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ดังนั้นองค์กรต้องทำความเข้าใจ พิจารณาทบทวนความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า หรือ Martin (1995) ได้กล่าวว่า องค์กรที่มีคุณภาพต้องใส่ร่องเท้าคู่เดียวกับลูกค้า และสร้างนโยบายให้ตรงกับความต้องการ รวมถึงความคาดหวังจากมุมมองของลูกค้า

2) การกระจายอำนาจให้กับพนักงานในเรื่องตัดสินใจ (Empowerment of Frontline staff) เราสามารถยกระดับคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พนักงานดำเนินการตัดสินใจได้โดยที่แสดงให้เห็นพนักงานรู้สึกว่ามีอิสระในการตัดสินใจ และอบรมพนักงานให้รู้จักความสำคัญของสิ่งที่ต้องการของลูกค้า

3) การฝึกอบรมบุคลากรหรือพนักงาน และกระตุ้นแรงจูงใจให้กับพนักงาน (Well -Trained and Motivated Staff) พนักงานที่ไม่ได้ถูกอบรมในส่วนงานของตนมาอย่างดีพอ จะทำงานออกมาได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความไม่ถูกต้องใจต่อบริการที่ได้รับจากพนักงานเหล่านี้ด้วย ส่วนการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจต่อพนักงาน อาทิ การสร้างภาพที่ชัดเจนของความก้าวหน้าในอาชีพการงานให้พนักงานรับรู้ หรือการให้สิ่งตอบแทน ฯลฯ ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะสร้างความกระตือรือร้นให้พนักงาน

4) มุมมองของคุณภาพการบริการที่ชัดเจน (A Clear "Service Quality" Vision) นั้นหมายถึงว่า ก่อนที่จะรู้อะไร คือ สิ่งที่ถูกค่านั่นต้องการ เราควรจะต้องเข้าใจว่าอะไร คือ หลักการที่ทำให้การบริการมีประสิทธิภาพ

Kolter (2003) ได้ให้คำอธิบายว่า บริษัทหรือกิจการจำเป็นต้องให้บริการได้เท่ากับหรือมากกว่าความคาดหวังหรือความต้องการของลูกค้า เพราะถ้าหากว่าลูกค้าได้รับบริการต่ำกว่าที่คาดหวัง อาจเกิดความรู้สึกไม่พอใจได้ รวมถึงลูกค้าอาจไม่กลับมาอีก ในทางตรงข้าม ลูกค้าจะเกิดความพอใจ และอาจกลับมาใช้บริการอีก ถ้าการบริการมากกว่าที่คาดหวัง

2.2.3 การวัดคุณภาพการบริการ

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) กล่าวว่าการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการนั้นเป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย

- 1) คุณภาพการบริการคืออะไร (What is Service Quality?)
- 2) อะไรคือสาเหตุที่เกิดปัญหาคุณภาพการให้บริการ (What Causes Service-Quality Problems?)
- 3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพการบริการที่เกิดขึ้นได้อย่างไร (What Can Organizations Do to Solve These Problems?)

เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ หรือเรียกว่า SERVQUAL ที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้น ได้แก่ ผลงานของ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งได้พัฒนาเพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการบริการโดยอาศัยการประเมินพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้าพร้อมกับได้พยายามหาคำนิยามความหมายของคุณภาพการบริการ และปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการบริการที่เหมาะสม ผลงานความคิด และการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman et al. (1988) ได้มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการบริการ โดยแบ่งระยะของการทำวิจัย ออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการของบริษัทชั้นนำหลาย แห่งและนำผลที่ได้มาใช้ในการพัฒนารูปแบบของคุณภาพการบริการ

ระยะที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยมุ่งศึกษาที่ผู้รับบริการโดยเฉพาะใช้รูปแบบคุณภาพการบริการที่ได้จากระยะที่ 1 มาทำการวิจัยต่อจนกระทั่งได้เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL และปรับปรุงเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินคุณภาพการบริการตามการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ

ระยะที่ 3 ได้ทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ต่อจากระยะที่ 2 แต่ครั้งนี้มุ่งขยายผลการวิจัยให้ครอบคลุมองค์การต่าง ๆ มากขึ้น แล้วมาศึกษาร่วมกันโดยการสนทนากลุ่มกับผู้รับบริการและผู้ให้บริการ และสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มผู้บริหาร

ระยะที่ 4 วิจัยเชิงสำรวจ มุ่งศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการและได้นำการศึกษาวิจัยทั้ง 4 ระยะ มาสร้างเป็นแบบสอบถาม เรียกว่าการศึกษาวินิจฉัย SERVQUAL ซึ่งประกอบด้วยมิติของคุณภาพการบริการที่ประเมินโดยผู้รับบริการ 5 ด้าน คือความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles), ความไว้วางใจ (Reliability), การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness), การประกันคุณภาพ (Assurance) และความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) โดยในระยะเริ่มแรก Parasuraman et al. (1988) ได้มีการกำหนดแนวคิดของคุณภาพบริการที่มีองค์ประกอบ 10 ด้าน

1) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเข้าพบ หรือติดต่อกับผู้ให้บริการ การบริการจะต้องไม่ยุ่งยากในการรับบริการ และต้องไม่มีกระบวนการที่ซับซ้อน เช่น สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในที่ที่สะดวกแก่การไปติดต่อรวดเร็ว เป็นระเบียบ ไม่ต้องรอรับบริการที่นาน และการบริการจากผู้ให้บริการต้องมีความเสมอภาค เป็นต้น

2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสาร และให้ข้อมูลแก่ผู้มารับบริการด้วยภาษาที่ชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจ และผู้ให้บริการต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าตลอดจนข้อเสนอแนะ หรือรับคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการขององค์การ โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ เช่น ระดับการศึกษาของผู้รับบริการ และกาลเทศะ เป็นต้น

3) ความรู้ความชำนาญ (Competence) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ และ ความชำนาญในการให้บริการหรือช่วยเหลือลูกค้า และ สิ่งสำคัญคือ ต้องมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีไหวพริบในการให้บริการ และเป็นตัวแทนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์การในขณะเดียวกัน ความสามารถดังกล่าวจะทำให้ปฏิบัติงานบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) อริยาศัย (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความอ่อนน้อมต่อลูกค้า และมีความนับถือในตัวลูกค้าที่มารับบริการ ความสุภาพที่กล่าวถึง จะต้องประกอบด้วย

รอบคอบเพื่อแสดงไหวพริบ และความเป็นมิตรในการให้บริการ เช่น ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส สื่อสารด้วยความสุภาพ และให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ของตราสินค้าขององค์กร และ ความซื่อสัตย์ขององค์กรที่ให้บริการต่อลูกค้าโดยมีตัวผู้ให้บริการเป็นภาพลักษณ์ และเป็นผู้สื่อ ความหมาย โดยสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าได้ทราบคุณค่าขององค์กรว่าองค์กรที่ตนเลือกเป็นองค์กรที่ มีชื่อเสียง หรือมีภาพลักษณ์ที่ดีเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นต้น

6) ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างแน่นอน และ แม่นยำ ถูกต้องไม่มีข้อผิดพลาด และบริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ

7) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะ ให้บริการอย่างรวดเร็ว ตลอดจนการให้คำปรึกษา และขั้นตอนการแนะนำต่าง ๆ โดยการบริการที่ รวดเร็วจะทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลา และมองหาเหตุผลในการไม่พอใจได้

8) ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยง หรือ ความเคลือบแคลงใด ๆ และเป็นการสร้างความสบายใจให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่ต้องหา คำตอบเอง การให้ความปลอดภัยกับลูกค้า จะช่วยทำให้ลูกค้ามั่นใจในการบริการขององค์กรมาก ยิ่งขึ้น เช่น การใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่สะอาดมีคุณภาพ เป็นต้น

9) ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่ สามารถมองเห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสื่อต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ นับเป็นกุญแจสำคัญของการบริการ เพราะลูกค้าสามารถตัดสินใจ เลือกใช้บริการจากลักษณะภายนอกกว่ามีความเหมาะสม หรือน่าเชื่อถือได้เพียงใด เช่น ลักษณะของ สถานที่ที่ให้บริการตลอดจนอุปกรณ์มีความทันสมัย และสวยงาม รวมถึงบุคลิกท่าทางของพนักงาน การใช้อยู่เป็นการแสดงอัธยาศัยไมตรี เป็นต้น

10) ความรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding Customers) หมายถึง การพยายามรู้จัก ลูกค้า การเข้าใจลูกค้า และการจดจำลูกค้า ตลอดจนสามารถรับรู้ความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า เช่น การจดจำรายละเอียดต่าง ๆ ของลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ การเพิ่มบริการต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้มากขึ้น และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

ต่อมาภายหลังตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการบริการ SERVQUAL ได้มีการทดสอบ ซ้ำ ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อใช้ในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการของ ผู้รับบริการและ ได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการเรียกว่า SERVQUAL Model ขึ้นมา เป็นเครื่องมือ สำหรับวัดการรับรู้ของลูกค้า จากเดิม 10 ปัจจัย ลดลงเหลือ 5 ปัจจัยหรือ 5 มิติ คือ Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy และ Responsiveness หรืออาจเรียกย่อ ๆ ได้ว่า RATER ดังนี้ (Parasuraman et al, 1990)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เอกสาร และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้การบริการที่ตั้งใจของพนักงานได้ชัดเจน

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการของพนักงานต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าไว้วางใจ และได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ

3) การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

4) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการได้รับบริการที่สะดวก และรวดเร็ว

5) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการ ของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงทฤษฎีของคุณภาพการบริการนั้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าเดิมนั้นองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพบริการ มีองค์ประกอบทั้งหมด 10 ประการด้วยกัน ได้แก่ การเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความรู้ความชำนาญ (Competence) อหิยาศัย (Courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความปลอดภัย (Security) ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibles) และความรู้จัก และเข้าใจลูกค้า (Understanding Customers) ต่อมาได้มีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการเรียกว่า SERVQUAL Model ขึ้นมา เป็นเครื่องมือ สำหรับวัดการรับรู้ของลูกค้า จากเดิม 10 ปัจจัย ลดลงเหลือ 5 ปัจจัย หรือ 5 มิติ หรืออาจเรียกย่อ ๆ ได้ว่า RATER ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ คุณภาพการบริการ 5 มิติ สำหรับการท้าวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระจำกัด จังหวัดระนอง เนื่องจากเป็นที่นิยมมากกว่า

2.3 แนวคิด ทฤษฎีการกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากการศึกษาความหมายของการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยพบว่า มีนักวิจัยและ นักวิชาการต่าง ๆ ได้อธิบายไว้ ดังต่อไปนี้

Anderson, E.W. (1994) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าซื้อสินค้า หรือบริการจากผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ และได้กระทำการซ้ำอีกครั้งหนึ่งหลังจากใช้บริการไปแล้ว

Zeithamal, Berry & Parasuraman (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง พฤติกรรมในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต การซื้อซ้ำ หรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ส่งผลต่อผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการ ให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะปรับปรุง แก้ไข พัฒนาสินค้า หรือบริการให้มีมูลค่า และมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

Cronin, et al. (2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าบริการต่อไปยังผู้อื่น

Hellier G & Rickard (2003) กล่าวว่า การซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคล หรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำจากร้านค้าหรือหน่วยงานเดิมที่เคยซื้อ หรือใช้บริการมาแล้วจากที่ผ่านมา

Gounaris, Dimitriadis & Stathakopoulos (2010) ได้กล่าวถึงการกลับมาใช้บริการซ้ำคือ การที่ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างใด ๆ มาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว โดยทำการซื้อ หรือใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาความหมายของ การกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ผู้ที่เคยได้ใช้บริการ แล้วตั้งใจใช้บริการซ้ำอีกครั้งต่อไป และแนะนำ บอกต่อ ผู้อื่น

Parasuraman (1994) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึงการเลือกใช้บริการนั้นๆ เป็นตัวเลือกแรกและกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อเป็นมิติหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้

1) ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อผู้บริโภคได้

2) พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) คือ การที่ผู้บริโภคพูดถึงแต่เรื่องที่ดีเกี่ยวกับผู้ที่ให้บริการรวมถึงแนะนำและกระตุ้นให้บุคคลอื่นสนใจและมาใช้บริการนั้นซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ให้บริการ

3) ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ การที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาเมื่อผู้ให้บริการขึ้นราคาและผู้บริโภคยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่าคนอื่นทางการบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) คือ การที่ผู้บริโภคร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหา อาจจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการหรือบอกต่อคนอื่น ส่วนนี้เป็นการวัดถึงการตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภค

การกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำจะขึ้นอยู่กับการได้ใช้บริการครั้งแรกของผู้บริโภค หากองค์กรสามารถให้บริการตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจและเกิดพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยจากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนี้

Parasuraman (1994) ที่กล่าวถึงการกลับมาใช้บริการซ้ำประกอบด้วยลูกค้ามีความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention) ในการกลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการอีกครั้งในอนาคต และมีความตั้งใจของบุคคลหรือเจตจำนงที่มีความต้องการจะกลับไปซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำจากการใช้บริการที่ผ่านมา รวมทั้งลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ (Word of Mouth Communications) สามารถบอกเล่าถึงสรรพคุณ ประโยชน์หรือประสบการณ์ดีๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการส่งต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ ทั้งนี้ในการตัดสินใจซื้อครั้งแรกมักจะเป็นตัวบ่งชี้หรือคาดการณ์พฤติกรรมการซื้อซ้ำในครั้งถัดมา (Hellier et al, 2003) คิมและคณะ (Kim et al, 2012) กล่าวว่า เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าและการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจจะเกิดได้จากปัจจัยภายในและ ภายนอกของผู้บริโภค โดยพิจารณาตัดสินใจซื้อในสินค้าหรือบริการใด ๆ มาเป็นระยะหนึ่งแล้ว จึงทำการซื้อหรือใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมอย่างต่อเนื่อง (Gounaris, 2010) นอกจากนี้ ความตั้งใจในการกลับมาใช้ซ้ำเป็นรูปแบบหนึ่งที่แสดงออกอย่างชัดเจนของความจงรักภักดีต่อลูกค้า ซึ่งแสดงถึงความอยู่รอดของบริษัทในระยะยาว (Zhang, 2011)

Anderson, Fornell and Lehmann (1994) อธิบายทฤษฎีการกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำจะขึ้นอยู่กับการได้ใช้บริการครั้งแรกของผู้บริโภค หากผู้บริโภคได้รับการบริการตามคาดหวังไว้จะทำให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้บริการซ้ำจนเป็น “ห่วงแห่งความจงรักภักดี” หมายถึง การเต็มใจที่จะใช้จ่ายในสินค้าหรือการใช้บริการสิ่งเดิม โดยห่วงแห่งความจงรักภักดีนี้จะช่วยสร้างผลกำไรและทำให้องค์กรมีความเติบโตได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องของการแข่งขันทางการตลาดที่สูงอีกด้วย นอกจากนี้เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากพบประสบการณ์ที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีกครั้ง

Ehrenberg (2000) อธิบายถึงทฤษฎีการคำนวณคณิตศาสตร์ The NDB theory และ The LSD theory มาใช้ในการคำนวณเป็นตัวเลขทางสถิติเกี่ยวกับอัตราการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำในธุรกิจที่มีการซื้อและการใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งกล่าวถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมาก เนื่องจากก่อนที่ผู้บริโภคต้องการทัศนคติที่ดีประสบการณ์จากการทดลองใช้ครั้งแรกก่อนและอิทธิพลภายนอก เช่น การโฆษณา แจก แคม ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้บริการของผู้บริโภค หากเกิดความพึงพอใจหลังจากได้ซื้อหรือใช้บริการจนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต

สรุปได้ว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แสดงถึงการมีเจตนาภรณ์ในการเข้ามาติดต่อกับองค์กร และเข้าใช้บริการกับองค์กรอีกครั้งหลังจากการตัดสินใจเลือกใช้บริการครั้งแรกเป็นที่น่าพอใจ โดยพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคจะนำไปสู่การทำกำไร และการเติบโตขององค์กร ซึ่งการรักษาลูกค้ามีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากการรักษาลูกค้าเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาดในระยะยาว และลดความเสี่ยงต่อภัยคุกคามด้านการแข่งขันขององค์กร โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ องค์ประกอบของการกลับมาใช้บริการซ้ำสำหรับการทำวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ประกอบด้วย ความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ และการแนะนำบอกต่อ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์

2.4.1 ความหมายของสหกรณ์

“สหกรณ์” ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์ผู้มีสัญชาติไทย โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562)

2.4.2 ประเภทของสหกรณ์

สหกรณ์กรรมในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 7 ประเภท (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2562) ดังต่อไปนี้

2.4.2.1 สหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในกลุ่มผู้มีอาชีพทางเกษตรรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก่อนนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อแก้ไขความในการประกอบอาชีพของสมาชิกและช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

2.4.2.2 สหกรณ์ประมง คือ สหกรณ์ที่ จัดตั้งขึ้นในหมู่ชาวประมงหรือผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ โดยที่แต่ละคนไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้ตามลำพัง บุคคลเหล่านี้จึงรวมตัวกันโดยยึดอุดมการณ์ช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.3 สหกรณ์นิคม คือ สหกรณ์การเกษตรในรูปแบบหนึ่งที่มีการดำเนินการจัดสรรที่ดินทำกิน โดยการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกควบคู่ไปกับการจัดหาสินเชื่อ ปัจจัยการผลิต และสิ่งของที่จำเป็น การแปรรูปการเกษตร การส่งเสริมอาชีพและการให้บริการ สาธารณูปโภคแก่สมาชิก

2.4.2.4 สหกรณ์ร้านค้า คือ สหกรณ์ที่ผู้บริโภครวมกันจัดตั้งขึ้นเพื่อจัดหาเครื่องอุปโภค มาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป ในต่างประเทศนิยมเรียกว่า “สหกรณ์ของแม่” โดยจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ในประเภทสหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคล เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคและเพื่อผดุงฐานะความเป็นอยู่ของตน และหมู่คณะ

2.4.2.5 สหกรณ์บริการคือสหกรณ์ที่จัดตั้งตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 โดยมีประชาชนจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คนขึ้นไป ที่มีอาชีพเดียวกันหรือที่ได้รับความเดือดร้อน ในเรื่องเดียวกัน รวมตัวกันโดยยึดหลักการประหยัด การช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงในอาชีพและรักษาอาชีพดั้งเดิมที่ดีให้คงอยู่

2.4.2.6 สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ สถาบันการเงินแบบหนึ่ง ที่มีสมาชิกเป็นบุคคลที่มีอาชีพอย่างเดียวกันทำงานที่เดียวกัน หรืออาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวงและได้รับการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2542

2.4.2.7 สหกรณ์เครดิตยูเนียน คือสหกรณ์อเนกประสงค์ในชุมชนตั้งขึ้นโดยความสมัครใจของสมาชิกที่อยู่ในวงสัมพันธ์เดียวกัน เช่นอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันประกอบอาชีพเดียวกัน หรือในสถานที่เดียวกันหรือมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้สมาชิกประหยัดและอดออม รู้จักช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นพื้นฐานในการสร้างความมั่นคงแก่ตนเองและครอบครัว

2.5 สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด

สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จำกัด จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2538 มีวัตถุประสงค์ให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้เริ่มดำเนินงานจนถึงปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2565 รวมระยะเวลาดำเนินงาน 27 ปี มีสมาชิก 660 คน เป็นเพศชาย 363 คน เป็นเพศหญิง 297 คน สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 79/2 หมู่ที่ 7 ตำบลมะมู อำเภอกะบุรี จังหวัดระนอง

2.5.1 การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ ประกอบด้วย

1) การให้สินเชื่อแก่สมาชิก เพื่อสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพของสมาชิก เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทางเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เพื่อบริการสมาชิกในเรื่องของปัจจัยการผลิต ตลอดจนสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ปุ๋ย เคมีเกษตร วัสดุ อุปกรณ์ทางการเกษตร และสินค้าอุปโภค บริโภค

3) รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิก เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองในการจำหน่าย ผลผลิตในตลาด ยกระดับราคาผลผลิต ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน

4) ธุรกิจแปรรูปและผลิตสินค้า เพื่อผลิตปัจจัยการผลิต บริการสมาชิก ในราคา เป็นธรรม ได้แก่ การผลิตน้ำกรดจับยาง และการผลิตปุ๋ยผสม

5) การรับฝากเงิน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักคุณค่าและประโยชน์ของการออมฝัก นิสัยสมาชิกให้รู้จักการช่วยเหลือตนเอง เพื่อความมั่นคงของชีวิต

2.5.2 สรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์ ปีบัญชีล่าสุด ณ 31 มีนาคม 2565 (กรมตรวจบัญชี สหกรณ์, 2565)

1) ธุรกิจสินเชื่อ สหกรณ์มีการจ่ายเงินกู้แก่สมาชิกในระหว่างปี จำนวน 166,805 บาท มีการรับชำระหนี้คืนทั้งจำนวน ณ วันสิ้นปีสหกรณ์ไม่มีลูกหนี้เงินให้กู้และดอกเบี้ยเงินให้กู้ค้างรับ คงเหลือแต่อย่างไร

2) ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สหกรณ์มีการจัดหาสินค้าประเภทปุ๋ยเคมี วัสดุอุปกรณ์การเกษตรและสินค้าทั่วไป มาจำหน่ายให้แก่สมาชิกและบุคคลภายนอก มีปริมาณธุรกิจทั้งสิ้น 4,827,048 บาท มีผลการดำเนินงานสูงกว่าแผนงานที่กำหนดไว้คิดเป็น ร้อยละ 46.27 ของแผนงาน การดำเนินงานมีผลกำไรเฉพาะธุรกิจ จำนวน 725,737.91 บาท

3) ธุรกิจรวบรวมผลผลิตการเกษตร ระหว่างปีสหกรณ์รวบรวมผลผลิตจากสมาชิก และบุคคลภายนอกเพื่อจำหน่ายให้กับบริษัทเอกชนและบุคคลทั่วไป มีปริมาณธุรกิจทั้งสิ้น 484,131,440.18 บาท มีผลการดำเนินงานสูงกว่าแผนงานที่กำหนดไว้คิดเป็น ร้อยละ 41.56 ของแผนงาน การดำเนินธุรกิจนี้มีผลกำไรเฉพาะธุรกิจ จำนวน 3,313,051.46 บาท

4) ธุรกิจแปรรูปและผลิตสินค้า สหกรณ์มีการผลิตสินค้าปุ๋ยผสมและผลิตสินค้า น้ำกรดยาง มีปริมาณธุรกิจรวม 7,513,290 บาท สูงกว่าแผนงานที่กำหนดไว้ ร้อยละ 23.17

5) ธุรกิจเงินรับฝาก สหกรณ์มีการรับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ ในระหว่างปีการรับ ฝากเงินทั้งสิ้น 34,683.46 บาท ณ วันสิ้นปี มีเงินรับฝากคงเหลือ เป็นเงิน 148,645.37 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐริกา ศรีดาแก้ว (2565) ศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการสกลนคร จำกัด ผลการวิจัยพบว่า 1) ทัศนคติต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ พบว่า มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และไม่มีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรสประสบการณ์การทำงาน และอัตราเงินเดือน และ 3) ปัจจัยทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อได้ร้อยละ 62.60

สุนันทา เชื้อจิตรนุกูล (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมการตลาดในการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) คุณภาพการให้บริการสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ การบริการที่เป็นรูปธรรมความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อสมาชิกการให้ความเชื่อมั่นแก่สมาชิกและความเอาใจใส่โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก 3) สมาชิกที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันเลือกใช้บริการสหกรณ์โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา บุคคลและกระบวนการและ 5) ข้อเสนอแนะจากสมาชิกผู้ใช้บริการพบว่า สหกรณ์ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จัดอบรมให้เจ้าหน้าที่เข้าใจบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ เข้าใจผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ และควรให้เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาของสมาชิกที่มารับบริการ

อับบ๊าส พาสิเขตต์ และมุฮัมหมัด ปุ (2565) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ ผลการวิจัยพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม คือ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามส่งผ่านทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือ ความตระหนัก และ

ต้นทุนและผลประโยชน์ โดยปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลสูงสุดต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลาม

วรกานต์ เชื้อสำราญ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า รวมถึงปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าร้านสะดวกซัก และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลในทิศทางเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าสะดวกซัก ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการบริการ และปัจจัยทัศนคติ มีอิทธิพลในทิศทางเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ

ศรัณย์ ศรีเจริญ (2564) ศึกษาการรับรู้คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ คุณค่าด้านราคา และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าหัตถกรรมของลูกค้า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้วัสดุหัตถกรรมในการก่อสร้างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้คุณภาพสินค้า การรับรู้คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่าด้านราคา และความพึงพอใจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าหัตถกรรมของลูกค้า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อมราพร อุตมาภิรักษ์ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรม ทัศนคติ และความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อ การซื้อซ้ำอาหารริมถนน (Street Food) ในย่านเยาวราช ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำ ร้านอาหารริมทาง (Street Food) ในย่านเยาวราช ในขณะที่ทัศนคติและความไว้วางใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำร้านอาหารริมทาง (Street Food) ในย่านเยาวราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อานนท์ จันจิตร และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2564) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กาญจนา ทาทอง (2563) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยพะเยา ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด สาขามหาวิทยาลัยพะเยา โดยรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุดทุกด้าน ปัญหาและอุปสรรค พบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทาง แนวทางในการพัฒนาการให้บริการ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และสินค้าให้มีความหลากหลาย และมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายช่องทาง

รุ่งนภา บริพนธ์มงคล (2563) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่า 1. การรับรู้คุณภาพสินค้าด้านสินค้ามีความน่าเชื่อถือและด้านการทำงานของสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ในขณะที่ด้านรูปปลักษณ์สินค้ามีลักษณะที่ดี ด้านสินค้ามีความคงทน ด้านความลงตัวและประณีตไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ 2. ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเข้าใจและด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ในขณะที่ด้านความเชื่อถือได้และด้านการให้ความมั่นใจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร ภาค 203 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ ธนาคารซ้ำ ไม่แตกต่างกัน 2. การบริการ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจการบริการ สามารถร่วมกันทำนายการกลับมาใช้บริการธนาคารซ้ำ ได้ร้อยละ 33.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สุไธณีย์ แวญนุ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของสหกรณ์อิสลาม อิบนูอัฟฟาน จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์อิสลามอิบนูอัฟฟาน จำกัด เป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินกิจการภายใต้รูปแบบและกรอบหลักการของศาสนาอิสลาม ตามที่กำหนดในคัมภีร์อัลกุรอานและฮัจซุนนะฮะ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาใช้บริการสหกรณ์อิสลาม อิบนูอัฟฟาน จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี คือ 1) ด้านบุคลากร มีประสิทธิภาพ มีบุคลิกภาพดี มีจิตบริการ มีการพัฒนาตนเองและแต่งกายตามหลักศาสนาอิสลาม 2) ด้านคุณภาพการให้บริการ มีความถูกต้อง รวดเร็วและเท่าเทียมกันตามหลักศาสนาอิสลาม 3) ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ประกอบกิจการมานานถึง 24 ปี ก่อเกิดเป็นเอกลักษณ์ ภาพลักษณ์ที่นำมาสู่การยอมรับและความมั่นคง 4) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความทันสมัย สามารถอำนวยความสะดวกรวดเร็ว และถูกต้อง

แม่นยำ 5) ด้านอาคารสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ ที่เอื้อต่อความสะดวกในการเข้าใช้บริการและรองรับผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง

กรวินท์ ชูพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ เทรนเนอร์ออนไลน์: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก พบว่า ทักษะคติต่อการใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์ และยังส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการกลับมาใช้บริการเทรนเนอร์ออนไลน์ซ้ำ

ปณพัชร กิตติชัยวัฒน์ (2561) ศึกษาเรื่อง ประสบการณ์การรับรู้คุณค่า ทักษะคติ และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค Grocerants จังหวัดกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Gourmet Market ผลการศึกษาพบว่าประสบการณ์ด้านการมองเห็นและรสชาติเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากการมาใช้บริการ Grocerants โดยผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของวัตถุดิบ ความสะดวกรวดเร็ว และความคุ้มค่าทางด้านราคาเมื่อใช้บริการ Grocerants นอกจากนี้รสชาติและคุณภาพอาหาร การ Customization ความคุ้มค่าทางด้านราคา และความสะดวกรวดเร็วเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำในขณะที่ทักษะคติของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับ การรับรู้และประสบการณ์ในอดีต และส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมีทักษะคติว่า Grocerants เป็นร้านอาหารในบริเวณซูเปอร์มาร์เก็ต มีที่นั่งลักษณะเป็นเคาน์เตอร์บาร์ อาหารอร่อย สดใหม่ มีคุณภาพดี สะดวก รวดเร็ว มีความคุ้มค่าทางราคาและไม่มีการเก็บเซอร์วิสชาร์จเพิ่ม นอกจากนี้ผู้บริโภคที่มีทักษะคติที่ดีกับร้านมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงแนะนำคนรอบข้างให้มาใช้บริการด้วย

2.7 สรุปแนวคิดทฤษฎี

ตารางที่ 2.1 สกัดตัวแปร

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น					ตัวแปรตาม				
		ทัศนคติ			คุณภาพการบริการ						
		1.ด้านความรู้ความเข้าใจ	2.ด้านพฤติกรรม	3.ด้านความรู้สึก	1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ	2.ความน่าเชื่อถือ		3.การให้ความมั่นใจ	4.การตอบสนอง	5.การเอาใจใส่	
ภูริกา ศรีตาแก้ว (2565)	ทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อกู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการสกลนคร จำกัด	✓	✓	✓							การกลับมาใช้บริการซ้ำ
สุนันทา เชื้อจิตระนุกุล (2565)	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด				✓	✓	✓	✓	✓		
อับบาส พาไลเชตต์ และมุฮัมหมัด ปู (2565)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้	✓	✓	✓							
วรกานต์ เชื้อสำราญ (2564)	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซักและทำความสะอาดของตู้ซักผ้าอัตโนมัติ (Laundromat) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ศรัณย์ ศรีเจริญ (2564)	การรับรู้คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ คุณค่าด้านราคา และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าของลูกค้า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ศรายุทธ แดงชันธิ์ (2564)	คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจใช้ซ้ำคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น								ตัวแปรตาม
		ทัศนคติ			คุณภาพการบริการ					
		1.ด้านความรู้ความเข้าใจ	2.ด้านพฤติกรรม	3.ด้านความรู้สึก	1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ	2.ความน่าเชื่อถือ	3.การให้ความমনใจ	4.การตอบสนอง	5.การเอาใจใส่	
อมราพร อุตมาภิรักษ์ (2564)	พฤติกรรม ทัศนคติ และความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำอาหารริมถนน (Street Food) ในย่านเยาวราช	✓	✓	✓						✓
อานนท์ จันจิตร และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2564)	แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย				✓	✓	✓	✓	✓	✓
กาญจนา ทาทอง (2563)	คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยพะเยา				✓	✓	✓	✓	✓	
รุ่งนภา บริพนธ์มงคล (2563)	การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม				✓	✓	✓	✓	✓	✓
วรัลสิญา ศุภธนโชติพงษ์ (2562)	คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	✓	✓	✓						✓
สุไฮณีญ์ แวญนุ (2562)	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอับนูอัฟฟาน จำกัด ในอำเภอเมืองจังหวัดปัตตานี				✓	✓	✓	✓	✓	
กรวินท์ ชูพันธุ์ (2561)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ เทรนเนอร์ออนไลน์: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก	✓	✓	✓						✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น							ตัวแปรตาม
		ทัศนคติ			คุณภาพการบริการ				
		1.ด้านความรู้ความเข้าใจ	2.ด้านพฤติกรรม	3.ด้านความรู้สึก	1.ความเป็นรูปธรรมของบริการ	2.ความน่าเชื่อถือ	3.การให้ความমনใจ	4.การตอบสนอง	
ปณพัชร กิติชัยวัฒน์ (2561)	ประสบการณ์การรับรู้คุณค่า ทัศนคติ และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค Grocerants จังหวัดกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Gourmet Market	✓	✓	✓					✓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง ทักษะและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยมีสาระสำคัญของวิธีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอนตามการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติทางพฤกษศาสตร์ตามที่ได้ศึกษาเอกสาร เกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แนวคิดขั้นตอนการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่อง ทักษะและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ผู้วิจัยจึงได้สร้างแนวคิดขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย

3.1.1 ขั้นที่ 1 การศึกษาวเคราะห์กำหนดกรอบแนวคิด

3.1.2 ขั้นที่ 2 สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการสร้างและพัฒนาแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง เรื่อง ทักษะและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ผู้วิจัยจึงได้สร้างแนวคิดขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย กำหนดนิยามศัพท์ สร้างแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงของนิยามศัพท์กับข้อคำถาม (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out)

3.1.3 ขั้นที่ 3 วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Research) โดยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis จากนั้นก็จะนำมาสรุปผลการวิจัยอภิปราย และเสนอแนะผลการศึกษาและการวิเคราะห์ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จำนวน 660 คน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ สมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยวิธีการคำนวณ โดยใช้สูตร Taro Yamane (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 250 คน ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{660}{1+660(0.05)^2}$$

$$\text{ขนาดตัวอย่าง } n = 250 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำไปใช้ในการศึกษาไม่น้อยกว่า 250 คน โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษา เรื่อง ทักษะคิดและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยมีการเก็บข้อมูลจากการค้นคว้าวิจัย หนังสือ เอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสามารถแบ่งได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

3.3.1 ส่วนที่ 1 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยมีลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

3.3.2 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ ของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์แสดงระดับความคิดเห็นตามมาตรประมาณค่า 5 ระดับของ Likert's scale

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.3 ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์แสดงระดับความคิดเห็นตามมาตรประมาณค่า 5 ระดับของ Likert's scale

3.3.4 ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์แสดงระดับความคิดเห็นตามมาตรประมาณค่า 5 ระดับของ Likert's scale

ส่วนที่ 2-4 มาตรประมาณค่า 5 ระดับของ Likert's scale ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

3.3.5 ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ซึ่งจะใช้แบบสอบถามปลายเปิด

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทดสอบสาเหตุและผลลัพธ์ของทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ดังนี้

3.4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1.1 ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลกำหนดนิยามของตัวแปร ให้เป็นแนวทางการออกแบบข้อคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้นเพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถามที่ผู้จะสร้าง

3.4.1.2 ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้ผู้วิจัยสังเคราะห์ตัวแปรขึ้นมา ซึ่งมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยต่อไป

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเหมาะสมของการใช้ภาษาและความครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงพัฒนาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.1.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ จำนวน 3 ท่าน

3.4.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบความตรง ความเที่ยง ค่าอำนาจจำแนก ดังนี้

3.4.2.1 ทดสอบความถูกต้องด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน คือ ผศ.ดร.ฐิติรัตน์ ถาวรสุจริตกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ดร. สุจิตรา วุฒิโสภณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และ ดร. ยศกร บ่มไฉ่ Deputy Managing Director บริษัท ที.เอ็ม.ซี. อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย	+ 1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
	- 1	หมายถึง	แน่ใจข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

เมื่อประเมินแบบสอบถามและแบบทดสอบแล้วให้นำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence : IOC) แทนค่าในสูตร ดังนี้

จากสูตร

$$IOC = \frac{\sum X}{N}$$

โดย	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิ
	N	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item - Objective Congruence) ทุกด้านมีค่า 1.00 ซึ่งในแต่ละด้านต้องมีค่าระหว่าง 0.67 - 1.00 จึงถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง และสามารถนำมาใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976)

3.4.2.2 ตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับตัวอย่างจำนวน 30 คน หลังจากนั้นจึงนำผลการทดลองเข้ามาหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสูตร

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

โดยที่ α หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
 N หมายถึง จำนวนข้อของแบบสอบถามทั้งหมด

$\sum S_i^2$ หมายถึง ผลรวมค่าคะแนนความแปรปรวนในแต่ละข้อ

$\sum S_x^2$ หมายถึง ค่าความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

ผลการวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช เท่ากับ 0.977 ค่าที่สูงกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับโดยทั่วไป (Nunnally & Bernstein, 1994) ทั้งนี้ผู้วิจัยยังทำการวิเคราะห์ค่า Corrected Item - Total Correlation ที่เป็นตัวบ่งบอกค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) ของข้อคำถามเป็นรายข้อ ได้ค่าระหว่าง 0.456 - 0.769 ซึ่งค่าอำนาจจำแนกรายข้อไม่ควรต่ำกว่า 0.30 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ดังนั้น ข้อคำถามแต่ละข้อนั้นมีความเหมาะสมและเชื่อถือได้ สรุปได้ว่า ข้อคำถามที่ใช้ตัวแปรดังกล่าวมีความเชื่อถือได้ จึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ประกอบด้วย ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการประมวลสถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นในแบบสอบถามส่วนที่ 2 - 4 โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการวิเคราะห์ ซึ่งลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าคะแนนของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

3. การทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงอนุมานและนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ และนำผลการวิเคราะห์ไปเขียนสมการพยากรณ์

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เรื่อง ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นสมาชิกของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง จำนวน 250 คน

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ปรินิพนธ์ นิพนธ์ ภาคนิพนธ์ หนังสือ วารสารทางวิชาการ และรายงานต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลทางเครือข่ายออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานของทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ระดับ 95% สามารถเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับการอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยใช้วิธีการประมวลผลสถิติเชิงพรรณนา ดังนี้

3.6.1.1 ค่าความถี่ (Frequency)

3.6.1.2 ค่าร้อยละ (Percentage)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1.3 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.6.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือ วิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิก จังหวัดระนอง ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระตามกรอบแนวคิดการวิจัย

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่มีผลกระทบต่อความผันแปรของตัวแปรตาม นำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษา ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง 2. ศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง 3. ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง สามารถนำเสนองานวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ในการแปลผลและความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์และคำย่อ ดังต่อไปนี้

\bar{x}	หมายถึง ค่าเฉลี่ย
N	หมายถึง ขนาดของประชากร
n	หมายถึง กลุ่มตัวอย่าง
S.D.	หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
P	หมายถึง ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
R	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถดถอยเชิงพหุคูณ
R^2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
t	หมายถึง ค่าที่ใช้ในการพิจารณา t-Distribution
F	หมายถึง ค่าที่ใช้ในการพิจารณา F-Distribution
b	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
Sig	หมายถึง ค่านัยสำคัญทางสถิติ
Ret	หมายถึง การกลับมาใช้บริการซ้ำ
Attat	หมายถึง ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ
Attbt	หมายถึง ทัศนคติด้านพฤติกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Attct	หมายถึง ทักษะคิดด้านความรู้ลึก
Quat	หมายถึง คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
Qubt	หมายถึง คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ
Quct	หมายถึง คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ
Qudt	หมายถึง คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง
Quet	หมายถึง คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่

4.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	162	64.8
หญิง	88	35.2
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาเป็นเพศหญิง 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	12	4.8
30 – 40 ปี	70	28.0
41 – 50 ปี	111	44.4
50 ปีขึ้นไป	57	22.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา อายุ 30 – 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	156	62.4
ปริญญาตรี	87	34.8
สูงกว่าปริญญาตรี	7	2.8
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	17	6.8
5 – 10 ปี	85	34.0
11 – 15 ปี	108	43.2
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	40	16.0
รวม	250	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 11 – 15 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 5 – 10 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 มากกว่า 15 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

4.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

4.2.1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวม

(n = 250)

ทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	4.57	.555	มากที่สุด
2. ด้านพฤติกรรม	4.58	.591	มากที่สุด
3. ด้านความรู้สึก	4.66	.487	มากที่สุด
ภาพรวม	4.60	.499	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.60, S.D. = .499) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.66, S.D. = .487) รองลงมาคือด้านพฤติกรรม (\bar{X} = 4.58, S.D. = .591) และด้านความรู้ความเข้าใจ (\bar{X} = 4.57, S.D. = .555) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความเข้าใจ

(n = 250)

ด้านความรู้ความเข้าใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์	4.52	.647	มากที่สุด
2. ท่านทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี	4.59	.602	มากที่สุด
3. ท่านมีความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์	4.61	.598	มากที่สุด
ภาพรวม	4.57	.555	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความเข้าใจ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = .555) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกมีความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = .598) รองลงมาคือสมาชิกทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .602) และสมาชิกทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = .647) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านพฤติกรรม

(n = 250)			
ด้านพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เมื่อท่านต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร ท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	4.59	.634	มากที่สุด
2. เมื่อท่านต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	4.60	.607	มากที่สุด
3. เมื่อท่านต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ ท่านจะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	4.56	.709	มากที่สุด
ภาพรวม	4.58	.591	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกกองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านพฤติกรรม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = .591) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อสมาชิกต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .759) รองลงมาคือเมื่อสมาชิกต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร จะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = .607) และเมื่อสมาชิกต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ จะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = .709) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกกองทุนสวณยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้สึก

(n = 250)

ด้านความรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกที่ท่านคือผู้เป็นเจ้าของสหกรณ์	4.56	.606	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน	4.71	.504	มากที่สุด
3. ท่านรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์	4.70	.505	มากที่สุด
ภาพรวม	4.66	.487	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวณยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้สึก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.66, S.D. = .487) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.71, S.D. = .504) รองลงมาคือสมาชิกรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์ (\bar{X} = 4.70, S.D. = .505) และสมาชิกรู้สึกว่าคือผู้เป็นเจ้าของสหกรณ์ (\bar{X} = 4.56, S.D. = .606) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวณยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวม

(n = 250)

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.53	.543	มากที่สุด
2. ความน่าเชื่อถือ	4.67	.544	มากที่สุด
3. การให้ความมั่นใจ	4.70	.543	มากที่สุด
4. การตอบสนอง	4.62	.500	มากที่สุด
5. การเอาใจใส่	4.62	.500	มากที่สุด
ภาพรวม	4.63	.482	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.63, S.D. = .482) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.70, S.D. = .543) รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ (\bar{X} = 4.67, S.D. = .544) การตอบสนอง (\bar{X} = 4.62, S.D. = .500) การเอาใจใส่ (\bar{X} = 4.62, S.D. = .500) และความเป็นรูปธรรมของบริการ (\bar{X} = 4.53, S.D. = .543) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

(n = 250)			
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก	4.42	.696	มาก
2. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.73	.459	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	4.52	.723	มากที่สุด
4. อาคาร สำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย	4.46	.717	มาก
ภาพรวม	4.53	.543	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด (\bar{X} = 4.53, S.D. = .543) เมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.73, S.D. = .459) เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.52, S.D. = .723) อาคาร สำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.46, S.D. = .717) และสหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.42, S.D. = .696)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง **ด้านความน่าเชื่อถือ**

(n = 250)

ความน่าเชื่อถือ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้ ความชำนาญ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน	4.59	.653	มากที่สุด
2. การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์	4.70	.575	มากที่สุด
3. สหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการอย่าง ชัดเจนและโปร่งใส	4.74	.567	มากที่สุด
ภาพรวม	4.67	.544	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = .544) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างชัดเจน และโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = .567) รองลงมาคือการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์ ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = .575) และเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้ ความชำนาญ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .653) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง **ด้านการให้ความมั่นใจ**

(n = 250)

การให้ความมั่นใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านเชื่อมั่นว่าข้อมูลการใช้บริการและข้อมูลส่วนตัวที่ให้ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ	4.62	.679	มากที่สุด
2. ท่านเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต	4.76	.551	มากที่สุด
3. ท่านเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อมรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	4.73	.556	มากที่สุด
ภาพรวม	4.70	.543	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ การค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการให้ความมั่นใจในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.70, S.D. = .543) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.76, S.D. = .551) รองลงมาคือสมาชิกเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อมรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ (\bar{X} = 4.73, S.D. = .556) และสมาชิกเชื่อมั่นว่าข้อมูลการใช้บริการและข้อมูลส่วนตัวที่ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ (\bar{X} = 4.62, S.D. = .679) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการตอบสนอง

การตอบสนอง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้มาใช้บริการ	4.68	.492	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดยใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม	4.55	.586	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเต็มใจให้บริการ ยินดีช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที	4.64	.564	มากที่สุด
ภาพรวม	4.62	.500	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการตอบสนองในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.62, S.D. = .500) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.68, S.D. = .492) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเต็มใจให้บริการ ยินดีช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที (\bar{X} = 4.64, S.D. = .564) และเจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดยใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม (\bar{X} = 4.55, S.D. = .586) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ สหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการเอาใจใส่

(n = 250)

ด้านการเอาใจใส่	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก	4.62	.553	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก	4.59	.560	มากที่สุด
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิก และข้อมูลการใช้บริการของท่านได้	4.52	.723	มากที่สุด
4. วันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ	4.76	.459	มากที่สุด
ภาพรวม	4.62	.500	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการเอาใจใส่ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.62, S.D. = .500) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยวันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.76, S.D. = .459) รองลงมาคือสหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก (\bar{X} = 4.62, S.D. = .553) เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก (\bar{X} = 4.59, S.D. = .560) และเจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิกและข้อมูลการใช้บริการของได้ (\bar{X} = 4.52, S.D. = .723) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

(n = 250)

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกแม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้าอื่น	4.57	.637	มากที่สุด
2. ท่านตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะป็นด้านสินเชื่อ หรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า	4.74	.515	มากที่สุด
3. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการของสหกรณ์	4.72	.520	มากที่สุด
4. ท่านจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ	4.67	.597	มากที่สุด
ภาพรวม	4.67	.522	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.67, S.D. = .522) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะป็นด้านสินเชื่อ หรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.74, S.D. = .515) รองลงมาคือสมาชิกจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการของสหกรณ์ (\bar{X} = 4.72, S.D. = .520) สมาชิกจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ (\bar{X} = 4.67, S.D. = .597) และสมาชิกตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกแม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้าอื่น (\bar{X} = 4.57, S.D. = .637) ตามลำดับ

4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกกองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

		Ret	Attat	Attbt	Attct	Quat	Qubt	Quct	Qudt	Quet
Pearson Correlation	Ret	1.000								
	Attat	.613***	1.000							
	Attbt	.765***	.708***	1.000						
	Attct	.769***	.726***	.745***	1.000					
	Quat	.785***	.651***	.727***	.760***	1.000				
	Qubt	.755***	.456***	.587***	.721***	.710***	1.000			
	Quct	.749***	.467***	.623***	.736***	.744***	.778***	1.000		
	Qudt	.723***	.551***	.633***	.688***	.710***	.797***	.794***	1.000	
	Quet	.709***	.589***	.724***	.786***	.769***	.757***	.702***	.752***	1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

จากตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม คือ ปัจจัยทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึก ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ การตอบสนอง และการเอาใจใส่ พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปัจจัยทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึก ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจ การตอบสนอง และการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อดูทิศทางและขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.613 – 0.785 ซึ่งแปลผลได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรตาม (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0) โดยสามารถเรียงลำดับตามขนาดของความสัมพันธ์จากมากไปน้อยได้ดังนี้ คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($r=0.785$) ทัศนคติ ด้านความรู้สึก ($r=0.769$) ทัศนคติ ด้านพฤติกรรม ($r=0.765$) คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ($r=0.755$) คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ($r=0.749$) คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ($r=0.723$) คุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ ($r=0.709$) และทัศนคติ ด้านความรู้ความเข้าใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

($r=0.613$) ทั้งนี้ ตารางข้างต้นยังแสดงผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.456 – 0.797 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindle, 2006) แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

ตารางที่ 4.17 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ทัศนคติ		
ด้านความรู้ความเข้าใจ	.442	2.26
ด้านพฤติกรรม	.266	3.75
ด้านความรู้สึก	.253	3.95
คุณภาพการบริการ		
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	.260	3.85
ความน่าเชื่อถือ	.171	5.85
การให้ความมั่นใจ	.182	5.48
การตอบสนอง	.200	5.00
การเอาใจใส่	.224	4.46

จากตารางที่ 4.17 พบว่าจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ตัวแปรอิสระทุกตัวต้องเป็นอิสระกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF พบว่า ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 2.26 – 5.85 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10 หรือค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด .171 ซึ่งไม่ต่ำกว่า .1 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity คือตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น (Menard, 1995)

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง (ทดสอบสมมติฐานที่ 1)

ทัศนคติ	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
Constant	.520	.138		3.771	<.001
1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	-.130	.038	-.138	-3.428	<.001
2. ด้านพฤติกรรม	.444	.046	.503	9.689	<.001
3. ด้านความรู้สึก	.583	.057	.545	10.230	<.001
R = .908 R ² = .824 Adj R ² = .822 F = 383.028 Sig = <.001 Durbin Watson = 1.868					

จากตารางที่ 4.18 การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยการทดสอบว่า ค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกันหรือไม่ตามเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin Watson ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบปรากฏค่า Durbin Watson = 1.868 ซึ่งมีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5-2.5) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2561) สรุป e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทัศนคติ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรม และด้านความเข้าใจ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ R = 0.908 และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ร้อยละ 82.4 (R² = 0.824) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F = 383.028) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุง Adj R² = 0.822 แสดงให้เห็นว่าทัศนคติส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง คิดเป็นร้อยละ 82.2 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

เมื่อวิเคราะห์ทัศนคติรายด้าน พบว่าทุกด้านส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความเข้าใจส่งผลกระทบบเชิงลบ ($\beta = -0.138$, $p < 0.01$) ด้านพฤติกรรมส่งผลกระทบบเชิงบวก ($\beta = 0.503$, $p < 0.01$) และด้านความรู้สึกส่งผลกระทบบเชิงบวก ($\beta = -0.545$, $p = 0.310$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนดิบ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ = 0.520 - 0.130 (ด้านความรู้ความเข้าใจ) + 0.444 (ด้านพฤติกรรม) + 0.583 (ด้านความรู้สึกร)

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนมาตรฐาน

การกลับมาใช้บริการซ้ำ = -0.138 (ด้านความรู้ความเข้าใจ) + 0.503 (ด้านพฤติกรรม) + 0.545 (ด้านความรู้สึกร)

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง (ทดสอบสมมติฐานที่ 2)

คุณภาพการบริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std.Error	Beta		
Constant	.490	.168		2.924	.004
1. ความเป็นรูปธรรม ของบริการ	.348	.062	.361	5.614	<.001
2. ความน่าเชื่อถือ	.140	.076	.146	1.833	.068
3. การให้ความมั่นใจ	.102	.074	.106	1.374	.171
4. การตอบสนอง	-.210	.077	-.201	-2.737	.007
5. การเอาใจใส่	.529	.072	.507	7.312	<.001
R = .859 R ² = .737 Adj R ² = .732 F = 137.025 Sig = <.001 Durbin Watson = 1.942					

จากตารางที่ 4.19 การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยการทดสอบว่า ค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกันหรือไม่ตามเงื่อนไขการวิเคราะห์ความถดถอยโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin Watson ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบปรากฏค่า Durbin Watson = 1.942 ซึ่งมีค่าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5-2.5) (กัลยา วาณิชบัญชา, 2561) สรุป e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระกัน

ทดสอบสมมติฐานที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์ R = 0.859

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ร้อยละ 73.7 ($R^2 = 0.737$) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 137.025$) และมีค่าสัมประสิทธิ์ของพยากรณ์ปรับปรุง $Adj R^2 = 0.732$ แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง คิดเป็นร้อยละ 73.2 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการบริการรายด้าน พบว่า ความเป็นรูปธรรมส่งผลกระทบต่อเชิงบวก ($\beta = 0.361, p < 0.01$) การตอบสนองส่งผลกระทบต่อเชิงลบ ($\beta = -0.201, p = 0.007$) และการเอาใจใส่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวก ($\beta = 0.507, p < 0.01$) ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในขณะที่ ความน่าเชื่อถือ ($\beta = -0.146, p = 0.068$) และการให้ความเชื่อมั่น ($\beta = 0.106, p = 0.171$) ที่ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนดิบ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ = $0.490 + 0.348$ (ความเป็นรูปธรรมของบริการ) + 0.140 (ความน่าเชื่อถือ) + 0.102 (การให้ความมั่นใจ) - 0.210 (การตอบสนอง) + 0.529 (การเอาใจใส่)

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนมาตรฐาน

การกลับมาใช้บริการซ้ำ = 0.361 (ความเป็นรูปธรรมของบริการ) + 0.146 (ความน่าเชื่อถือ) + 0.106 (การให้ความมั่นใจ) - 0.201 (การตอบสนอง) + 0.507 (การเอาใจใส่)

ตารางที่ 4.20 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
1	ทัศนคติส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง	ยอมรับสมมติฐาน
2	คุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ คุณภาพการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง 2. ศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง 3. ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง จำนวน 250 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุ 41 – 50 ปี มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 11 – 15 ปี

5.1.2 ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

5.1.2.1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านพฤติกรรม และด้านความรู้ความเข้าใจ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความเข้าใจ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกมีความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสมาชิกทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี และสมาชิกทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์ ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวนยางฯ ให้ความสำคัญสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านพฤติกรรม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อสมาชิกต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือเมื่อสมาชิกต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร จะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก และเมื่อสมาชิกต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ จะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้สึก ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสมาชิกรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์ และสมาชิกรู้สึกว่าคือผู้เป็นเจ้าของสหกรณ์ ตามลำดับ

5.1.2.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจใส่ และความเป็นรูปธรรมของบริการ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด อาคารสำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย อยู่ในระดับมาก และสหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างชัดเจนและโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์ และเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความรู้ ความชำนาญ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสมาชิกเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อม

รับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ และสมาชิกเชื่อมั่นว่าข้อมูลการให้บริการและข้อมูลส่วนตัวที่ให้ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการตอบสนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความตั้งใจให้บริการ ยินดีช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที และเจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดยใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านการเอาใจใส่ ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยวันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก และเจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิกและข้อมูลการให้บริการของสมาชิกได้ ตามลำดับ

5.1.2.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ในภาพรวมทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นด้านสินเชื่อ หรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือสมาชิกจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการของสหกรณ์ สมาชิกจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์ถึงสินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ และสมาชิกตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกแม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้านอื่น ตามลำดับ

5.1.3 ตอนที่ 3 ผลการศึกษาตามสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัย พบว่า ทศนคติ ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม ความรู้สึก ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว ทศนคติ ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม ความรู้สึก และคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการตอบสนอง และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยไม่มี ความสัมพันธ์กันเอง หรือเป็นอิสระต่อกัน

ทัศนคติในภาพรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์ กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ($B=0.520$, $p<0.01$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 เมื่อวิเคราะห์ทัศนคติรายด้าน พบว่าทุกด้านส่งผลต่อการกลับมาใช้ บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ด้านความรู้ความ เข้าใจ ($\beta = -0.138$, $p<0.01$) ด้านพฤติกรรม ($\beta = 0.503$, $p<0.01$) ด้านความรู้สึก ($\beta = 0.545$, $p=0.310$)

คุณภาพการบริการในภาพรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ สมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง ($B=0.490$, $p=0.004$) ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 เมื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่ารายด้าน พบว่า มีเพียง ความเป็นรูปธรรม ($\beta =0.361$, $p<0.01$) การตอบสนอง ($\beta = -0.201$, $p=0.007$) และการเอาใจใส่ ($\beta =0.507$, $p<0.01$) ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอด กระ จำกัด จังหวัดระนอง ในขณะที่ ความน่าเชื่อถือ ($\beta =-0.146$, $p=0.068$) และการให้ความเชื่อมั่น ($\beta =0.106$, $p=0.171$) ที่ไม่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยาง คอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ สมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทัศนคติที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการ ซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด พบว่า ทัศนคติส่งผลกระทบต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ วรกานต์ เชื้อสำราญ (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความ ตั้งใจใช้บริการซ้ำ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ที่อาศัยอยู่ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ อมราพร อุตมาภิรัช (2564) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรม ทัศนคติ และความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อ การซื้อซ้ำอาหารริมถนน (Street Food) ในย่านเยาวราช ซึ่งค้นพบว่า ทัศนคติส่งผลกระทบต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำและ ซื้อซ้ำ นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปณพัชร กิติชัยวัฒน์ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ประสบการณ์การรับรู้คุณค่า ทัศนคติ และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค Grocerants จังหวัด กรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Gourmet Market ซึ่งค้นพบว่า ทัศนคติส่งผลกระทบต่อ การกลับมาใช้บริการซ้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรสิริญา ศุภธนโชติพงศ์ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และวรกานต์ เชื้อสำราญ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งค้นพบว่า คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศรีณีย์ ศรีเจริญ (2564) ที่ศึกษาการรับรู้คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ คุณค่าด้านราคา และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าหัตถกรรมของลูกค้า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งค้นพบว่า คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

5.3.1.1 สหกรณ์ควรจัดกิจกรรม หรือวางแผนเกี่ยวกับการเสริมสร้างทัศนคติให้กับสมาชิกสหกรณ์ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสหกรณ์และตัวสมาชิก ส่งเสริมให้เกิดแนวโน้มนวัตกรรมการใช้บริการ และความรู้สึกต่อสหกรณ์ในเชิงบวก เพื่อเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้สมาชิกกลับมาใช้บริการสหกรณ์ซ้ำ

5.3.1.2 สหกรณ์ต้องให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพการบริการ มีการปรับปรุงพัฒนาการบริการสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลจากงานวิจัยได้แสดงให้เห็นแล้วว่าคุณภาพการบริการที่ดีและตอบสนองจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์ เกิดการบอกต่อ เชิญชวนให้เกษตรกรได้มาใช้บริการของสหกรณ์มากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรเพิ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาไปในมิติด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ช่องทางการให้บริการ การสื่อสาร หรือการส่งเสริมการตลาด เพื่อศึกษาว่าส่งผลกระทบต่อกลับมาใช้บริการซ้ำหรือไม่ เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5.3.2.2 การศึกษาวิจัยในสหกรณ์ประเภทอื่น เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบกับผลการวิจัยในครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2562). *สาระความรู้สหกรณ์*. <https://cpd.go.th/knowledge/general-coop.html>
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรกรมส่งเสริมสหกรณ์ บุคลากรสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร*. <https://planning.office.cpd.go.th>.
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2565). *รายงานของผู้สอบบัญชี*. <https://web.cpd.go.th/ranong/index.php/data/2019-06-06-04-24-12>.
- กรวินท์ ชูพันธ์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการทรนเนอร์ออนไลน์: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก* [วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902037_5983.pdf
- กาญจนา ทาทอง. (2563). *คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำกัด สาขา มหาวิทยาลัยพะเยา* [สารนิพนธ์ ปริญญาโท]. <http://www.updc.clm.up.ac.th/bitstream/Kanchana%20Thathong%2c.pdf>
- คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาการสหกรณ์ ฉบับที่ 5*. กรมส่งเสริมสหกรณ์. <https://sites.google.com/view/policy-pnd>
- ฉัตรชนก โสมาลีย์. (2542). *ทัศนคติของข้าราชการตำรวจชายที่มีต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจหญิงชั้นสัญญาบัตร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท].
- ธานีรินทร์ ศิลปจารุ. (2563). *การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. (น. 467-480). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์. ฟรินด์ลิง แมสโปรดักส์.
- นพดล โกฎคำลือ. (2562). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมัน Mr.ปิโตรเลียมในเขตอำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. <https://so06.tcithaijo.org/index.php/JSC/article/view/261523>
- ปณพัชร กิติชัยวัฒน์. (2561). *ประสบการณ์การรับรู้คุณค่า ทัศนคติ และการซื้อซ้ำของผู้บริโภค Grocerants จังหวัดกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา Gourmet Market* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018.pdf>
- พิติดา แจ้งกิจจา. (2560). *ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคล*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- แพรรักษ์ ยอดแก้ว. (ม.ป.ป.). *ทัศนคติหรือเจตคติ*. GoToKnow. <https://www.gotoknow.org/posts/280647>
- ภูริกา ศรีตาแก้ว. (2565). มิติองค์ประกอบคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ สังกัดกระทรวงศึกษาธิการสกลนคร จำกัด. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 1(2), 45-56.
- รุ่งนภา บริพนธ์มงคล. (2563). การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3741/1/RMU TT-167535.pdf>
- วรกานต์ เชื้อสำราญ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำและความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสะดวกซัก (Laundromat) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4524/1/TP%20MS.061%202564.pdf>
- วรรษสิญา ศุภธนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่ส่วนกลางกรุงเทพมหานคร ภาค 203. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต].
- ศรัณย์ ศรีเจริญ. (2564). การรับรู้คุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ คุณค่าด้านราคา และความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำสินทรายของลูกค้า เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5385/1/saran_sich.pdf
- สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ระนอง. (2565). งบการเงินสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด. สำนักงานสหกรณ์จังหวัดระนอง. <https://ranong.web.cpd.go.th/maindata/cooperative-information.html>
- สุนันทา เชื้อจิตรนุกูล. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จำกัด [สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/download/258712/1759>
- สุไฉณีย์ แวญญู. (2019). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของสหกรณ์อิสลามอิบนูอัฟฟาน จำกัด ในอำเภอเมืองจังหวัดปัตตานี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 14(2), 190-202.
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอุบลราชธานี. (2564). *แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของสหกรณ์*. กรมส่งเสริมสหกรณ์. <https://km.cpd.go.th/view.php?id=1424>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อมราพร อุตมาภีรักษ์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อซ้ำอาหารริมถนน (Street Food) ในย่านเยาวราช [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5167/1/amaraporn_utta.pdf
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1723>
- อัปบัส พาตีเชตต์, มุฮัมหมัด ปุ. (2022). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของสหกรณ์อิสลามในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 17(3), 118-126.
- อานนท์ จันจิตรและไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2564). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. <https://repository.nida.ac.th/bitstream/handle/662723737.pdf>
- Altmann. (2008). Disability and T2 MRI lesions: a 20-year follow-up of patients with relapse onset of multiple sclerosis. *Brain*, 131(3), 808-817.
- Anderson, E. W. (1994). Cross-category variation in customer satisfaction and retention. *Marketing letters*, 5, 19-30.
- Boone & Kurtz (1998). *Contemporary Marketing 7th Edition: The Dryden Press, Harcourt Brace College Publisher.*
- Bohner, G., & Dickel, N. (2011). Attitudes and attitude change. *Annual review of psychology*, 62, 391-417.
- Cronin, at al. (2000). Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing* 76(2): 193–218.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). *Business research methods*. 9th ed. New York: McGraw-hill.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Dotchin, J. A., & Oakland, J. S. (1994). Total Quality Management in Services: Part 1: Understanding and Classifying Services. *International Journal of Quality & Reliability*
- Ehrenberg, A. (2000). New brands: near-instant loyalty. *Journal of marketing management*, 16(6), 607-617.
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service quality: concepts and models. *International journal of quality & reliability management*, 11(9), 43-66.
- Gounaris S., Dimitriadis S. & Stathakopoulos, V. (2010). An Examination of the Effects of Service Quality and Satisfaction on Customers' Behavioural Intentions in E-Shopping. *Journal of Service Marketing*. 24(2), 142-156.
- Hellier, P. K & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European journal of marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hinkle, D.E, William ,W. and Stephen G. J.. (1998). Applied Statistics for the Behavior Sciences. New York : Houghton Mifflin.
- Hornby. (2001). Central neurocircuitry associated with emesis. *The American journal of medicine*, 111(8), 106-112.
- Kim, S. M., Kang, S. W., Kwon, O. N., Chung, D., & Pan, C. H. (2012). Fucoxanthin as a major carotenoid in *Isochrysis aff. galbana*: Characterization of extraction for commercial application. *Journal of the Korean Society for Applied Biological Chemistry*, 55(4), 477-483.
- Kotler. (1994). Foraging theory, patch use, and the structure of a Negev Desert granivore community. *Ecology*, 75(8), 2286-2300.
- Kotler (2003). Marketing management (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: PrenticeHall.
- Martin, D. W. (1995). An importance/performance analysis of service providers' perception of quality service in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3(1), 5-17.
- Maior. (2019). *Boletim do Curso de Medicina da UFSC*, 5(2), 12.
- Menard, S. (1995). Applied Logistic Regression Analysis: Sage University Series on Quantitative Applications in the Social Sciences. Thousand Oaks, CA: Sage.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Newstrom & Davis. (2002). *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*.
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: Mac Graw-Hill
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1990). "Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations". New York: The Free Press.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40.
- Parasuraman. (1994). SERVQUAL: A multiple- item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *J. Retail.*, 64(1): 12-40.
- Perreault & Jerome. (1996). *Essentials of Marketing*. *Agricultural Economics Journal*, 49, 128-144.
- Rovinelli, R.J. and Hambleton, R.K. (1977) On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research*, 2, 49-60.
- Schermerhorn. (2000). *Management 7th ed*. New York: John Wiley & Sons. Psychometrika. (16), 297-334
- Schiffman & Kanuk. (1994). *Consumer behavior*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper & Row.
- Zeithaml, V.A., L. Berry, and A. Parasuraman (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality . *Journal of Marketing*, 60 (2): 31-46.
- Zhang, S. C. (2011). Topological insulators and superconductors. *Reviews of Modern Physics*, 83(4), 1057.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ
ของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

คำชี้แจง

แบบสอบถามเรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง” นี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการประกอบการสำเร็จการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอบพระคุณทุกท่าน

ปณิติตา บัวฉิม

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ที่ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 30 ปี () 2. 30 - 40 ปี
() 3. 41 - 50 ปี () 4. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
() 2. ปริญญาตรี
() 3. ปริญญาโท หรือสูงกว่า

4. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์

- () 1. น้อยกว่า 5 ปี () 2. 5 - 10 ปี
() 3. 11 - 15 ปี () 4. มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด
จังหวัดระนอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความรู้ความเข้าใจ					
1. ท่านทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์					
2. ท่านทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี					
3. ท่านมีความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์					
ด้านพฤติกรรม					
4. เมื่อท่านต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร ท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก					
5. เมื่อท่านต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก					
6. เมื่อท่านต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ ท่านจะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก					
ด้านความรู้สึก					
7. ท่านรู้สึกว่าเป็นเจ้าของสหกรณ์					
8. ท่านคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน					
9. ท่านรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุนเมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ
จำกัด จังหวัดระนอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความเป็นรูปธรรมของบริการ					
1. สหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก					
2. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ					
4. อาคาร สำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่ กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย					
ความน่าเชื่อถือ					
5. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ ให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน					
6. การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตาม ขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์					
7. สหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการ อย่างชัดเจนและโปร่งใส					
การให้ความมั่นใจ					
8. ท่านเชื่อมั่นว่าข้อมูลการใช้บริการและข้อมูลส่วนตัวที่ ใ้ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ					
9. ท่านเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต					
10. ท่านเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อมรับผิดชอบเมื่อเกิด ความผิดพลาดในการให้บริการ					
การตอบสนอง					
11. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของ สมาชิกผู้มาใช้บริการ					
12. เจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดย ใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม					
13. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเต็มใจให้บริการ ยินดี ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวทวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การเอาใจใส่					
14. สหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก					
15. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก					
16. เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิกและข้อมูลการใช้บริการของท่านได้					
17. วันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ					

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกกองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ท่านตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกแม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้านอื่น					
2. ท่านตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะในด้านสินเชื่อ หรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า					
3. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาซื้อสินค้าและใช้บริการของสหกรณ์					
4. ท่านจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

*****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาใช้เวลาในการตอบคำถามครั้งนี้*****

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง” โดย นางสาวปณิตตา บัวฉิม นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64620015 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าเป็นไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

ปณิตตา บัวฉิม

นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ฐิติรัตน์ ถาวรสุจริตกุล

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ทัศนคติและคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการซ้ำของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง” โดย นางสาวปณิตตา บัวฉิม นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รหัสนักศึกษา 64620015 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีอาจารย์ ผศ.ดร.ชุตินันต์ บุญนวล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

ปณิตตา บัวฉิม

นักศึกษามหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร. ยศกร บมโล

หน่วยงาน บริษัท ที.เอ็ม.ซี. อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
คำคุณภาพของแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC)

1. ค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
เพศ						
1	ชาย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	หญิง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
อายุ						
1	ต่ำกว่า 30 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	30 – 40 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	41 – 50 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	50 ปี ขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา						
1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	สูงกว่าปริญญาตรี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก						
1	น้อยกว่า 5 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	5 - 10 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	11 – 15 ปี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยาง

คอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ด้านความรู้ความเข้าใจ						
1	ท่านทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ท่านทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ท่านมีความเข้าใจในระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านพฤติกรรม						
4	เมื่อท่านต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร ท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5	เมื่อท่านต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	เมื่อท่านต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ ท่านจะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ด้านความรู้สึก						
7	ท่านรู้สึกว่าคุณเป็นผู้เป็นเจ้าของสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
8	ท่านคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9	ท่านรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุน เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสหกรณ์กองทุนสวนยาง

คอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
ความเป็นรูปธรรมของบริการ						
1	สหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	อาคาร สำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่ กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
ความน่าเชื่อถือ						
5	5. เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ ให้ ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6	6. การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตาม ขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
7	7. สหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการ อย่างชัดเจนและโปร่งใส	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การให้ความมั่นใจ						
8	ท่านเชื่อมั่นว่าข้อมูลการใช้บริการและข้อมูลส่วนตัวที่ให้ ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9	ท่านเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วยความ ซื่อสัตย์ สุจริต	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
10	ท่านเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อมรับผิดชอบเมื่อเกิดความ ผิดพลาดในการให้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
การตอบสนอง						
11	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้มาใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
12	เจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดยใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
13	เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเต็มใจให้บริการ ยินดีช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การเอาใจใส่						
14	สหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
15	เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
16	เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิก และข้อมูลการใช้บริการของท่านได้	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
17	วันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของสมาชิกกองทุนสวนยางคอคอดกระ จำกัด จังหวัดระนอง

ลำดับ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1	ท่านตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีกแม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้านอื่น	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2	ท่านตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะในด้านสินเชื่อ หรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3	ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาซื้อสินค้าและใช้บริการของสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4	ท่านจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในวงกว้าง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.977	30

เพศ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ชาย	162	64.8	64.8	64.8
หญิง	88	35.2	35.2	100.0
Total	250	100.0	100.0	

อายุ

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่า 30 ปี	12	4.8	4.8	4.8
30 – 40 ปี	70	28.0	28.0	32.8
41 – 50 ปี	111	44.4	44.4	77.2
50 ปี ขึ้นไป	57	22.8	22.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	156	62.4	62.4	62.4
ปริญญาตรี	87	34.8	34.8	97.2
สูงกว่าปริญญาตรี	7	2.8	2.8	100.0
Total	250	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
น้อยกว่า 5 ปี	17	6.8	6.8	6.8
5 – 10 ปี	85	34.0	34.0	40.8
11 – 15 ปี	108	43.2	43.2	84.0
มากกว่า 15 ปี ขึ้นไป	40	16.0	16.0	100.0
Total	250	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านทราบถึงสิทธิและหน้าที่ของการเป็นสมาชิกสหกรณ์	250	3.00	5.00	4.52	.647
ท่านทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการของสหกรณ์อย่างดี	250	3.00	5.00	4.59	.602
ท่านมีความเข้าใจในระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์	250	3.00	5.00	4.61	.598
เมื่อท่านต้องการใช้สินค้าทางการเกษตร ท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	250	2.00	5.00	4.59	.634
เมื่อท่านต้องการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรท่านจะใช้บริการของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	250	2.00	5.00	4.60	.607
เมื่อท่านต้องการเงินทุนในการประกอบอาชีพ ท่านจะใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์เป็นลำดับแรก	250	2.00	5.00	4.56	.709
ท่านรู้สึกว่าคุณคือผู้เป็นเจ้าของสหกรณ์	250	3.00	5.00	4.56	.606
ท่านคิดว่าสินค้าและบริการของสหกรณ์มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน	250	3.00	5.00	4.71	.504

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านรู้สึกถึงความคุ้มค่าหรือการประหยัดต้นทุน เมื่อซื้อสินค้าหรือใช้บริการของสหกรณ์	250	3.00	5.00	4.70	.505
สหกรณ์มีอุปกรณ์การตลาดครบครัน พร้อมอำนวยความสะดวก	250	2.00	5.00	4.42	.696
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	250	3.00	5.00	4.73	.459
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	250	3.00	5.00	4.52	.723
อาคาร สำนักงาน สถานที่ตั้งของสหกรณ์มีพื้นที่กว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย	250	2.00	5.00	4.46	.717
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีทักษะ ความรู้ ความชำนาญ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน	250	1.00	5.00	4.59	.653
การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นไปตามขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์	250	3.00	5.00	4.70	.575
สหกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างชัดเจนและโปร่งใส	250	2.00	5.00	4.74	.567
ท่านเชื่อมั่นว่าข้อมูลการให้บริการ และข้อมูลส่วนตัวที่ให้ไว้กับสหกรณ์จะมีการเก็บรักษาเป็นความลับ	250	2.00	5.00	4.62	.679
ท่านเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่สหกรณ์จะปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต	250	2.00	5.00	4.76	.551
ท่านเชื่อมั่นว่าสหกรณ์พร้อมรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาดในการให้บริการ	250	2.00	5.00	4.73	.556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเข้าใจถึงความต้องการของสมาชิกผู้มาใช้บริการ	250	3.00	5.00	4.68	.492
เจ้าหน้าที่สหกรณ์กระตือรือร้นในการให้บริการ โดยใช้ระยะเวลาการให้บริการอย่างเหมาะสม	250	3.00	5.00	4.55	.586
เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีความเต็มใจให้บริการ ยินดีช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ได้ทันที	250	3.00	5.00	4.64	.564
สหกรณ์ให้ความสำคัญกับสมาชิก มีการสำรวจความต้องการ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก	250	2.00	5.00	4.62	.553
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของสมาชิก	250	2.00	5.00	4.59	.560
เจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถจดจำข้อมูลการเป็นสมาชิกและข้อมูลการใช้บริการของท่านได้	250	2.00	5.00	4.52	.723
วันและเวลาทำการของสหกรณ์มีความเหมาะสมและสะดวกสำหรับการติดต่อ และมาใช้บริการ	250	3.00	5.00	4.76	.459
ท่านตั้งใจจะซื้อสินค้าของสหกรณ์อีก แม้ว่าอาจมีราคาแพงกว่าร้านค้าอื่น	250	2.00	5.00	4.57	.637
ท่านตั้งใจจะใช้บริการสหกรณ์อีกแน่นอน ไม่ว่าจะป็นด้านสินเชื่อหรือด้านการรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร แม้ว่าองค์กรอื่นอาจมีข้อเสนอที่ดีกว่า	250	2.00	5.00	4.74	.515

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาซื้อสินค้าและใช้บริการของสหกรณ์	250	2.00	5.00	4.72	.520
ท่านจะช่วยนำเสนอหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของสหกรณ์ให้ผู้อื่นทราบ	250	2.00	5.00	4.67	.597
Valid N (listwise)	250				



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Correlations

		reT	attat	attbt	attct	quat	qubt	quct	qudt	quet
Pearson Correlation	reT	1.000	.613	.765	.769	.785	.755	.749	.723	.709
	attat	.613	1.000	.708	.726	.651	.456	.467	.551	.589
	attbt	.765	.708	1.000	.745	.727	.587	.623	.633	.724
	attct	.769	.726	.745	1.000	.760	.721	.736	.688	.786
	quat	.785	.651	.727	.760	1.000	.710	.744	.710	.769
	qubt	.755	.456	.587	.721	.710	1.000	.778	.797	.757
	quct	.749	.467	.623	.736	.744	.778	1.000	.794	.702
	qudt	.723	.551	.633	.688	.710	.797	.794	1.000	.752
	quet	.709	.589	.724	.786	.769	.757	.702	.752	1.000
	Sig. (1-tailed)	reT	.	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
attat		.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
attbt		.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000
attct		.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000
quat		.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000
qubt		.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000
quct		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000
qudt		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000
quet		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
N		reT	250	250	250	250	250	250	250	250
	attat	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	attbt	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	attct	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	quat	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	qubt	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	quct	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	qudt	250	250	250	250	250	250	250	250	250
	quet	250	250	250	250	250	250	250	250	250

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.908 ^a	.824	.822	.22066	1.868

a. Predictors : (Constant), attct, attat, attbt

b. Dependent Variable : reT

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.949	3	18.650	383.028	<.001 ^b
	Residual	11.978	246	.049		
	Total	67.927	249			

a. Dependent Variable : reT

b. Predictors : (Constant), attct, attat, attbt

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.859 ^a	.737	.732	.27039	1.942

a. Predictors : (Constant), quet, quet, quat, qudt, quct

b. Dependent Variable : reT

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.089	5	10.018	137.025	<.001 ^b
	Residual	17.839	244	.073		
	Total	67.927	249			

a. Dependent Variable : reT

b. Predictors : (Constant), quet, qubt, quat, qudt, quct

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวปณิตตา บัวฉิม
วัน เดือน ปีเกิด	11 มกราคม 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรสาคร
สถานที่ศึกษา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ที่อยู่	2 หมู่ที่ 5 ตำบลมะมู อำเภอกะบุรี จังหวัดระนอง 85110
เบอร์โทรศัพท์	096 846 2350
E-mail	pantita.buachim@hotmail.com



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้