

คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา : สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

นายยะฟาด ดาแลหมัน¹

Yafad Dalaeman

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแบบ Taro Yamane (1967) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Multiple Regression Analysis, One way ANOVA ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสหกรณ์มีระดับคุณภาพการบริการรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.33$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 5 ด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรม ($M = 4.34$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($M = 4.30$) ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ ($M = 4.29$) ด้านความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ ($M = 4.39$) ด้านความใส่ใจแก่ผู้ให้บริการ ($M = 4.36$) และความพึงพอใจรวม ($M = 4.28$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีคุณภาพการบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและความใส่ใจของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

คุณภาพการบริการสามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์ ได้ร้อยละ 44.9 ($R^2 = 0.449$) โดยค่า $F = 64.085$ หรือคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า 3 ด้านส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความมั่นใจของผู้ให้บริการ ($\beta = 0.488$) ด้านการตอบสนองของผู้ให้บริการ ($\beta = 0.139$) และด้านความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.293$)

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ; ความพึงพอใจ; สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด สตูล

¹นายยะฟาด ดาแลหมัน นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสงขลา ผู้จัดการสหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด สาขาทุ่งหว้า

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกธุรกิจทุกวันนี้ เป็นโลกเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงผันผวนอยู่ตลอดเวลาทำให้ธุรกิจไม่สามารถหยุดนิ่งได้ จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคงเนื่องจากเป็นเมืองการเกษตรและเมืองท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากมีสถานที่เหมาะสมทำให้เกิดภาคการบริการต่างๆตามมา การปรับตัวให้ทันกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจการเงินและการให้บริการซึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลก การเปิดเสรีทางการเงินซึ่งมีธนาคารและสถาบันการเงินในรูปแบบต่างๆ หลั่งไหลเข้ามาให้ลูกค้าเลือกใช้บริการได้หลากหลาย รวมถึงสถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ สหกรณ์การเกษตร ก็มีการเปลี่ยนแปลงปรับภาพลักษณ์และกระบวนการทำงานและการให้บริการรวมถึงการสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้ถึงการบริการในรูปแบบใหม่ๆ เพราะนอกจากความเคลื่อนไหวของคู่แข่งในตลาดแล้ว ความคาดหวังของลูกค้าก็มีสูงขึ้นด้วย ณ ปัจจุบันนี้ทุกกิจการจึงมีเป้าหมายไปที่ลูกค้าทั้งสิ้น คือการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางของการตัดสินใจในดำเนินการต่างๆของกิจการ การให้ความสำคัญกับลูกค้าด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ (customer satisfaction) จึงทำให้เกิดการปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่องและถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดและเติบโตของกิจการนั้นๆ โดยมีการวางกลยุทธ์และกำหนดวิธีการต่างๆให้เกิดการใช้บริการและการบริการซ้ำๆจนทำให้เกิดความพึงพอใจกับการบริการของกิจการ

สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟจำกัด จังหวัดสตูล เป็นสถาบันทางการเงินในรูปแบบสหกรณ์ที่มีการจดทะเบียนก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2536 ประวัติกิจการยาวนานถึง 28 ปี ที่ดำเนินธุรกิจทั้งในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับฐานราก ไปพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ โดยมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาอาชีพของสมาชิกให้ดำรงอยู่ได้ในระดับเศรษฐกิจฐานราก การขยายฐานสมาชิกและปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงิน ปัจจุบันสหกรณ์ มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่สตูลและขยายจุดบริการในพื้นที่ต่างๆ รวมทั้งหมด 10 สาขา และมีจำนวนสมาชิก เป็น 32,720 ราย ใน พ.ศ. 2562 สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ให้บริการ ผัก ถอน ผ่อนชำระ เปิดรับสมาชิกใหม่ บริการสินเชื่อสมาชิก มีสวัสดิการสมาชิกและส่งเสริมสวัสดิการช่วยเหลือสังคม (รายงานกิจการประจำปี 2562 สหกรณ์อิสลามอิบнуอาฟ จำกัด)

การพัฒนาการบริการใหม่ๆ ของสหกรณ์ เป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานทุกคนต้องถือเป็นหน้าที่ และปฏิบัติอย่างจริงจัง ระบบสหกรณ์จะประสบความสำเร็จได้ ต้องได้รับการยอมรับจากผู้ใช้บริการ การใช้บริการทางการเงิน ลูกค้าต่างมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป อาจทำให้การบริการของสหกรณ์ไม่พร้อมต่อการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึง

เล็งเห็นว่า การจะรักษาลูกค้าไว้ได้นั้น เราต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาอาชีพของผู้ใช้บริการมีคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล โดยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ พฤติกรรมในการใช้บริการ 2) คุณภาพการบริการ(ตัวแปรต้น) ได้แก่ ด้านรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรวดเร็ว ด้านความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และความพึงพอใจในการใช้บริการ (ตัวแปรตาม)

ขอบเขตประชากร คือ ผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล มีสาขาทั้งหมด 10 สาขา

ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือน พฤศจิกายน 2563 - มกราคม 2564

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงระดับคุณภาพการบริการของสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. คณะกรรมการดำเนินงานสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด ได้รับทราบถึงข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและปัจจัยที่ส่งผลถึงความพึงพอใจ

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถของการให้บริการแก่ลูกค้าโดยเน้น ความถูกต้อง แม่นยำ ของการให้บริการ ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ การให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ตามความคาดหวัง ระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัย ในการบริการ Parasuraman, Zeithaml & Berry 1985 อ้างใน (ศวริศ อารยะรังสี, 2556, หน้า 149)

ในระยะเวลาต่อมาได้มีการพัฒนาคุณภาพการบริการเหลือเพียง 5 มุมมอง เรียกว่า SERVQUAL Dimension และ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1998) ได้พัฒนาขั้นตอนการประเมินคุณภาพการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยสร้างเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการจำแนกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1). ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2). ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3). การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) 4.การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 5. ความใส่ใจลูกค้า (Empathy (กิริติ บันดาลสิน, 2558)

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านกายภาพ (Tangibles) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล

2) ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงานและให้บริการที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

3) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที และรวดเร็ว

4) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) ความรู้และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ (เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัย เข้าด้วยกัน)

5) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่และความสนใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ เป็นการรวมปัจจัยด้าน การเข้าถึงบริการ การสื่อสาร และความเข้าใจเข้าด้วยกัน (Zeithaml and Berry, 2003, หน้า 57)

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีความหมายว่า ระดับความรู้สึกในทางดีของผู้บริโภคต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 2010, p 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าหมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จาก คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานผลิตภัณฑ์การคาดหวังของลูกค้าในขณะที่ (Oliver, 1980) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจว่าเป็นผลลัพธ์ของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้สินค้าและบริการ (นงลักษณ์ ประดับทอง 2554) โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นหลังจากลูกค้าประเมินสินค้าและบริการที่ตนเองเข้ารับบริการแล้ว แม้ว่าความพึงพอใจเคยถูกสมมติให้เกิดขึ้นก่อนคุณภาพของการบริการอย่างไรก็ตามการศึกษาในหลากหลายอุตสาหกรรมของ (Cronin & Taylor, 1992) พบว่าคุณภาพของบริการเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าพึงพอใจโดย (Kotler, 1997) เสนอว่าผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับผลงานของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 กรณีกรณีแรกถ้าผลงาน

ของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะรู้สึกไม่พอใจ กรณีที่สองถ้าผลงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าลูกค้าจะรู้สึกพอใจ (พนิดา เพชรรัตน์ 2556) กรณีสุดท้ายถ้าผลงานของผลิตภัณฑ์ดีกว่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะรู้สึกประทับใจหรือพึงพอใจเป็นอย่างยิ่งโดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจจะเป็นการวัดผลรวมของปฏิกิริยาทั้งด้านความคิดและความรู้สึกที่มีต่อบริการที่ได้รับอย่างเป็นประจำโดยการประเมิน ความพึงพอใจจะเป็นหนทางนำไปสู่การรักษาฐานลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของธุรกิจต่อไป (Jones & Sasser, 1995)

เมื่อผู้ใช้บริการพึงพอใจในบริการจากศูนย์บริการ ทुरुซ้อบจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการเป็นอย่างมากกล่าวการจะมาใช้บริการที่มีผลงานตรงตามคุณลักษณะที่ต้องการอย่างไรก็ตามคุณลักษณะของบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการอาจไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้เสมอไป (Ostrom & Iacobacci, 1995) เมื่อลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการลูกค้าจะมีพฤติกรรมซื้อซ้ำและบอกต่อสินค้าและบริการต่อไป แต่ถ้าผลงานของสินค้าและบริการดังกล่าวต่ำกว่าที่ลูกค้าคาดหวังลูกค้าจะไม่พึงพอใจและจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (Gilly & Gelb, 1982)

คำถามงานวิจัย

คำถามงานวิจัยที่ 1 คุณภาพการบริการในแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หรือไม่

H_{1a}: คุณภาพการบริการด้านเป็นรูปธรรมมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H_{1b}: คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H_{1c}: คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H_{1d}: คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H_{1e}: คุณภาพการบริการด้านความใส่ใจมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คำถามงานวิจัยที่ 2 อาชีพของผู้ใช้บริการมีคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร

H_{2a}: อาชีพที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองที่แตกต่างกัน

H_{2b}: อาชีพที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจที่แตกต่างกัน

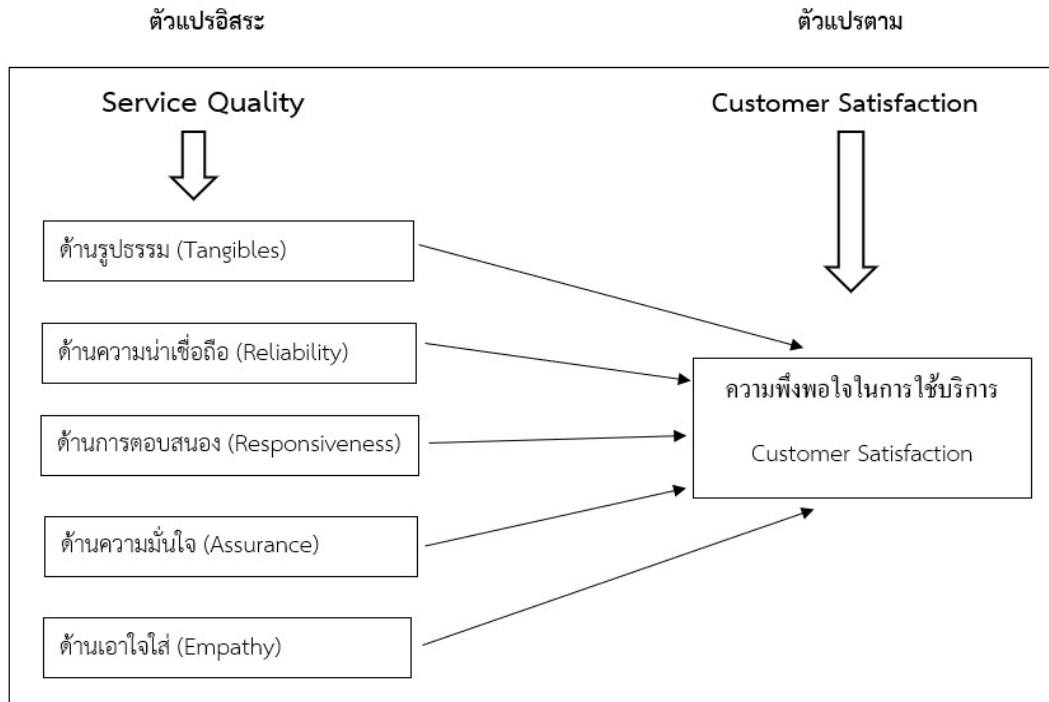
กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality) ได้พัฒนามาจากงานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985 อ้างอิงใน กิริติ บันดาลสิน, 2558) ประกอบด้วย

ตัวแปรต้นคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality)

- 1) ด้านรูปธรรม
- 2) ด้านความน่าเชื่อถือ
- 3) ด้านการตอบสนอง
- 4) ด้านความมั่นใจ
- 5) ด้านเอาใจใส่

ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) ได้พัฒนามาจากแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 1997)



ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล มีจำนวน 32,710 คน (สหกรณ์อิสลามอินนูเอฟจำกัด รายงานกิจการประจำปี 2562)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบเป็นระบบ (systematic sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ทาโรยามาเน่ Taro Yamane, (1967) เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและเพื่อความเหมาะสม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล มีจำนวน 9 ข้อ เป็นแบบสำรวจรายการ 2) คุณภาพการบริการได้ประยุกต์จาก Yongdong Shi, Catherine Prentice, and Wei He (2014) มีคำถาม 22 ข้อ และความพึงพอใจในการใช้บริการได้ประยุกต์มาจาก Lawrence Teng Lat Loi et al. (2017) มีคำถาม 3 ข้อ โดยให้เหมาะสมกับบริบทของสหกรณ์ ลักษณะการตอบแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 3 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงและพัฒนาสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล

3. การทดสอบสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามมาทดสอบล่วงหน้า (Pretest) โดยใช้การเก็บข้อมูลจากสมาชิก จำนวน 10 ราย โดยให้ตอบแบบสอบถาม พร้อมนั่งสังเกตการณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม และซักถามเพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ จากการทดสอบจำนวน 10 คน พบว่ามีจำนวน 3 คน ที่ไม่เข้าใจในข้อคำถามในบางข้อ หลังจากนั้นได้ทำการแก้ไขข้อความแล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเดิม ทดสอบอีกครั้ง ผลปรากฏว่ามีความเข้าใจในข้อคำถาม หลังจากนั้น นำไปทดลองทำแบบสอบถามโดยใช้วิธีการ (Pilot Study) โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายจำนวน 40 คน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติทุกขั้นตอนให้เหมือนกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่พบเจอปัญหาทำการแก้ไขและ ปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงและคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.800-0.883

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยได้ทำการแจกแบบสอบถามแบบ online ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยกำหนดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ 3 คน เลือกกลุ่มตัวอย่าง 1 คน และตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ค่าสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์เพื่ออธิบายระดับคุณภาพการบริการและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ Multiple Regression
4. เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลอาชีพกับคุณภาพการบริการโดยใช้ค่า สถิติแบบ One-Way ANOVA

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ให้บริการ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาเป็นเพศชาย 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 42.0 รองลงมาร้อยละ 40.5 มีอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 62.3 เป็นระดับ

การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมาร้อยละ 27.3 ต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 43.5 รองลงมา ร้อยละ 20.3 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาท ร้อยละ 29.3 รองลงมา ร้อยละ 26.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้ว 7-9 ปี ร้อยละ 26.8 จำนวน 107 คน รองลงมา 4-6 ปี จำนวน 88 คน ร้อยละ 22.0 ส่วนใหญ่ใช้บริการ ฝาก-ถอน ร้อยละ 42.5 จำนวน 170 คน รองลงมาใช้บริการผ่อนชำระสินค้า จำนวน 140 ร้อยละ 35.0 จะใช้บริการ 1-2 ครั้ง ต่อเดือน ร้อยละ 38.5 จำนวน 154 คน รองลงมา จำนวน 126 คน ร้อยละ 31.5 ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้ง โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้บริการในช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ร้อยละ 24.3 จำนวน 97 คน รองลงมา ร้อยละ 19.0 จำนวน 76 คน ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-13.00 น.

ตารางที่ 1 คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สหกรณ์อิสลามอินชุนเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลความหมาย
ด้านความเป็นรูปธรรม	4.34	0.43	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.30	0.48	มาก
ด้านการตอบสนองผู้ใช้บริการ	4.29	0.56	มาก
ด้านความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	4.39	0.44	มาก
ด้านความใส่ใจแก่ผู้ใช้บริการ	4.36	0.46	มาก
คุณภาพการบริการรวม	4.33	0.40	มาก
ความพึงพอใจรวม	4.28	0.60	มาก

ตารางที่ 1 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินชุนเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล มีการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการรวมในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ผู้ใช้บริการ ได้รับรู้คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ทุกๆด้าน เรียงลำดับคุณภาพบริการสูงมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 4.39 รองลงมาด้านความใส่ใจแก่ผู้ใช้บริการ ร้อยละ 4.36 ด้านความเป็นรูปธรรม ร้อยละ 4.34 ด้านความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 4.30 และ ด้านการตอบสนองผู้ใช้บริการ ร้อยละ 4.29 และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับ มาก ร้อยละ 4.28

คำถามงานวิจัยที่ 1 คุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หรือไม่
 ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุของคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตัวพยากรณ์	Std.		Beta	t	Sig.
	B	Err0r			
(ค่าคงที่)	-0.001	0.257		-0.00	0.998
ด้านความเป็นรูปธรรม	0.293	0.082	0.209	3.560	0.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.096	0.084	0.130	1.141	0.255
ด้านการตอบสนอง	0.139	0.062	0.130	2.241	0.026
ด้านความมั่นใจ	0.488	0.086	0.361	5.664	0.000
ด้านดูแลเอาใจใส่	-0.35	0.071	-0.027	-0.495	0.621

$R^2 = 0.449$; $SEE = 0.445$; $F = 64.085$; $Sig = 0.000$

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีคุณภาพการบริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินชัวเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและความใส่ใจของผู้ใช้บริการ ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินชัวเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล

คุณภาพการบริการสามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์ ได้ร้อยละ 44.9 ($R^2 = 0.449$) โดยค่า $F = 64.085$ หรือคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า 3 ด้านส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ ($\beta = 0.488$) ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ ($\beta = 0.139$) และด้านความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.293$) ตามลำดับ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีทิศทางเดียวกันคือเป็นบวกโดยเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้ *สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ*

$$Y = -0.001 + 0.448 \text{ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ} + 0.139 \text{ ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ} + 0.239 \text{ ด้านความเป็นรูปธรรม}$$

สมการพยากรณ์คะแนนมาตรฐาน

$$Y = +0.361 Z_{\text{ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ}} + 0.130 Z_{\text{ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ}} + 0.209 Z_{\text{ด้านความเป็นรูปธรรม}}$$

จากสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ สามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หากการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 0.361 ด้านการตอบสนองลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 0.130 ด้านความเป็นรูปธรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 0.209 ด้านความมั่นใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย

คำถามงานวิจัยที่ 2 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพบริการแตกต่างกัน หรือไม่
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคุณภาพการบริการกับอาชีพของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการบริการ	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการตอบสนอง ผู้ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.546	5	1.509	5.127	0.000
	ภายในกลุ่ม	115.973	394	0.294		
	รวม	123.519	399			
ด้านความมั่นใจแก่ผู้ ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.466	5	0.693	3.689	0.003
	ภายในกลุ่ม	74.028	394	0.188		
	รวม	77.494	399			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมและด้านความใส่ใจผู้ให้บริการ ที่แตกต่างกัน และอาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองผู้ให้บริการ และด้านความมั่นใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการศึกษาดังกล่าว จึงยอมรับสมมติฐานที่ H_{2b}

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการกับอาชีพของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการบริการ	อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	For Mean			
						Lower Bound	Upper Bound	Min	Max
ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ	นักศึกษา	41	4.451	0.400	0.062	4.324	4.577	3.75	5.00
	ข้าราชการ	23	4.521	0.225	0.046	4.424	4.619	4.00	5.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	81	4.358	0.469	0.052	4.254	4.461	3.00	5.00
	พนักงานเอกชน	174	4.133	0.634	0.048	4.043	4.232	2.00	5.00
	ธุรกิจส่วนตัว	65	4.403	0.447	0.555	4.292	4.514	3.00	5.00
	เกษตรกร/ประมง	16	4.312	0.750	0.187	3.912	4.712	2.00	5.00
	รวม	400	4.286	0.556	0.028	4.232	4.431	2.00	5.00
ด้านความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ	นักศึกษา	41	4.390	0.450	0.070	4.247	4.532	3.25	5.00
	ข้าราชการ	23	4.489	0.232	0.048	4.388	4.589	4.00	5.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	81	4.459	0.419	0.046	4.367	4.552	2.75	5.00
	พนักงานเอกชน	174	4.294	0.460	0.034	4.225	4.363	2.00	5.00
	ธุรกิจส่วนตัว	65	4.500	0.428	0.053	4.393	4.606	3.25	5.00
	เกษตรกร/ประมง	16	4.562	0.381	0.095	4.359	4.766	4.00	5.00
	รวม	400	4.393	0.440	0.022	4.349	4.436	2.00	5.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอินนูเอฟ จำกัด จังหวัดสตูล ในอาชีพข้าราชการจะรับรู้คุณภาพการให้ในด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด(M=4.530,SD=0.238)และพนักงานรัฐวิสาหกิจน้อยที่สุด (M=4.246,SD=0.592) อาชีพข้าราชการจะรับรู้คุณภาพการให้ในด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการมากที่สุด (M=4.521,SD=0.225)และอาชีพพนักงานเอกชนน้อยที่สุด (M=4.133,SD=0.634) อาชีพเกษตรกร/ประมงจะรับรู้คุณภาพการให้ในด้านความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการมากที่สุด (M=4.562,SD=0.381) และอาชีพพนักงานเอกชนน้อยที่สุด (M=4.294,SD=0.460)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย การศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายตามผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองของผู้ใช้บริการ ด้านความมั่นใจของผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเอาฟ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ได้ร้อยละ 44.90 ยกเว้นคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเอาใจใส่แก่ผู้ให้บริการ ไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งภาพรวมจะเป็นเรื่องของอาคารสำนักงานของสหกรณ์ จะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในสหกรณ์ให้ทันสมัย การแต่งกายของพนักงานให้เรียบร้อย เอกสารแนะนำการบริการ พนักงานจะต้องมีการดูแลเอาใจใส่ผู้บริการและคำนึงถึงผลประโยชน์ถึงความต้องการของผู้บริการให้มากกว่าเดิม สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดบรรยากาศร่วมต่อสมาชิก ซึ่งบรรยากาศก็เป็นหนึ่งสิ่งที่สามารถช่วยดึงดูดความสนใจของสมาชิกได้ดี จากผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนาพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และคุณภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีคุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองผู้บริการ ด้านความมั่นใจแก่ผู้บริการ ที่แตกต่างกัน และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจแก่ผู้บริการที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่แล้วผู้บริการจะมีอาชีพ เป็นพนักงานเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการเรื่องคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่ ทั้งเรื่องของความรวดเร็วในการบริการและ การดูแลเอาใจใส่รายละเอียดต่างๆของผู้บริการกลุ่มนี้ เพื่อให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น และเกิดระดับความพึงพอใจให้เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะไว้เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการของสหกรณ์ ดังนี้

คุณภาพการบริการด้านรูปธรรมไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริการ ดังนั้นสหกรณ์ควรที่จะมีบุคลากรเพิ่มเติมด้านเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารทางด้านเทคโนโลยีให้มากขึ้นกว่าเดิมเพื่อรองรับระบบใหม่ๆที่จะเข้ามาในอนาคตและควรฝึกอบรม

พนักงานสหกรณ์ในเรื่องของภาพลักษณ์ เช่น การแต่งกาย ความสะอาดของสำนักงาน และเพิ่มในส่วนเอกสารแนะนำในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและให้การดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจและมีความต้องการใช้บริการครั้งต่อไปในอนาคต

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่แล้วจะให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือเป็นอันดับต้นๆของการใช้บริการ ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเป็นปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารภายในองค์กร พนักงานส่วนใหญ่ไม่สามารถตอบปัญหาที่ผู้ใช้บริการต้องการจะทราบได้ เช่น ระยะเวลาในการจ่ายเงินปันผล ข้อมูลการอนุมัติของผู้ขอสินเชื่อ และระยะเวลาในกระบวนการยื่นขอสินเชื่อ คณะกรรมการควรจะมีกรอบในกระบวนการทำงานในด้านต่างๆ เพื่อที่จะให้พนักงานสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความพึงพอใจในองค์กร

ปัจจุบันนี้พฤติกรรมของพนักงานสหกรณ์ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น เพราะเกิดความมั่นใจในตัวพนักงาน ดังนั้น การสร้างบุคลิกภาพของพนักงานจึงมีความจำเป็นต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกเป็นกันเอง การให้บริการและการสื่อสารที่รวดเร็ว โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ได้อย่างดี พนักงานสหกรณ์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ อ่อนโยน สหกรณ์ควรที่จะฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานสหกรณ์ในเรื่องการบริการเฉพาะด้าน เพราะการอบรมทำให้เกิดความชำนาญในงานที่รับผิดชอบ และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อความก้าวหน้าของพนักงานแต่ละคน และความก้าวหน้าของสหกรณ์ไปพร้อมกัน เพื่อที่จะทำให้สมาชิกรับรู้คุณภาพการบริการและเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

สหกรณ์ควรเพิ่มช่องทางในการให้บริการเพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการด้วยการบริการที่หลากหลายช่องทางและเข้าถึงได้ง่าย เพื่อเป็นการตอบสนองการใช้บริการในแต่ Generation ควรสร้างคุณภาพการบริการ โดยเน้นการบริการที่มีความโดดเด่นทั้งในสายตาของผู้ใช้บริการและคู่แข่ง เพื่อเป็นการยกระดับองค์กรเกิดความพึงพอใจ ในสายตาของผู้ใช้บริการหรือความรู้สึกชื่นชอบในการใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเอาฟ จำกัด จังหวัดสตูล ในแต่ละสาขาและสาขางานเพื่อให้ทราบถึงคุณภาพการบริการเพื่อเตรียมการรับมือกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต

2. ควรศึกษาถึงช่องทางในการให้บริการเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อผู้ใช้บริการทำให้คุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล

3. ควรใช้วิธีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบให้ให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น จัดเก็บตาม Generation เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่ตรงตามความเป็นจริงมากขึ้น

4. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบภาพรวม ควรศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล แบบเจาะลึกในรายละเอียดของแต่ละบุคคลส่วนฝ่ายของสมาชิกสหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด จังหวัดสตูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดและสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาการนำเสนอข้อมูลให้ตรงต่อกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (Reference)

สหกรณ์อิสลามอับนูเออาฟ จำกัด (2563) รายงานกิจการประจำปี 2562 .

รังสรรค์ เลิศในสัตย์ (2563) การประเมินระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของประเทศไทย(รายงานผลการวิจัย) กรุงเทพมหานคร:สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

บดินทร์ กล่อมวงศ (2560) พฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์กองทุนสวนยางทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี (รายงานผลการวิจัย) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย วรรณสารการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day.

กิริติ บันดาลสิน (2558) การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน (วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศวริศา อารยะรังสี (2556) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคาร อินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา.

นงลักษณ์ ประดับทอง (2554) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร ออมสินสาขาปากน้ำชุมพร วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ จัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

พนิดา เพชรรัตน์ (2556) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร พนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2.

Yamane, (1967) Taro Statistic An Introductory Analysis. New York Harper & row.

Parasuraman & Berry (2003). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." Journal of Marketing 57, 4.

- Yu, K.-T. (2013). A measurement model for service capability from the customer perspective. In (Vol. 7, pp. 563-582).
- Yong dong Shi et al. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter *International Journal of Hospitality Management*.
- Lawrence Teng Iat Loi et al. (2017) Fong Does the quality of tourist shuttles influence revisit intention through destination image and satisfaction The case of Macao.
- Kolter. (1997) *Marketing management (The Millennium ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, & Armstrong, G. (2008). *Marketing: An introduction*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice - Hall.
- Millet, J.D. (1954). *Management in the publics service: The quest for effective performance*. New York: Mcgraw-Hill Book Compan.
- Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Cronin & Taylor (1992) Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Gilly & Gelb (1982) Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh.
- Ostrom & Iacobacci (1995) Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust.
- Jones & Sasser (2002) Measuring perceived service quality at UAE commercial banks.