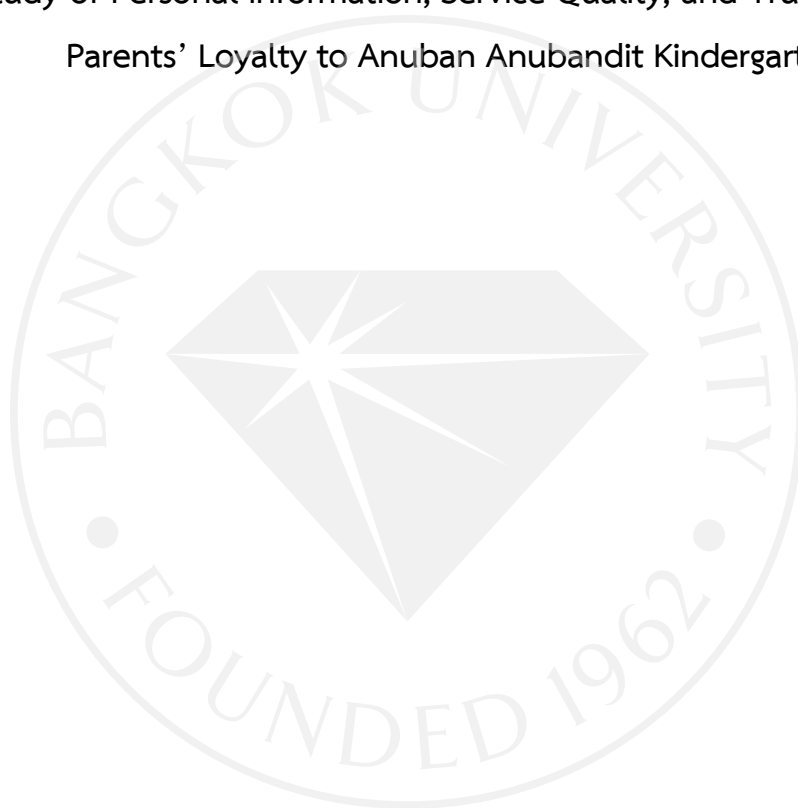


การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจ
ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

A Study of Personal Information, Service Quality, and Trust Affecting
Parents' Loyalty to Anuban Anubandit Kindergarten



การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดี
ของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต

A Study of Personal Information, Service Quality, and Trust Affecting Parents' Loyalty
to Anuban Anubandit Kindergarten



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2562

คิตกานท์ สายอรุณ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความ
จงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลบัณฑิต

ผู้วิจัย คีตกานท์ สายอรุณ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 มีนาคม 2562

ศิตกานท์ สายอรุณ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ
ผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต (51 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต 2) คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต 3) ความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทดสอบความตรงของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.890 และแจกกับผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต จำนวน 200 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต แตกต่างกัน ส่วนด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และการใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) พบว่า คุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ข้อมูลส่วนบุคคล, คุณภาพการให้บริการ, ความไว้วางใจ, ปัจจัยด้านความจงรักภักดี, โรงเรียน, ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

Saiaroon, K. M.B.A, March 2019, Graduate School, Bangkok University.

A Study of Personal Information, Service Quality, and Trust Affecting Parents' Loyalty to Anuban Anubandit Kindergarten (51 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Suthinan Promsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research were to study 1) differences in personal information that affect the loyalty of parents of Anuban Anubundit Kindergarten 2) quality of service that affects parents' loyalty to Anuban Anubundit Kindergarten 3) the trust that affects the loyalty of parents of Anuban Anubundit Kindergarten by using questionnaires as a tool for gathering information and test the content accuracy and reliability by using method of Cronbach's alpha with the sample group of 30 people with confidence level of 0.890 and give to 200 parents of Anuban Anubundit Kindergarten. As for the statistics method, it is divided into 2 types, first is descriptive statistics such as percentage mean and standard deviation, second is inferential statistics such as t-test, and F-test or (One-way ANOVA) found that personal factors on income per month had an effect on the loyalty of parents of Anuban Anubundit Kindergarten, while gender, age, status, education level, occupation and related relationship had effect on loyalty of the parents of the, which overall have no difference and using the statistics to find the relation between the variables using the simple regression analysis method, found that service quality and trust had an influence on the loyalty of the parents of Anuban Anubundit Kindergarten at the level of 0.05.

Keywords: Personal Information, Service Quality, Trust, Loyalty Factor, School, Population and Samples

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล เรื่อง คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมา สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดี ตลอดจนได้ตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องพร้อมทั้งอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจในขั้นตอนและเนื้อหางานวิจัยมากขึ้น จนการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษากายในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ทุกคนในครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนการศึกษาค้นคว้า จนกระทั่งได้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาเฉพาะบุคคลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้า

ศิตกานท์ สายอรุณ

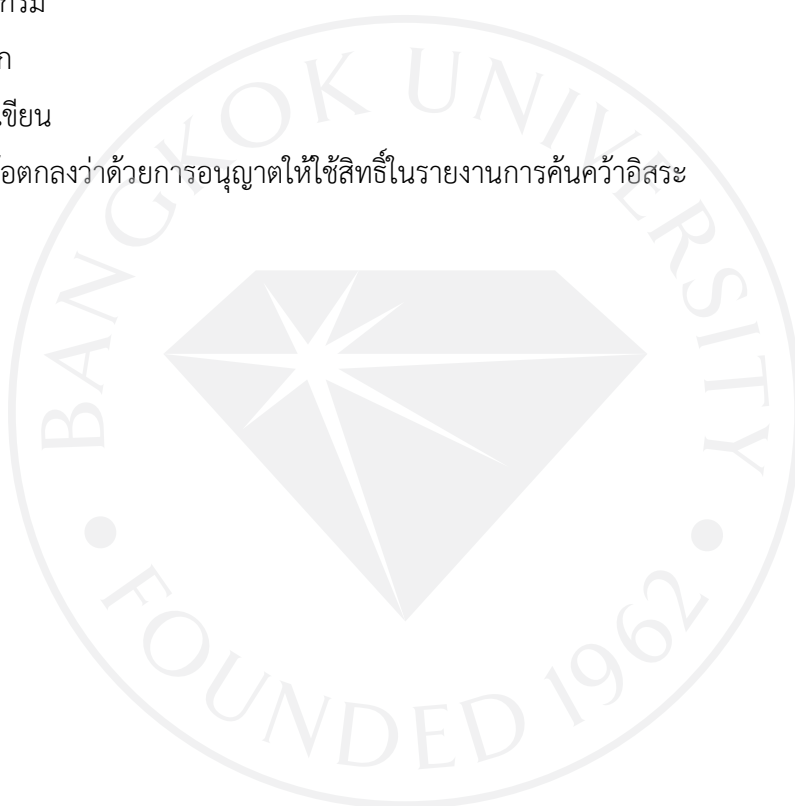
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.4 สมมุติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	7
1.5 นิยามศัพท์	8
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ	14
2.3 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ	17
2.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	25
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.4 สมมุติฐานการวิจัย	28
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย	29
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	30
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	33

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผล	37
5.2	การอภิปรายผล	37
5.3	ข้อเสนอแนะ	40
	บรรณานุกรม	41
	ภาคผนวก	45
	ประวัติผู้เขียน	51
	เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	27
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต	31
ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต	32
ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต	32
ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านเพศ	33
ตารางที่ 4.6: แสดงสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และมีความเกี่ยวข้อง	34
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่	34
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)	35
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าอิทธิพลของความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)	35

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย

7



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

การศึกษา คือ การสร้างและเพิ่มพูนความรู้ และความคิดของบุคคล เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ในสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตของคนในสังคม สังคมจะพัฒนาได้มาก เมื่อสมาชิกในสังคมมีความสามารถมาก สังคมจึงต้องส่งเสริมการศึกษาหาความรู้ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นการกระทำโดยเสรี ตามความสนใจใคร่รู้ของตัวบุคคลเอง และอีกส่วนหนึ่งเป็นการกำหนดให้ โดยผู้ใหญ่ สำหรับเยาวชนหรือโดยรัฐ สำหรับประชาชนการศึกษาส่วนแรกเป็นการจัดให้ และแสวงหาโดยเสรี ทั้งทางฝ่ายผู้ให้และผู้รับ เป็นประเภทที่ปัจจุบันเรียกกันว่า การศึกษานอกระบบโรงเรียน หรือการศึกษาตามอัธยาศัย การศึกษาส่วนหลัง เป็นการศึกษาที่รัฐบาลผู้บริหารประเทศจัดให้โดยตรง เช่น ในโรงเรียนและทางอ้อม แต่ไม่ว่าจะเป็นการจัดให้โดยตรงหรือโดยอ้อมก็ตาม ย่อมมีการควบคุมประเภทและมาตรฐานของความรู้ที่ให้ ด้วยหลักสูตรเนื้อหา ซึ่งทางราชการกำหนดและบังคับให้ต้องรับการศึกษา เช่นนี้ อย่างน้อยในระดับหนึ่ง ซึ่งทางราชการถือว่าประชาชนทุกคนควรมี คือ การศึกษาระดับประถมศึกษาภาคบังคับตามกฎหมาย (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป.)

โรงเรียนคือสถานที่อบรมสั่งสอนหรือจัดการศึกษาให้แก่เด็ก ทำหน้าที่แทนพ่อแม่ ทั้งนี้ เพราะสังคมในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงสภาพอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอื่น ๆ สภาพครอบครัวไทยมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยเฉพาะครอบครัวในเมืองและแนวโน้มนครครอบครัวในชนบทจะมีลักษณะเช่นเดียวกัน คือ เป็นครอบครัวเดี่ยว มีพ่อแม่ลูกอยู่ตามลำพัง แยกตัวออกจากญาติผู้ใหญ่ พ่อแม่ไปทำงานนอกบ้านทั้งคู่และนิยมจ้างคนเลี้ยงดูลูกแทนที่การให้ญาติมาดูแล ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมดังกล่าว พ่อแม่จึงนำลูกมาเข้าโรงเรียนมากขึ้น เพื่อช่วยลดปัญหาการอบรมเลี้ยงดูลูก โรงเรียนเป็นสถานที่ที่มีครู เพื่อน และเจ้าหน้าที่คนงาน โรงเรียนจึงเป็นสถานที่ที่มีอิทธิพลและมีผลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของเด็ก สำหรับเด็กปฐมวัยช่วงอายุ 3- 5 ปี พัฒนาการทางสังคมของเด็กจะแสดงออกที่จะเรียนรู้ความเป็นตนเอง มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมากขึ้น สนใจที่ร่วมประสบการณ์ในโรงเรียน เด็กจะเรียนรู้กฎระเบียบของสังคม การเล่นตามกติกา การเข้ากลุ่ม การเล่นเกม เป็นการสนับสนุนให้เด็กเรียนรู้กฎของสังคม หากการเรียนรู้ถูกต้องจะมีผลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพที่ดี โรงเรียนเป็นสถานที่สำคัญทางสังคมที่ได้หล่อหลอมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของเด็กปฐมวัยได้เป็นอย่างดี และเมื่อเด็กอยู่โรงเรียนเป็นระยะเวลาหลายปี เด็กจะรับรู้คุณค่าของโรงเรียนที่อบรมบ่มนิสัยและให้ความรู้แก่ตน (บุบผา เรืองรอง, 2555)

จากปัญหาที่เกิดขึ้น สิ่งที่ต้องพัฒนาสำหรับโรงเรียนอนุบาล คือ เรื่องคุณภาพการให้บริการ และตัวบุคลากรจะต้องดำเนินการแก้ไขพัฒนา โดยเน้นที่ผู้ปกครองของโรงเรียนอนุบาล ทั้งนี้งานวิจัย

จะดำเนินการวิจัยโดยใช้โรงเรียนอนุบาลอนุบาลบัณฑิตเป็นกรณีศึกษา และจะดำเนินการสำรวจกับ
ผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลบัณฑิต ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นของปัญหาที่ต้องมีการแก้ไขโดยมุ่งเน้นที่
ผู้ปกครองของโรงเรียนอนุบาลอนุบาลบัณฑิต มีประเด็นการศึกษา ดังนี้

1) ปัญหาด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีทฤษฎีแนวคิดของ นคร เสรีรักษ์ (2548) กล่าวว่าข้อมูลส่วนบุคคล
หมายถึง ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นและเข้าใจถึงเรื่องราวหรือลักษณะ
เอกลักษณ์ของตัวบุคคลหนึ่งบุคคลนั้น เช่น ประวัติสุขภาพ ประวัติการศึกษา สถานะการเงิน ประวัติ
อาชญากรรม ประวัติการทำงาน ฯลฯ ซึ่งมีชื่อหรือสิ่งบอกลักษณะที่ทำให้รู้ตัวบุคคลผู้นั้นได้ และ
แนวคิดของ ประมวศ เวทีน (2533) ที่ได้วิเคราะห์ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ
ดังนี้ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมของการสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมี
แนวโน้มต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย แต่เพศชายนั้นมีความต้องการที่จะส่งและรับ
ข่าวสาร รวมไปถึงมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้น
ด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิดและทัศนคติ
อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้
ต่างกัน ความแตกต่างทางอายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและ
พฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่
อายุมากมักจะมีความคิดที่ค่อนข้างปิดกั้นหรือที่เรียกว่าอนุรักษนิยม คอยระมัดระวัง มองโลกในแง่
ร้าย เพราะอาจจะเคยผ่านประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่
มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อสรรหาข่าวสารมีสาระ มากกว่าการหาความบันเทิงทั่วไป ความแตกต่าง
ทางการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่
มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นคนที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี
แต่จะเป็นคนที่ไม่ตกลงปลงใจเชื่ออะไรง่าย ๆ หากไม่มีเหตุผลที่มากพอ ความแตกต่างทางสถานะทาง
สังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคลที่มีอิทธิพลอย่าง
สำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ทัศนคติ
ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีงานวิจัยของ ทรงพร อวยพร (2559) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัย
คุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการระบบ 4G และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีใน
การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ของบริษัทแห่งหนึ่ง: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขต
กรุงเทพมหานคร วรทยา ไชยทองกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การทำงาน
ร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก และระบบการทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพ
ในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ

มารวย วิชาญยุทธนากุล (2560) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน โรงแรมระดับ 5 ดาว ลัดดาวัลย์ กมลสรวงเกษม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความเป็นอยู่ที่ดี ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันของพนักงาน และงานวิจัยของ รวิสร่า แซ่โจ้ว (2559) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่นและปัจจัยการบริการ 7Ps ที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วน อะไหล่รถยนต์ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี

2) ปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการ

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีทฤษฎีและแนวคิดของ Murray (2002) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนและนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า แนวคิดของ Lewis & Bloom (1983) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการ ที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้า และแนวคิดของ กิตติ สิริพัลลภ (2542) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า การให้บริการ คือ การจัดบริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากได้รับบริการไปแล้ว ซึ่งลูกค้าที่กล่าวถึง คือ ผู้รับบริการทุกประเภท

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีงานวิจัยของ เบญจมา แฉ่งเวชฉาย (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพ การให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ ญฐกิตต์ ศรีปัญญาวิชัย (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และ ทักษะของตัวแทนขายคอนโด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ จีระพัฒนกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ คุณค่า ที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานคร นิตยา คำสวนจิก (2558) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการองค์กรคลังสินค้า และงานวิจัยของ วิณารัตน์ ภูพัฒน์ชัยกิจ (2559) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพ การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย

3) ปัญหาด้านความไว้วางใจ

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีทฤษฎีและแนวคิดของ Chiu, Hsu, Lai & Chang (2012) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ รากฐานที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ รวมไปถึงการรักษาความสัมพันธ์ ของผู้ให้บริการกับลูกค้าผู้ใช้บริการ เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และแนวคิดของ Knorr, Alvarez & Urbano (2013) สรุปว่า ความไว้วางใจจะเกิดขึ้น ถ้าลูกค้าเชื่อว่าผู้ให้บริการมีความ น่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์ทางธุรกิจ ซึ่งความไว้วางใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า และเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีงานวิจัยของ ชัยชาญ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าใน

กรุงเทพมหานคร งานวิจัยของ ณัฐรุจา โพธิ์ขารี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของ คุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการ กลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย งานวิจัยของ สุธิชา สิงห์ทอง (2560) ได้ ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจ เชื่อใจต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุน ที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่าย กองทุนรวม อรธัมภา มุกดาเวช (2559) ได้ศึกษาเรื่อง โปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการที่ส่งผล ต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจและความภักดีต่อร้านกาแฟพรีเมียมของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร งานวิจัยของ อรรถพล ฐิตินทร, มาเรียม นะมิ, และอัมพล ชูสนุก (2559) ได้ศึกษา อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ) และ งานวิจัยของ ภณทิรา ธีระสานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า ต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทสุกี้ก๊ากุ สาขาในเขต กรุงเทพมหานคร

4) ปัญหาด้านความจงรักภักดี

จากปัญหาดังกล่าว ได้มีทฤษฎีแนวคิดของ Agrawal (2003) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ความจงรักภักดี คือ การที่บุคคลต้องการกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำเป็นประจำ รวมถึงบุคคลนั้น ต้องมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับตราสินค้านั้นด้วย ซึ่งหากบุคคลที่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นเกิดทัศนคติและความพึงพอใจที่ดีต่อตราสินค้านั้นมากขึ้น ก็จะทำให้เกิดการบอกต่อถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีมากยิ่งขึ้นและแนวคิดของ Kim, Wong, Chang & Park (2016) กล่าวว่า ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญและใส่ใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจะเป็นตัวช่วยที่สำคัญ ที่จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเพิ่มขีดความสามารถ และสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพยายามรักษาฐานลูกค้าเดิมที่มีอยู่แล้วให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ การสร้างความเข้มแข็งต่อตราสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้กลุ่มลูกค้าเดิมมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นและมีการใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการแนะนำให้คนรอบข้างหันมาใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทเพิ่มขึ้นด้วย

จากปัญหาดังกล่าวได้มีงานวิจัยของ สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ เชื่อใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยของ สุชาดา อู่รัตนมณี (2558) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้รถยนต์ พรีเมียม กรณีศึกษาศูนย์วิทยาดิรั้งสิต งานวิจัยของ วชิรี วรรณนันทกุล (2558) ได้ศึกษา

เรื่องการศึกษาปัจจัยความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการย่านปทุมวัน กรุงเทพมหานคร งานวิจัยของ นัทรฐภัก มิ่งสัมพรพงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทยใน จังหวัดสมุทรสาครและงานวิจัยของ รัตน์กนก ไวยศิลป์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน

จากประเด็นปัญหาและเหตุผลที่กล่าวถึง สามารถนำมาจัดทำเป็นแนวทางการศึกษาได้เป็น หัวข้อวิจัยดังนี้ คือ การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อ ความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจที่มีผลต่อความ จงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครอง โรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียน อนุบาลอนุบาลนนทบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาล อนุบาลนนทบุรี

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้ จะอธิบายในประเด็นหัวข้อ ดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลด้านความไว้วางใจ และข้อมูลระดับความจงรักภักดี ซึ่งผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้ปกครองของนักเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรีชั้นเตรียมอนุบาลจนถึงชั้นอนุบาลสาม และผู้ปกครองของศิษย์เก่าโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน และผู้วิจัยจะกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต จำนวน 200 คน โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยการแจกแบบสอบถามมีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในวันที่ 20 กันยายน 2561 จำนวน 200 คน

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะ ดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอายุงาน
- 2) ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ
- 3) ข้อมูลด้านความไว้นื้อเชื่อใจ

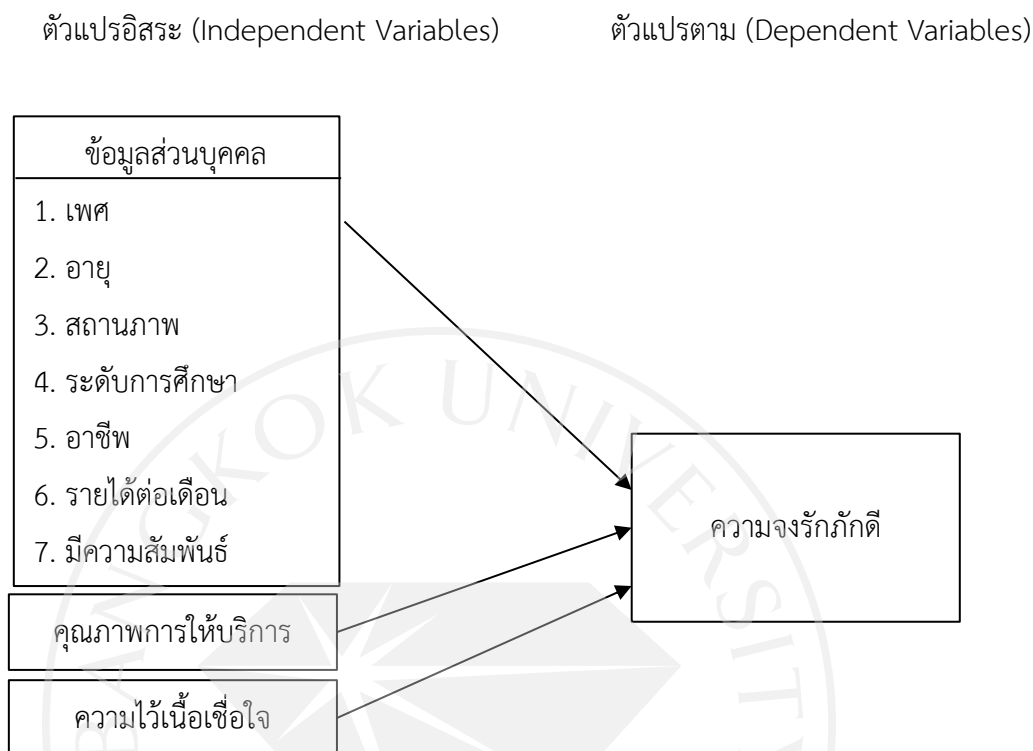
1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย ข้อมูลด้านระดับความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต

1.3.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่มคือ ข้อมูลปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลปัจจัยด้านความไว้นื้อเชื่อใจ และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือข้อมูลด้านระดับความจงรักภักดีต่อโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต

ทั้งนี้ จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปรโดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



1.4 สมมุติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.4.1 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต มีการกำหนดสมมุติฐาน ดังนี้

- 1) ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต ที่แตกต่างกัน
- 2) อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต
- 3) อิทธิพลของปัจจัยด้านความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

การทดสอบสมมุติฐานทั้งสามข้อ จะทำการทดสอบที่ระดับสำคัญทางสถิติ 0.05

1.4.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.5 นิยามศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมี ดังนี้

1.5.1 ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อเท็จจริง ที่สามารถระบุหรือยืนยันความเป็นบุคคล ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ชื่อ เพศ อายุ วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น

1.5.2 คุณภาพการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการ ที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด

1.5.3 ความไว้วางใจ หมายถึง ปัจจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน โดยจะยังคงอยู่ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความมั่นใจ ความไว้วางใจจะช่วยลดความไม่แน่นอน ลดความเสี่ยงและเพิ่มความระมัดระวังของกระบวนการความคิด ทำให้ไว้วางใจให้ทำในสิ่งที่สำคัญแทนได้

1.5.4 ปัจจัยด้านความจงรักภักดี หมายถึง การที่ผู้ปกครองเกิดความพึงพอใจกับโรงเรียน อยากที่จะนำลูกหรือบุตรหลานมาให้ที่โรงเรียนสอนอีก มีการบอกต่อหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาเรียนที่โรงเรียน รวมถึงไม่ต้องการส่งบุตรหลานไปเรียนที่โรงเรียนอื่น

1.5.4 โรงเรียน หมายถึง โรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

1.5.5 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้ อธิบายได้ ดังนี้

1.6.1 ผลการวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้ในการกำหนดนโยบาย กระบวนการทำงานภายใน โรงเรียน เพื่อสร้างการทำงานที่เป็นระบบ ที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของคุณครูและบุคลากรในโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตได้

1.6.2 ผลการวิจัยนี้ คาดว่าจะนำไปแก้ไขและปรับปรุงการให้บริการของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต ด้านการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

1.6.3 ผลการวิจัยนี้ คาดว่าจะเป็นแนวทางสำหรับการเป็นตัวอย่างในการพัฒนาแง่มุมอื่น ๆ นอกเหนือจากการศึกษาด้านข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ สามารถอธิบายได้ตามรายการ ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับความไว้วางใจ
- 2.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับความจงรักภักดี

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

แนวคิดของ นคร เสรีรักษ์ (2548) กล่าวว่า ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นและเข้าใจถึงเรื่องราวหรือลักษณะเอกลักษณ์ของตัวบุคคลหนึ่งบุคคลนั้น เช่น ประวัติสุขภาพ ประวัติการศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติอาชญากรรม ประวัติการทำงาน ฯลฯ ซึ่งมีชื่อหรือสิ่งบอกลักษณะที่ทำให้รู้ตัวบุคคลผู้นั้นได้ แนวคิดของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541, หน้า 38-39) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา และรายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาด เพราะมีความเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นจะหมดไป อาทิเช่น รายได้ จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ เพราะแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมีอยู่ และแนวคิดของ ประมว สตะเวทิน (2533) ที่ได้วิเคราะห์ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมของการสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย แต่เพศชายนั้นมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร รวมไปถึงมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิดและทัศนคติ อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมและสังคมที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ความแตกต่างทางอายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่อายุมากมักจะมีความคิดที่ค่อนข้างปิดกั้นหรือที่เรียกว่าอนุรักษ์นิยม คอยระมัดระวังมองโลกในแง่ร้าย เพราะอาจจะเคยผ่านประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อสรรหาข่าวสาร มีสาระมากกว่าการหาความบันเทิงทั่วไป ความแตกต่างทางด้านการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม

ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นคนที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่ตกลงปลงใจเชื่ออะไรง่าย ๆ หากไม่มีเหตุผลที่มากพอ ความแตกต่างทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ประกอบด้วย อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

ทรงพร อวยพร (2559) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการระบบ 4G และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ของบริษัทแห่งหนึ่ง: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยการบริการระบบ 4G และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ในเขตพญาไท เขตดินแดง เขตคลองเตย และเขตปทุมวัน จำนวน 400 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการให้บริการระบบ 4G ประกอบด้วย ด้านคุณสมบัติการให้บริการ ด้านการใช้บริการ และด้านความคุ้มค่าของการใช้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง การให้ความเชื่อมั่น และความเอาใจใส่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มารวย วิชาญยุทธนากุล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว จำแนกดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมที่แตกต่างกันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาเจตคติต่อการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม และ 3) เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานโรงแรมแผนกต้อนรับส่วนหน้า แผนกแม่บ้าน และแผนกอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับรายได้

ต่อเดือนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท มีประสบการณ์การทำงานที่โรงแรมปัจจุบัน 1-3 ปี ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent T-Test, One Way ANOVA, Pearson Correlation และ Multiple Linear Regression พบว่า 1) พนักงานที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์การทำงานที่โรงแรมปัจจุบันแตกต่างกัน มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) เจตคติต่อการทำงานของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 3) คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วรทยา ไชยทองกูร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก และระบบ การทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงงาน อุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัด สมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลการทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก ระบบการทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของ พนักงานในระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาจาก พนักงานในระดับปฏิบัติการ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล การทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนก ระบบการทำงานในองค์กร และประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (F-test) ด้วยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานที่ไม่แตกต่างกัน และการทำงานเป็นทีม มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานร้อยละ 48.0 การติดต่อสื่อสารระหว่างแผนกมีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานร้อยละ 50.4 และระบบการทำงานในองค์กรมีผลต่อประสิทธิผลในการทำงาน ร้อยละ 51.5

ลัดดาวัลย์ กมลสรวงเกษม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความเป็นอยู่ที่ดี ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันของพนักงาน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ความพึงพอใจในงาน ความผูกพันของพนักงาน ที่มีผลต่อประสิทธิผล ในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบความตรงของ

เนื้อหาและความน่าเชื่อถือ ด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.966 และแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่ง ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐาน ทั้ง 2 ข้อ โดยใช้สถิติหาความแตกต่างค่าที (T-test) การเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) และใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลของการศึกษาข้อมูลพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน เฉพาะข้อมูลด้านอายุการทำงานและข้อมูลด้านระยะเวลาที่ทำงานกับบริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง อิทธิพลของความเป็นอยู่ที่ดี ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันของพนักงาน ที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

วิสรุา แซ่โจ้ว (2559) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่น และปัจจัยการบริการ 7Ps ที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ในเขตจังหวัดปราจีนบุรีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยความเชื่อมั่นที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยการบริการ 7Ps ที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ ร้านกบินทร์อะไหล่ 2003 ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 400 คน และวิธีการทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที (t-test) กรณีการเปรียบเทียบของกลุ่มสองกลุ่มที่อิสระต่อกันและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หรือ F-test เมื่อพบความแตกต่างจะทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ไม่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านกบินทร์อะไหล่ 2003 และด้านอายุและสถานภาพ มีผล

ต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านยกบรินทร์อะไหล่ 2003 ปัจจัยความเชื่อมั่นด้านความไว้วางใจของเจ้าของร้านอะไหล่ ไม่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านยกบรินทร์อะไหล่ 2003 และด้านศักยภาพของพนักงาน และด้านความเอาใจใส่ของเจ้าของร้าน มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านยกบรินทร์อะไหล่ 2003 ปัจจัยด้านการบริการ 7P ด้านสินค้าอะไหล่รถยนต์ ด้านราคาอะไหล่และด้านพนักงานไม่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าร้านยกบรินทร์อะไหล่ 2003 แต่ปัจจัยด้านการบริการ 7P ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านยกบรินทร์อะไหล่ 2003 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

Lewis & Bloom (1983) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานของความคาดหวังของผู้รับบริการ

Murray (2002) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน และนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า

กิตติ สิริพัลลภ (2542) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คือ การจัดบริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว ซึ่งลูกค้าที่กล่าวถึง คือ ผู้รับบริการทุกประเภท

เบญจมา แจ้งเวชฉาย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 220 คน ที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุผลการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10

ในขณะที่คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ณัฐกิตต์ ศรีปัญญาวิชัย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และทักษะของตัวแทนขายคอนโดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาทักษะของตัวแทนขายคอนโด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จากวิธีการสุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ซื้อคอนโดเพื่อการอยู่อาศัย งบประมาณน้อยกว่า 3.49 ล้านบาท ผ่อนชำระต่อเดือน 15,001 - 35,000 บาท รูปแบบห้องแบบ 1 ห้องนอน ขนาดพื้นที่ใช้สอยที่ต้องการ 31 - 45 ตารางเมตร จำนวนสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน 2 คน ระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจหลังจากเยี่ยมชม 1-3 เดือน ค้นหาข้อมูลคอนโดจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและทักษะของตัวแทนขายคอนโดในแต่ละด้าน และการตัดสินใจซื้อคอนโดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากถึงระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมในระดับมากที่สุด ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และน้อยที่สุดในด้านความเป็นการตอบสนองต่อลูกค้า ผลการทดสอบสมมติฐานด้านทักษะของตัวแทนขายคอนโด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการสร้างการตัดสินใจ และน้อยที่สุดในการสร้างความสนใจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

รุ่งโรจน์ จีรพัฒน์กุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ ที่มีต่อความพึงพอใจ ความภักดีในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อความภักดีในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัย พบว่า

1) คุณภาพในการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และคุณค่าที่รับรู้ อาทิคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา คุณค่าที่รับรู้ด้านสังคม และคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณสมบัติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร

นิตยา คำสวนจิก (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์การคลังสินค้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมันเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขององค์การคลังสินค้า และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้าของผู้ประกอบการโรงสีและผู้ประกอบการลานมัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงสี และผู้ประกอบการลานมัน ที่มาใช้บริการองค์การ คลังสินค้า จำนวน 276 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ จากการวิจัย พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการโรงสี ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดจำหน่ายส่ง อายุของบริษัท 5-10 ปี ทุนจดทะเบียนบริษัท 5-50 ล้านบาทยอดขาย/รายได้ปีล่าสุดของบริษัท (ปี 2558) 101-200 ล้านบาท จำนวนพนักงาน 101-200 คน โดยเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า 1-2 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่รับหลักประกันสัญญา ช่วงเวลา เวลา 9.00-11.00 น. หน่วยงานที่เลือกใช้บริการคือ ส่วนงานการเงิน แหล่งข้อมูลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนใหญ่ทางเว็บไซต์ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเห็นอกเห็นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการองค์การคลังสินค้า ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขององค์การคลังสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วิณรัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยในการใช้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) ความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้ใช้บริการชาวไทยในการใช้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ 3) เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใช้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.967 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยและปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวมส่งผล ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านความเป็นรูปธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย

2.3 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวกับความไว้นื้อเชื่อใจ

แนวคิดของ Chiu, Hsu, Lai & Chang (2012) กล่าวว่า ความไว้นื้อเชื่อใจคือ รากฐานที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์รวมไปถึงการรักษาความสัมพันธ์ของผู้ให้บริการกับลูกค้า ผู้ให้บริการเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ

แนวคิดของ Knorr, Alvarez & Urbano, (2013) สรุปว่า ความไว้นื้อเชื่อใจจะเกิดขึ้นถ้าลูกค้าเชื่อว่าผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์ทางธุรกิจ ซึ่งความไว้นื้อเชื่อใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า และเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร

ชัยชาญ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานครการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรมความภักดี และคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ระเบียบวิธีวิจัยเป็นเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นที่ถูกเลือกด้วยการสุ่มแบบสะดวก จำนวน 400 คน สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 30,000-50,000 บาท สถานภาพโสด คะแนนเฉลี่ยการรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจ ความพึงพอใจส่งผลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจและความไว้นื้อเชื่อใจส่งผลทางบวกต่อความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

อรรถพล ฐิติวร, มาเรียม นะมิ, และอัมพล ชูสนุก (2559) ได้ศึกษา อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ) การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าสินเชื่อสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ) ทั้งหมด 30 สาขา ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า 421 คน ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยผลการวิจัยยังแสดงว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ 2) ราคามีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ 4) การส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจ 5) ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 6) ราคามีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 7) ช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 8) การส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 9) ความไว้นื้อเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 10) ความไว้นื้อเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า และ 11) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

ณัฐรุจา โพธิ์ขารี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย การศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความ

ไว้นื้อเชื่อใจ อันได้แก่ คุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ 2) เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ อันได้แก่ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความไว้นื้อเชื่อใจ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจของลูกค้า 4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจและความพึงพอใจของลูกค้า และ 5) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ ความไว้นื้อเชื่อใจความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า สายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่พัฒนาจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจและความพึงพอใจ และตัวแปรตาม ได้แก่ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการวิจัย เชิงประจักษ์ (Empirical Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 506 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าร้อยละ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาแสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 597.490 ท้องศาอิสระ (df) 547 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.067 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.984 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.940 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.923 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.013 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.014 นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย 2) คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา ด้านคุณภาพ และด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย 3) คุณค่าที่รับรู้ด้านราคา ด้านคุณภาพ และด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชียจำกัด 4) ความไว้นื้อเชื่อใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย 5) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย 6) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย ผลจากการวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้คือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย ควรมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพการให้บริการ เพื่อส่งผลให้เกิดความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำที่เพิ่มมากขึ้น

สุธิชา สิงห์ทอง (2560) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้นื้อเชื่อใจต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวม

ต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม การศึกษาฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.96 และได้ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 150 คน ที่คำนวณโดยการใชโปรแกรมจีสตาร์ พาวเวอร์ (G*Power) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) ผลการศึกษาสรุปว่า ภาพลักษณ์องค์กร และความไว้วางใจต่อตราสินค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม อีกทั้งความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม อย่างไรก็ตาม การรับรู้คุณค่าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม ขณะที่การรับรู้คุณค่าและความไว้วางใจต่อตราสินค้าไม่ส่งผลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม

อรรัมภา มุกดาเวช (2559) ได้ศึกษาเรื่อง โปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจและความภักดีต่อร้านกาแฟพรีเมียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อถือไว้วางใจและความภักดีต่อร้านกาแฟพรีเมียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการ ระเบียบวิธีวิจัยเป็นเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือลูกค้าที่ซื้อกาแฟพรีเมียมในกรุงเทพมหานคร และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน ใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุในการทดสอบสมมติฐาน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) การรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 2) คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจ และความ 3) ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีต่อร้านกาแฟ พรีเมียมของผู้บริโภค

กัณธิรา ธีระสานต์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า ต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทสุกี้ก๊ากุ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ 1) สำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทสุกี้ก๊ากุในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดี 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจ

และความพึงพอใจ ที่มีต่อความจงรักภักดี และ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีต่อความจงรักภักดี โดยมีความไว้นื้อเชื่อใจและความพึงพอใจเป็นตัวแปรแทรกกลาง การศึกษาครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.895 และการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 120 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้บริโภคร้านอาหารประเภทสุกี้ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความไว้นื้อเชื่อใจ และมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ในขณะที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ความจงรักภักดีอยู่ในระดับปานกลาง 2) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (BIM) มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจของผู้บริโภค และภาพลักษณ์ตราสินค้า (BIM) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT) และความไว้นื้อเชื่อใจ (TRU) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (SAT) และ 3) ความไว้นื้อเชื่อใจ (TRU) ไม่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค (LOY) และความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี (LOY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความจงรักภักดี

2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ทฤษฎีแนวคิดของ Agrawal (2003) ได้ให้แนวคิดว่าความจงรักภักดี คือ การที่บุคคลต้องการ กลับมาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการซ้ำเป็นประจำ รวมถึงบุคคลนั้นต้องมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับตราสินค้านั้นด้วย ซึ่งหากบุคคลที่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เกิดทัศนคติและความพึงพอใจที่ดีต่อตราสินค้านั้นมากขึ้น ก็จะเกิดการบอกต่อถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีมากยิ่งขึ้น

แนวคิดของ Kim, Wong, Chang & Park (2016) กล่าวว่า ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญและใส่ใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจะเป็นตัวช่วยที่สำคัญที่จะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเพิ่มขีดความสามารถ และสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงต้องพยายามรักษาลูกค้าเดิมที่มีอยู่แล้วให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ การสร้างความเข้มแข็งต่อตราสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้กลุ่มลูกค้าเดิมมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นและมีการใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการแนะนำให้คนรอบข้างหันมาใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทเพิ่มขึ้นด้วย

สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครประกอบด้วยตัว

แปรแฝงจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ การตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความภักดี ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการทำการศึกษาด้วย วิจัยเชิงปริมาณโดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ ด้วยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่เลือกซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก จากการวิเคราะห์วิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพ บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าค่า Relative Chi-Square มีค่าเท่ากับ 1.622 ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.05464 ค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.039 ค่า GFI มีค่าเท่ากับ 0.99 ค่า AGFI มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่า NFI มีค่าเท่ากับ 100 ค่า NNFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ค่า CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ พิจารณา ผลการวิเคราะห์เส้นทางโมเดลเชิงสาเหตุปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าโมเดลทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สุชาดา อูร์ตันมณี (2558) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียม กรณีศึกษาศูนย์วิภาวดีรังสิต การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า ความไว้วางใจในตราสินค้า และความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียม ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ซื้อรถพรีเมียมในเขต กรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก มีจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .911 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31- 40 ปี อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ครัวเรือนรายได้ต่อเดือน 100,001 - 200,000 บาท โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีรถที่เป็นเจ้าของนอกจากรถยนต์พรีเมียมรับข่าวสารจากบุคคลรอบข้าง และส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์จากโชว์รูมรถยนต์ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา พบว่า ความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า ด้านคุณสมบัติ และด้านคุณสมบัติ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สำหรับความไว้วางใจในตราสินค้าโดยรวม และความภักดีของลูกค้าโดยรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียมผลการวิจัย พบว่า ความไว้วางใจในตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ความไว้วางใจ

ในตราสินค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียม ผลการวิจัย พบว่า ความไว้วางใจในตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

วัชร วรรณนันทกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชาแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการย่านปทุมวัน กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการย่านปทุมวัน กรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการของครอนบาร์คแอลฟา กับพนักงานระดับปฏิบัติการ ย่านปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.958 โดยแจกกับพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 400 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย พบว่า ความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา แรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการ

นัทธฤกษ์ มิ่งสัมพรพงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทยในจังหวัดสมุทรสาคร การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร 2) ความเชื่อมั่นขององค์กรที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาครและ 3) แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมทำวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร ความเชื่อมั่นขององค์กรมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร และแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัตนกนก ไวยศิลป์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์

เพื่อคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าต่อโรงพยาบาลเอกชนใน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า ที่เข้าใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชน 5 แห่งในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 417 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001–30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณค่าที่รับรู้และคุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ และความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อจงรักภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมา มีระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลด้านความไว้วางใจ และข้อมูลด้านความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมา เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

3.1.1.1 ส่วนข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนก่อนหักค่าใช้จ่าย โดยมีระดับการวัด ดังนี้

- 1) เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 2) อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบ เรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 3) สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 4) ระดับการศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 5) อาชีพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 6) รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 7) มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.1.1.2 ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ

ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ข้อคำถาม 10 ข้อย่อย โดยมีระดับการวัดตัวแปรแบบอัตราภาคส่วน (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความความคิดเห็นจะมีระดับการวัด ดังนี้

ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1
ระดับความเห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
ระดับความเห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
ระดับความเห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับความความคิดเห็นจะมีระดับการวัดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1.00 - 1.80
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 1.81 - 2.60
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 2.61 - 3.40
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น 3.41 - 4.20
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 4.21 - 5.00

3.1.1.3 ข้อมูลด้านความไว้วางใจ

ข้อมูลด้านความไว้วางใจ ประกอบด้วย ข้อคำถาม 10 ข้อย่อย โดยมีระดับการวัด

ตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความความคิดเห็นจะมีระดับการวัด ดังนี้

ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1
ระดับความเห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
ระดับความเห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
ระดับความเห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับความความคิดเห็นจะมีระดับการวัดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1.00 - 1.80
เห็นด้วยน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 1.81 - 2.60
เห็นด้วยปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 2.61 - 3.40
เห็นด้วยมาก	มีค่าคะแนนเป็น 3.41 - 4.20
เห็นด้วยมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 4.21 - 5.00

3.1.1.4 ข้อมูลด้านความจงรักภักดี

ข้อมูลด้านความจงรักภักดี ประกอบด้วย ข้อคำถาม 10 ข้อย่อย โดยมีระดับการวัด

ตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความความคิดเห็นจะมีระดับการวัด ดังนี้

ระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1
ระดับความจงรักภักดีน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 2
ระดับความจงรักภักดีปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 3
ระดับความจงรักภักดีมาก	มีค่าคะแนนเป็น 4
ระดับความจงรักภักดีมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

ระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 1.00 - 1.80
ระดับความจงรักภักดีน้อย	มีค่าคะแนนเป็น 1.81 - 2.60
ระดับความจงรักภักดีปานกลาง	มีค่าคะแนนเป็น 2.61 - 3.40
ระดับความจงรักภักดีมาก	มีค่าคะแนนเป็น 3.41 - 4.20
ระดับความจงรักภักดีมากที่สุด	มีค่าคะแนนเป็น 4.21 - 5.00

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.1.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้วนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกจ่ายกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุชนิต จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.890 ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1: ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

(n = 30)

ข้อ	ปัจจัย	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha Coefficient
1	คุณภาพการให้บริการ	10	0.894
2	ความไว้วางใจ	10	0.900
3	ความจงรักภักดี	10	0.875
4	รวม	30	0.890

จากตาราง 3.1 ค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมา แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูงเนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นผู้ปกครองของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต ผู้วิจัยจึง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน และจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยทำการสำรวจออกเป็น 2 วัน ตามวันที่นำเสนอต่อไปนี้

วันที่ 12 กันยายน 2561 จำนวน 100 คน

วันที่ 17 กันยายน 2561 จำนวน 100 คน

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บข้อมูลมี ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตตามวันที่ ดังนี้ วันที่ 12 กันยายน 2561 จำนวน 100 คน วันที่ 17 กันยายน 2561 จำนวน 100 คน

3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในข้อคำถาม และความต้องการของผู้วิจัย

3.3.3 ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตโดยมีระยะเวลาในการทำแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาดังกล่าว พร้อมทั้งรอรับแบบสอบถามคืน

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมุติฐานการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต มีการกำหนดสมมุติฐาน ดังนี้

3.4.1 ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตแตกต่างกัน

3.4.2 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

3.4.3 อิทธิพลของปัจจัยด้านความไว้นี้เชื่อใจ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครอง
โรงเรียนอนุบาลอนุปณิติต

การทดสอบสมมุติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

3.5.2 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณี
การเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือ
การทดสอบความแปรปรวน ทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อ
พบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธี
ของ เชฟเฟ (Scheffe)

3.5.3 สมมุติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple
Regression Analysis)

3.5.4 สมมุติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple
Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1

จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

4.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2

จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3

จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

สมมุติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และมีความเกี่ยวข้องเป็น ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลปรากฏผล ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศหญิง	143	71.5
2. มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	55	27.5
3. สมรส	132	66
4. ต่ำกว่าปริญญาตรี	117	58.5
5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	98	49
6. 10,001-20,000 บาท	71	35.5
7. มารดา	126	63

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.5 อายุ มากกว่า 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.5 สมรส คิดเป็นร้อยละ 66 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.5 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49 รายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 และมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องเป็นมารดา คิดเป็นร้อยละ 63

4.1.2 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

ตารางที่ 4.2: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

คุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	ความหมาย
คุณภาพการให้บริการ	4.36	0.533	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.533)

4.1.3 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้น้ำใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้น้ำใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้น้ำใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

ความไว้น้ำใจ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	ความหมาย
ความไว้น้ำใจ	4.24	0.511	ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของความไว้น้ำใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.511)

4.1.4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

ตารางที่ 4.4: แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์

ความจงรักภักดี	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	ความหมาย
ความจงรักภักดี	4.18	0.502	มีระดับความจงรักภักดีอยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.502)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมุติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

4.2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

4.2.1.1 สมมุติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลันติตแตกต่างกัน โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม ปรากฏดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานในการเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลันติต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านเพศ

ความจงรักภักดี	เพศชาย			เพศหญิง			t	P
	N	$\bar{X}$	S.D	N	$\bar{X}$	S.D		
รวม	57	4.17	0.463	143	4.19	0.519	-0.214	0.831

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลันติต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคล ด้านเพศ พบว่าเพศชาย และเพศหญิง มีผลต่อความจงรักภักดี โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

4.2.1.2 สมมุติฐานข้อที่ 1.2 อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และมีความเกี่ยวข้องเป็น มีผลความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลันติต ใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ปรากฏดัง ตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6: แสดงสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาล
อนุบาลนันทิต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้ต่อเดือน และมีความเกี่ยวข้อง

ข้อมูลส่วนบุคคล	df	F	นัยสำคัญสถิติ
อายุ	4	1.268	0.284
สถานภาพ	2	0.396	0.674
ระดับการศึกษา	2	2.197	0.114
อาชีพ	4	1.433	0.224
รายได้ต่อเดือน	5	6.343	0.000*
มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง	3	0.394	0.758

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และมีความเกี่ยวข้องเป็น มีผล
ต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น
รายได้ต่อเดือน มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต โดยภาพรวม
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ
เชฟเฟ (Scheffe) ปรากฏผลดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียน
อนุบาลนันทิต จำแนกตามคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ปัจจัยส่วนบุคคล	P	คู่ที่ต่างกัน
รายได้ต่อเดือน	0.021*	1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทกับ 10,001-20,000 บาท
	0.001*	2. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทกับ 20,001-30,000 บาท
	0.024*	3. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทกับ 30,001-40,000 บาท

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พบว่า คุณสมบัติส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อ
ความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนันทิต

4.2.2 สมมุติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ ประมวลผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

คุณภาพการให้บริการ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
คุณภาพการให้บริการ	0.748	15.869	0.000*

$R^2 = 0.560$, F-Value = 251.826, n = 200, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ ร้อยละ 74.8

4.2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ ประมวลผลดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าอิทธิพลของความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนันต์ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ความไว้วางใจ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
ความไว้วางใจ	0.801	18.835	0.000*

$R^2 = 0.642$, F-Value, 354.772 n = 200, P-Value $\leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความไวเนื้อเชื้อใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครอง โรงเรียนอนุบาลอนุปณิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความไวเนื้อเชื้อใจ มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุปณิต ร้อยละ 80.1



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทสรุปการวิจัยเรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมา มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่ง ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.5 อายุ มากกว่า 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.5 สมรส คิดเป็นร้อยละ 66 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.5 ค่าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49 รายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 และสถานภาพเป็นมารดา คิดเป็นร้อยละ 63 คุณภาพการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.533 ความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.24 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.511 ระดับความจงรักภักดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.502

5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย มีดังนี้

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมาที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า รายได้ต่อเดือน มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดของ อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541, หน้า 38-39) และ นคร เสรีรักษ์ (2548) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นและเข้าใจถึงเรื่องราวหรือลักษณะเอกลักษณ์ของตัวบุคคลหนึ่งบุคคลนั้น เช่น รายได้ จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเพราะการวางแผนการใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนมีอยู่ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงพร อวยพร (2559) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการระบบ 4G และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ของบริษัทแห่งหนึ่ง: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของรายได้มีผลต่อ มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G

นอกจากนั้น ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และมีความเกี่ยวข้องเป็นที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2533) ที่ได้วิเคราะห์ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ ไว้ว่า ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมของการสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย แต่เพศชายนั้นมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร รวมไปถึงมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่ง ข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด และทัศนคติอาจเป็นเพราะวัฒนธรรม และสังคมที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดบทบาทและกิจกรรมของ คนสองเพศไว้ต่างกัน ความแตกต่างทางอายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม มองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่อายุมากมักจะมีความคิดที่ค่อนข้างปิดกั้นหรือที่เรียกว่าอนุรักษนิยม คอยระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้าย เพราะ อาจจะเคยผ่านประสบการณ์ในชีวิตที่ แตกต่างกันอย่าง การใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อสรรหาข่าวสาร มีสาระ มากกว่าการหาความบันเทิงทั่วไปความแตกต่างทางด้านการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นคนที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดีแต่จะเป็นคนที่ไม่ตกลงปลงใจเชื่ออะไรง่าย ๆ หากไม่มีเหตุผลที่มากพอ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิสร่า แซ่โจ้ว (2559) ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่น และปัจจัยการบริการ 7Ps ที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003: กรณีศึกษาร้านจำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ การศึกษา อาชีพ ไม่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้า ร้านกบินทร์อะไหล่ 2003

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lewis & Bloom (1983) และ Murray (2002) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อน และนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ว่าสอดคล้องกับความต้องการได้มากน้อยเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานของความคาดหวังของผู้รับบริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ จีระพัฒนกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในการใช้

บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คุณภาพในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และ คุณค่าที่รับรู้ อาทิคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา คุณค่าที่รับรู้ด้านสังคม และคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณสมบัติ มี อิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนกนก ไวยศิลป์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพล ของคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาล เอกชน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความ พึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อจงรักภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชน

5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยด้านความไว้นื้อเชื่อใจที่มีผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ประกอบการโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

ผลการวิจัยพบว่า ความไว้นื้อเชื่อใจ มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียน อนุบาลอนุบาลนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chiu, Hsu, Lai & Chang (2012) และ Knorr, Alvarez & Urbano (2013) กล่าวว่า ความไว้นื้อเชื่อใจจะ เกิดขึ้นถ้าลูกค้าเชื่อว่าผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์ทางธุรกิจ ซึ่งความไว้นื้อเชื่อใจ ถือเป็นรากฐานและองค์ประกอบสำคัญ หลักในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวกับลูกค้า รวมไปถึงการรักษาความสัมพันธ์ของผู้ให้บริการกับลูกค้า เพราะผู้ให้บริการเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิด ความพึงพอใจ และเป็นการรักษาส่วนแบ่งการตลาดขององค์กร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ฐิตีวร, มาเรียม นะมิ, และอัมพล ชูสนุก (2559) ได้ศึกษา อิทธิพลของส่วนประสมทาง การตลาดต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ) ที่กล่าวว่า ความไว้นื้อเชื่อใจมีอิทธิพล ทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า นั่นคือการที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ทำในสิ่งที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา จะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้นื้อเชื่อใจ และ ตั้งใจที่จะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอย่างต่อเนื่องต่อไป รวมถึงมีการแนะนำให้เพื่อนหรือญาติมาใช้ บริการสินเชื่อของธนาคาร และเมื่อธนาคารมอบการบริการด้วยความซื่อตรง และจริงใจทำให้ลูกค้า เกิดความมั่นใจต่อการบริการที่ได้รับจากธนาคาร เป็นเหตุให้ลูกค้าพิจารณาในการใช้บริการสินเชื่อจาก ธนาคาร เป็นอันดับแรก เมื่อต้องการที่จะทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร ถึงแม้จะมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ทางการเงินจากธนาคารอื่น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าเกิดความไว้นื้อเชื่อใจมากยิ่งขึ้นแล้ว ก็ จะเกิดความจงรักภักดีที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยชาญ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของโปรแกรม ความภักดีและคุณภาพบริการส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจ ความพึงพอใจส่งผลทางบวกต่อความ

ไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจและความไว้นื้อเชื่อใจส่งผลทางบวกต่อความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการและความไว้นื้อเชื่อใจมีผลต่อความจงรักภักดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความสำคัญในทุกธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบริการ ดังนั้นแต่ละธุรกิจควรให้ความสำคัญกับ คุณภาพการให้บริการและความไว้นื้อเชื่อใจ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

5.3.2 มีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการทำงานของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตเพื่อให้ตัวโรงเรียนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.3 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต เช่น ภาวะผู้นำของผู้บริหาร

5.3.4 ควรมีการศึกษาความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต โดยใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย

บรรณานุกรม

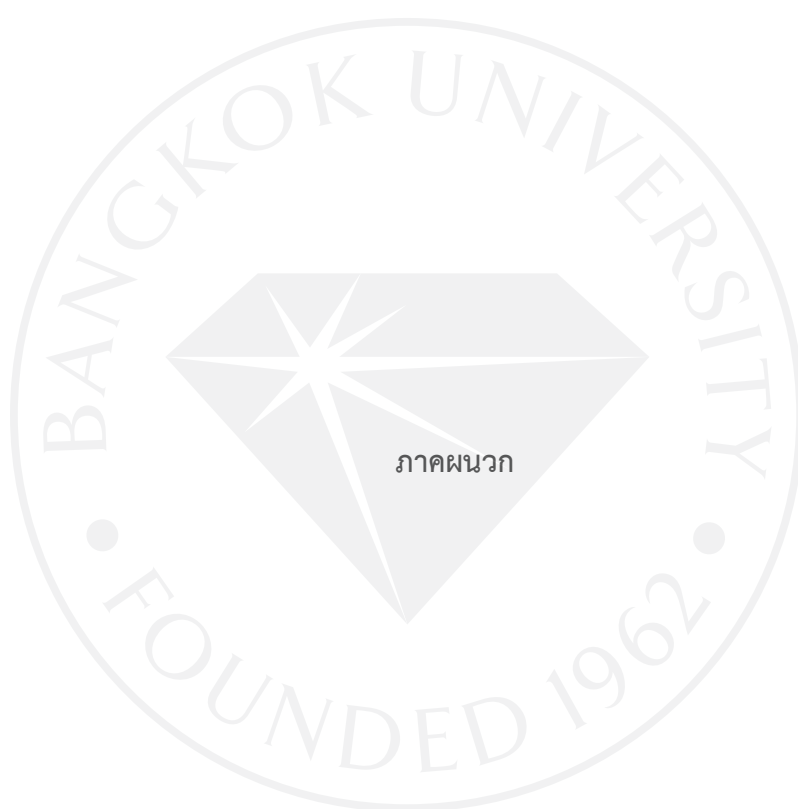
- กิตติ สิริพลภ. (2542). การสร้างคุณค่าให้ตราหือ. วารสารบริหารธุรกิจ, 22(81), 33-44.
- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ม.ป.ป.). ความสำคัญของทุนการศึกษาในการพัฒนาประเทศ. ใน สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 12 เรื่องที่ 2. สืบค้นจาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=12&chap=2&page=t12-2-infodetail04.html>.
- ชัยชาญ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีต่อร้านผลิตภัณฑ์ฟาสต์แฟชั่นของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐกิตติ ศรีปัญญาวิชัย. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และทักษะของตัวแทนขายคอนโดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐรุจา โพธิ์ขารี. (2556). โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินไทยแอร์เอเชีย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ทรงพร อวยพร. (2559). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการระบบ 4G และคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 4G ของบริษัทแห่งหนึ่ง: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการเครือข่าย 4G เขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นคร เสรีรักษ์. (2548). การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล: ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาสิทธิรับรู้ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการธรรมรัฐไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทรัฐภาค มิ่งสัมพรพงศ์. (2558). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรงจูงในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคารพาณิชย์ไทยในจังหวัดสมุทรสาคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตยา คำสวนจิก. (2558). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการองค์กรคลังสินค้า. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุบผา เรืองรอง. (2555). สอนลูกเรื่องโรงเรียน (School). สืบค้นจาก <http://taamkru.com/th/สอนลูกเรื่องโรงเรียน/>.

- เบญญา แจ้งเวฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร รถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย* กรุงเทพฯ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์* มหาวิทยาลัย.
- ภณทิรา ธีระสานต์. (2560). *อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า ต่อความไว้วางใจ เชื่อใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารประเภทสุกี้ที่ สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย* กรุงเทพฯ.
- มารวย วิชาญยุทธนากุล. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม* ระดับ 5 ดาว. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- รวีสรา แซ่โง้ว. (2559). *การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่น และปัจจัยการบริการ 7Ps ที่มีผลต่อปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าร้านกบินทร์อะไหล่ 2003 : กรณีศึกษาร้าน* จำหน่ายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ ในเขตจังหวัดปราจีนบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- รัตนกนก ไวยศิลป์. (2559). *อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ และคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจและ* ความจงรักภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- รุ่งโรจน์ จีรพัฒน์กุล. (2560). *อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อ* ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- ลัดดาวัลย์ กมลสรวงเกษม. (2558). *การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ความเป็นอยู่ที่ดี ความพึงพอใจ* ในงาน และความผูกพันของพนักงาน ที่มีผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ของพนักงาน บริษัท เครือข่ายการสื่อสารแห่งหนึ่ง. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- วรทยา ไชยทองกุล. (2559). *การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล การทำงานร่วมกันเป็นทีม การติดต่อสื่อสาร* ระหว่างแผนก และระบบการทำงานในองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงาน ระดับปฏิบัติการของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- วัชร วรอนันต์กุล. (2558). *การศึกษาปัจจัยความไว้วางใจในองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา* แรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของพนักงานระดับปฏิบัติการย่านปทุมวัน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.

- วิณรัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ. (2559). *คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริวิมล คำวงศ์. (2559). *ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัทจัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุชาดา อู่รัตนมณี. (2558). *อิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้าและความไว้วางใจในตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้รถยนต์พรีเมียม กรณีศึกษาศูนย์วิภาวดีรังสิต*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุธิชา สิงห์ทอง. (2560). *การรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์องค์กร ความไว้วางใจต่อตราสินค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมต่อสถาบันการเงินที่จำหน่ายกองทุนรวม*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถพล ฐิติวร, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). *อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ)*. *วารสาร เทคโนโลยีสุรนารี*, 10(2), 73-98.
- อรรัมภา มุกดาเวช. (2559). *โปรแกรมความภักดีและคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความเชื่อใจไว้วางใจและความภักดีต่อร้านค้าแฟรชี่เมียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Agrawal, M. L. (2003). Customer relationship management (CRM) & corporate renaissance. *Journal of Service Research*, 3(2), 149-171.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., Lai, H., & Chang, C. M. (2012). Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention: The moderating role of habit and its antecedents. *Decision Support Systems*, 53(4), 835-845.
- Kim, M. K., Wong, S. F., Chang, Y., & Park, J. H. (2016). Determinants of customer loyalty in the Korean smartphone market: Moderating effects of usage characteristics. *Telematics and Informatics*, 33(4), 936-949.

- Knorr, H., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Entrepreneurs or employees: A cross cultural cognitive analysis. *International Entrepreneurship Management Journal.*, 9(2), 273-294.
- Lewis, R. C., & Bloom, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging perspectives on service marketing* (pp. 99-107). Chicago: American Marketing.
- Murray, D. (2002). The relationship among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure center. *Sport Management Reviews*, 5, 25-43.





แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี

คำชี้แจงแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการทำการศึกษาวิจัย ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุบาลนนทบุรี จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม คำตอบที่ได้รับจะถือเป็นความลับ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่าน และขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากคุณให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

ช่อง ☐ ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี

☐ 26 – 30 ปี

☐ 31 – 35 ปี

☐ 36 – 40 ปี

☐ มากกว่า 41 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ
- ☐ โสด ☐ สมรส
- ☐ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาโทหรือมากกว่า
5. อาชีพ
- ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ
- ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานเอกชน
- ☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ☐ 10,001-20,000 บาท
- ☐ 20,001-30,000 บาท ☐ 30,001-40,000 บาท
- ☐ 40,001-50,000 บาท ☐ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป
7. มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง
- ☐ มารดา ☐ บิดา
- ☐ ญาติ

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ให้ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตมีความน่าเชื่อถือในการบริการ					
2. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตสามารถพึงพาอาศัยการดูแลบุตรหลานได้เป็นอย่างดี					
3. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตให้บริการด้วยความเต็มใจ					
4. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการให้บริการดังกล่าวข้างต้นได้เป็นอย่างดี					
5. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
6. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตให้บริการที่รวดเร็วรอบไว					
7. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนโยน					
8. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตยินดีรับฟังในสิ่งที่ท่านร้องขอ					
9. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตมีความเข้าใจถึงความต้องการของท่านเป็นอย่างดี					
10. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตมีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่					

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจของโรงเรียนอนุบาลอนันต์

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ให้ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ความไว้วางใจ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต					
2. ท่านให้ความไว้วางใจต่อโรงเรียนอนุบาลอนันต์					
3. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีความสามารถที่ดีในการสอน					
4. ท่านคิดว่าคุณครูโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีบุคลิกภาพที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส					
5. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีคุณครูชาวต่างชาติที่มีคุณภาพ					
6. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีแผนการเรียนที่ถูกต้องและตรงตามหลักสูตร					
7. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีอาคารและสถานที่ให้บุตรหลานของท่านได้ทำกิจกรรมอย่างเหมาะสม					
8. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีอุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนครบถ้วนเหมาะสม					
9. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีอาหารและนมให้บุตรหลานของท่านอย่างเพียงพอ					
10. ท่านคิดว่าโรงเรียนอนุบาลอนันต์มีบริการรับส่งที่เพียงพอ					

ส่วนที่ 4 ความจงรักภักดีของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ให้ตรงกับความคิดเห็นของคุณให้มากที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1 หมายถึง มีระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีระดับความจงรักภักดีด้วยน้อย
- 3 หมายถึง มีระดับความจงรักภักดีด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง มีระดับความจงรักภักดีด้วยมาก
- 5 หมายถึง มีระดับความจงรักภักดีด้วยมากที่สุด

ความจงรักภักดี	ระดับความจงรักภักดี				
	1	2	3	4	5
1. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่จะแนะนำให้เพื่อนหรือญาติมาใช้บริการที่โรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต					
2. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่จะใช้บริการที่โรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตนี้อย่างต่อเนื่อง					
3. ระดับความจงรักภักดีของคุณในการพูดทางบวกเกี่ยวกับการให้บริการของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตให้คนรู้จักฟัง					
4. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่จะใช้บริการโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตเป็นอันดับแรกเมื่อท่านต้องการส่งบุตรหลานของท่านเข้าโรงเรียนอนุบาล					
5. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่จะส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตถึงแม้ว่าจะมีการนำเสนอจากโรงเรียนอนุบาลอื่น					
6. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่จะปกป้องโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตจากการถูกวิพากษ์วิจารณ์ของบุคคลภายนอก					
7. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่ประทับใจต่อคุณครูและบุคลากรในการดูแลอบรมสั่งสอนมีผลต่อการส่งบุตรหลานกลับมาเรียนโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต					
8. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่ประทับใจต่อความรวดเร็วในการประสานงานเมื่อลูกหลานของคุณประสบปัญหา					
9. ระดับความจงรักภักดีของคุณต่อราคาค่าเทอมของโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิตเหมาะสมกับสิ่งที่ได้รับ					
10. ระดับความจงรักภักดีของคุณที่ประทับใจต่อการถามตอบและแชร์เรื่องราวบุตรหลานของคุณผ่านทางสื่อต่างๆของทางโรงเรียนอนุบาลอนุบัณฑิต					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

คีตกานท์ สายอรุณ

อีเมล

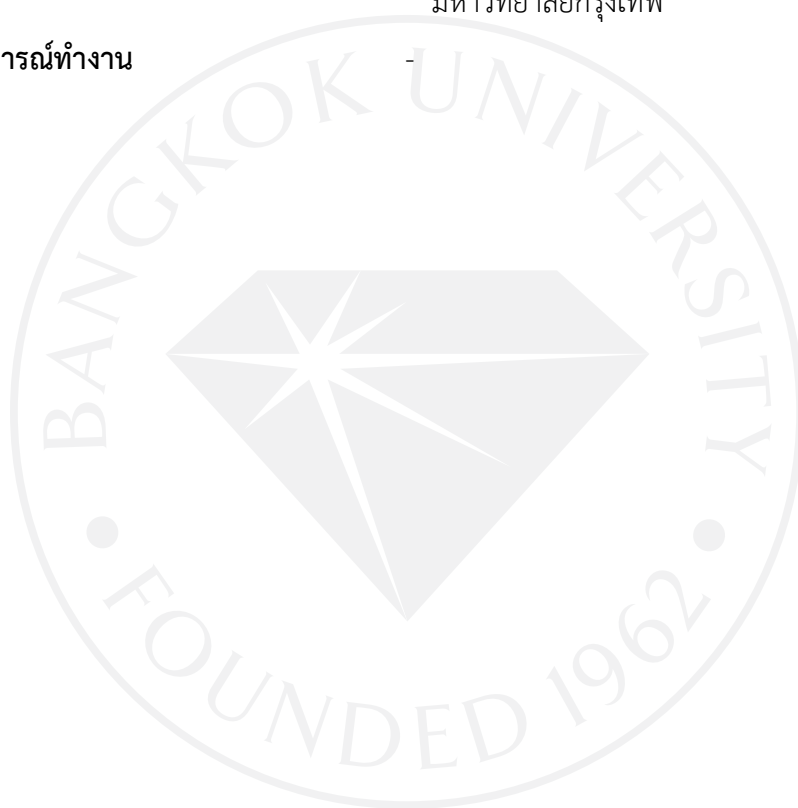
Keetakarn.saia@gmail.com

ประวัติการศึกษา

- ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์ทำงาน

-



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 9 เดือน เมษายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ศักดิ์กานต์ สายอรุณ อยู่บ้านเลขที่ 2

ซอย นครลง 4 ถนน - ตำบล/แขวง บางไผ่

อำเภอ/เขต บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10160

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600203504

ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจที่มี
ผลต่อความจงรักภักดีของผู้ปกครองโรงเรียนอนุบาลอนุปทุม

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด
ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน
ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข
อย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ
ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้
ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ
อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ นพ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(คีตกานท์ สายอรุณ)

ลงชื่อ อภัย ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อภัยภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [Signature] พยาน
(ดร.สุชาติ เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [Signature] พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร