

อภินันทนาการ



สำนักหอสมุด

รายงานการวิจัยสถาบัน

เรื่อง

ศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย



นางสาวพัชรี ท้วมใจดี

นางสาวสายพิน เม่นเกิด

สำนักหอสมุด บัณฑิตวิทยาลัยนครสวรรค์

วันลงทะเบียน..... ๒ - ส.ค. ๒๕๕๖

เลขทะเบียน..... 1. 635236A

เลขเรียกหนังสือ..... ๖ ๒๖

๒๕๕๖
พ ๕๒๔๖
๒๕๕๕

ทุนวิจัยจากเงินงบประมาณรายได้มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๕

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย ที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ที่ให้คำแนะนำและปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัย ให้มีคุณภาพ และสามารถใช้งานได้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้

ขอขอบคุณ คณาจารย์ บุคลากร และนิสิตบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวรทุกท่านที่ให้ ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ด้วยความเต็มใจ ทำให้การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่จัดสรรเงินทุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ ส่งผลให้ งานวิจัยนี้สำเร็จและนำผลมาพัฒนาการดำเนินงานของบัณฑิตวิทยาลัยต่อไป

พัชรี ท่วมใจดี และคณะ



ชื่อเรื่อง : ศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้วิจัย : นางสาวพัชรี ท่วมใจดี และคณะ
ประเภทสารนิพนธ์ : รายงานการวิจัยสถาบัน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิต บัณฑิตศึกษา คณาจารย์ และบุคลากรสายบริการ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมผู้ใช้บริการบัณฑิตวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.75) จำแนกตามหน่วยงานพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการบริการของงานธุรการและการเงิน งานวิชาการ งานสนับสนุนวิชาการ และงานแผนและสารสนเทศอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.73, 3.83, 3.80 และ 3.68 ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างคณาจารย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายคู่พบว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ ส่วนการจำแนกตามหน่วยงานพบว่า งานธุรการและการเงิน และงานสนับสนุนวิชาการ ความพึงพอใจระหว่างคณาจารย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนงานวิชาการ และงานแผนและสารสนเทศ พบว่าทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

และจากการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสิ่งที่ประทับใจหรือจุดเด่นในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เอาใจใส่ คิดเป็นร้อยละ 39.53 ข้อเสนอแนะสิ่งที่คิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ หมายเลขโทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อมีน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ ทำให้ต้องติดต่อหลายครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.35 และ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ ควรพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรในเรื่อง และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สามารถตอบคำถามแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 40.00

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1
ขอบเขตการวิจัย	2
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	3
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	11
ความพึงพอใจในการบริการ	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
ขอบเขตการวิจัย	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการ	44
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร	47
ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการ	53

สารบัญ

บทที่	หน้า
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการในการรับบริการและ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการของบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.....	62
5 บทสรุป.....	65
สรุปผลการวิจัย.....	65
อภิปรายผล.....	67
ข้อเสนอแนะ.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	74
ประวัติผู้วิจัย.....	79

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	44
2 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ	45
3 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพ	45
4 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสังกัดคณะ	46
5 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามการเลือกใช้บริการในหน่วยงาน ของบัณฑิตวิทยาลัย	47
6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การบริการของบัณฑิตวิทยาลัย	47
7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การบริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย	49
8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การบริการของงานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย	50
9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การบริการของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย	51
10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การบริการของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย	52
11 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของบัณฑิตวิทยาลัย	53
12 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย	55
13 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานวิชาการ	57
14 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานสนับสนุนวิชาการ	59
15 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานแผนและสารสนเทศ	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงข้อเสนอแนะสิ่งทีประทับใจหรือจุดเด่นในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย.....	62
17 แสดงข้อเสนอแนะสิ่งทีคิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการจาก บัณฑิตวิทยาลัย	63
18 แสดงข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย	64



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงรูปแบบคุณภาพของการบริการที่ดีของ Gronrooms.....	16
2 แสดง A Conceptual Model of Service Quality.....	17
3 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	26
4 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ.....	27
5 แสดงองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	33
6 แสดงวงจรของความสำเร็จในงานบริการ.....	37



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บัณฑิตวิทยาลัย เป็นหน่วยงานระดับคณะในมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีภารกิจหลักในการควบคุมคุณภาพ กำกับมาตรฐาน สนับสนุน ส่งเสริมและประสานงานจัดการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทุกหลักสูตร และสาขาวิชา รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมการขับเคลื่อนการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาสู่ความเป็นนานาชาติ ซึ่งจากภารกิจหลักดังกล่าวทำให้บัณฑิตวิทยาลัยจำเป็นต้องติดต่อประสานงาน และให้บริการแก่นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัยเปิดให้บริการแก่นิสิตมาเป็นระยะเวลา 34 ปี การให้บริการต่าง ๆ ของบัณฑิตวิทยาลัยมีเพิ่มมากขึ้นตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัย ด้วยเวลาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้มีการแบ่งส่วนราชการออกเป็น 4 งาน คือ งานการเงินและธุรการ งานวิชาการ งานแผนและสารสนเทศ งานสนับสนุนวิชาการ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนภารกิจหลักของบัณฑิตวิทยาลัยให้สามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งนี้เพราะความพึงพอใจของผู้รับบริการ ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นหนทางหนึ่งเพื่อให้ได้ข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาคณาจารย์บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

มีข้อมูลสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจสำหรับผู้บริหารในการนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

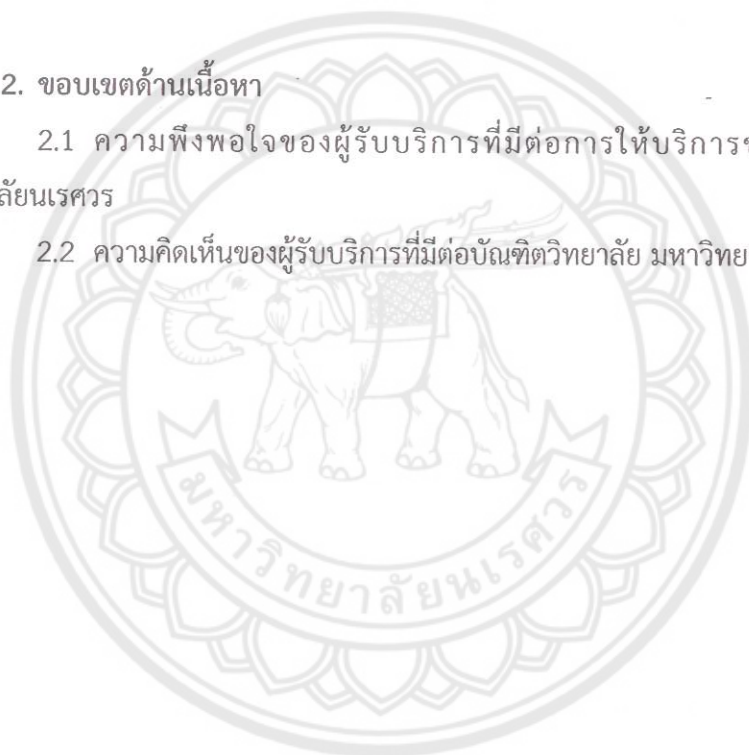
1.1 ประชากร ได้แก่ นิสิตบัณฑิตศึกษาที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2554 จำนวน 2,062 คน คณาจารย์บัณฑิตศึกษาที่แต่งตั้งในปีการศึกษา 2554 จำนวน 623 คน บุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ปฏิบัติงานในการประสานงานกับบัณฑิตวิทยาลัยในปีการศึกษา 2554 จำนวน 2,471 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา บุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวรจำนวน 520 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2 ความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ
 - 1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.1 ความหมายของการบริการ
 - 2.2 ความสำคัญของการบริการ
 - 2.3 คุณภาพของการบริการ
3. ความพึงพอใจในการบริการ
 - 3.1 ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ
 - 3.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ
 - 3.3 ลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
 - 3.4 ความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
 - 3.5 การเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้หลายท่านดังนี้

Longman Dictionary of Contemporary English (2011) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) ไว้ว่า “a feeling of happiness or pleasure because you have achieved something or got what you wanted”

Hornby (2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการแล้วทำให้เกิดความรู้สึกที่พอใจ

วินิสา บุญคง และคณะ (2547, หน้า 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานที่เป็นไปในทางบวก ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน มีการเสียสละ อุทิศแรงใจและสติปัญญาให้แก่งานเป็นอย่างมาก ตรงกันข้ามถ้าบุคลากรมีความรู้สึกหรือเจตคติที่มีต่อการปฏิบัติงานในทางลบจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการปฏิบัติงาน งานก็จะไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่จะจูงใจที่มีอยู่ในงานนั้น ๆ ความพึงพอใจในการทำงานจึงเป็นผลมาจากการสร้างแรงจูงใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความเต็มใจที่จะใช้พลังงานปฏิบัติงานให้หน่วยงานของตนเองมีความเจริญ และประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานนั้น

สมหมาย เปี้ยถนอม (2551, หน้า 5) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนในสิ่งที่ขาดหายไป และเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ ความพึงพอใจจะทำให้บุคคลเกิดความสบายใจหรือสนองความต้องการทำให้เกิดความสุข รวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2554) ในรายวิชาจิตวิทยาการบริการ ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจ ไว้ว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการของบุคคลนั้น เป็นความรู้สึกที่พอใจ ชอบใจ สบายใจ และมีความสุขต่อสิ่งที่ได้ตอบสนองนั้น ๆ

2. ความสำคัญของความพึงพอใจ

ทองสุข ธนรัตน์ (2538 อ้างอิงใน สถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554) กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจ พอสังเขปว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีความสำคัญสำหรับประสิทธิภาพของงาน หากต้องการงานที่มีคุณภาพแล้ว จะต้องให้ความสนใจกับการทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจ

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2539) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการทำงานไว้ โดยสรุปว่า ในองค์กรหรือหน่วยงานคนที่อยู่ภายในส่วนมากมักจะทำงานโดยมีความคาดหวังว่า ความต้องการเฉพาะบางประการจะได้รับการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น นับตั้งแต่ความต้องการทางด้านร่างกายจนกระทั่งถึงความต้องการประสบความสำเร็จขั้นสูงสุดตามจุดมุ่งหมายของชีวิต หลังจากการทำงานได้ผ่านพ้นไปชั่วระยะหนึ่งแล้ว บุคคลส่วนมากจะรับรู้ว่าการกระทำของตนเองมีขีดจำกัดในการตอบสนอง อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่ในองค์กรจะ

เป็นสมาชิกของระบบแบบทางการจะตอบสนองความต้องการของบุคคลทางเศรษฐกิจ และการประสบความสำเร็จในสภาพการทำงาน บางแห่งระบบไม่เป็นทางการจะเป็นแนวทางที่ช่วยแก้ไขหรือทดแทนสภาพการทำงานที่ไม่ค่อยดี งานซ้ำซากจำเจหรือลักษณะของการทำงานขาดปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความต้องการของบุคคลเหล่านี้ตอบสนองได้โดยระบบงานแบบไม่เป็นทางการ

สรุปความสำคัญของความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรมีแล้วส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสืบเนื่องให้การบริการของบุคลากรที่ปฏิบัติต่อผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจ เป็นความพึงพอใจด้วยกันทั้ง 2 ฝ่าย ฝ่ายผู้ปฏิบัติงานก็มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการของผู้ให้บริการ เกิดความประทับใจด้วยกันทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการส่งผลดีต่อองค์กรนั้น ๆ ต่อไป

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้หลายแง่มุมด้วยกัน ดังเช่น

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531 อ้างอิงใน สมหมาย เปียถนอม, 2551) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานที่ไม่แตกต่างกัน

อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen, 1975, pp. 4-80 อ้างอิงใน ศิริลักษณ์ มากมณี, 2548) เป็นนักวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ.1970 โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนต่อศูนย์บริการทางสุขภาพ จำนวน 4,966 ราย พบว่าเรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการรับบริการและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ และในปี ค.ศ.1971 อเดย์และแอนเดอร์เซน ได้ชี้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการในการรักษาพยาบาลและความรู้สึกที่ผู้ป่วยได้รับจากการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยประเมินระบบบริการทางการแพทย์ว่า ได้มีการเข้าถึงประชาชนและความพึงพอใจ 6 ประเภท ได้แก่

1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ (Convenience) ซึ่งแบ่งออกเป็น

1.1 การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ (Office waiting time)

1.2 การได้รับการรักษาและดูแลเมื่อมีความต้องการ (Availability or care when need)

1.3 ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ (Base of getting to care)

2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ (Coordination) ซึ่งแบ่งออกเป็น
 - 2.1 การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง (Getting all needs at one place)
 - 2.2 แพทย์ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย ทั้งร่างกายและจิตใจ (Concern of doctors of overall health)
 - 2.3 แพทย์ได้มีการติดตามการรักษา (Follow-up care)
 3. ความพึงพอใจต่ออภัยสั้ยและการให้เกียรติของผู้ให้บริการ (Courtesy) ได้แก่ การแสดงอภัยสั้ยท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการและปฏิบัติต่อผู้รับบริการด้วยท่าทีที่เหมาะสม
 4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ (Medical Information)
 - 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย (Information about what was wrong)
 - 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาพยาบาล (Information about treatment) เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วยและการใช้ยา เป็นต้น
 5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ (Quality of care) ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนระของผู้ป่วยที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาล
 6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ (Out of pocket cost) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาพยาบาล
- มิลเลทท์ (Millett, 1954, หน้า 397 – 400 อ้างอิงใน ศิริลักษณ์ มากมณี, 2548, หน้า 15) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในบริการ จะต้องมึลักษณะที่สำคัญ 5 ประการคือ
1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable service) หมายถึง ผู้รับบริการจะได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก โดยใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน
 2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการที่ตรงเวลาตรงตามความต้องการ
 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Amply service) หมายถึง การให้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม ดังนั้นการให้บริการที่เท่าเทียมและตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้าบริการที่ให้ไม่เพียงพอ
 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอและดูแลจนกว่าจะหาย
 5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดการพัฒนาต่อไป

อาทิตย์ อุไรรัตน์ และอดุลย์ศักดิ์ ธีรจินดา (2527, หน้า 74; พงษ์ศักดิ์ วิทยากร, 2533, หน้า 56 อ้างอิงใน ศิริลักษณ์ มากมณี, 2548, หน้า 15-16) กล่าวถึงหลักการที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจสูงสุดโดยการจัดบริการดังนี้

1. ดูแลต้อนรับเอาใจใส่และได้รับความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ทุกคนด้วยอัธยาศัยไมตรีเป็นกันเอง และสุภาพเรียบร้อย
2. ความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร
3. ความสะดวกสบาย บรรยากาศที่ดี ตลอดจนความสะอาดของสถานที่ทำงาน
4. ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ไม่สูงกว่าบริการที่ได้รับ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ รวมไปถึงความเอาใจใส่ขององค์การในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรายละเอียดที่ผู้รับบริการต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือลักษณะที่ผู้รับบริการใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง คุณภาพของการให้บริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพอใจให้กับผู้รับบริการ

2. ค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่ผู้รับบริการบางคนจะพิจารณาราคาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

3. สถานที่ให้บริการ การเข้าไปใช้บริการได้สะดวกเมื่อผู้รับบริการต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

4. การแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการทราบข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความต้องการที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

5. ผู้ให้บริการ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานและการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารที่กำหนดนโยบายบริการโดยคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้

ให้บริการที่ตระหนักถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ผู้รับบริการต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการจัดแต่งภายใน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในการบริการ เช่น กระจาดาช ซองจดหมาย เป็นต้น

7. กระบวนการการให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการมีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ผู้รับบริการ เช่น การนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาจัดระบบข้อมูลการสำรองห้องพักโรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ เป็นต้น

ความพึงพอใจในบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ว่า ควรจะได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณ์บริการหนึ่ง ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ ความพึงพอใจในการบริการจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้าบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตรงตามที่กำหนดไว้ในแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใด

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการตามกระบวนการบริการของผู้ให้บริการ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิริยาตอบสนองของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการทั้งในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ ตรุษทิบ (2538) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์ สูดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิริยาคือ เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้า หรือ สิ่งที่มากระตุ้น

สมพงษ์ เกษมสิน (2518) บุคคลจะเกิดความพึงพอใจ จะต้องมีการจูงใจ ได้กล่าวถึง การจูงใจว่า การจูงใจเป็นการชักจูงให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม โดยมีมูลเหตุความต้องการ 2 ประการ คือ ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางจิตใจ

แน่น้อย พงษ์สามารถ (2519) มีความเห็นว่าความพึงพอใจ หมายถึง ทำที่ทั่ว ๆ ไปที่เป็นผลมาจากทำที่ที่มีผลต่อสิ่งต่าง ๆ 3 ประการ คือ 1) ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรม 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล 3) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540) ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง หรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค (Bolton and Drew, 1991; Brown and Swartz, 1989; Cronin and Taylor, 1992; Parásuraman, et al., 1985; Teas, 1993) กล่าวคือ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการเป็นผลโดยตรงของการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังที่เคยมีมาก่อนกับผลที่ได้รับ (Bearden and Teet, 1983; Bolton and Drew, 1991; Cardoso, 1965; Oliver and Swan, 1989; Olshavsky and Miller, 1972; Olson and Dover, 1979; Spreng, 1993; Tse and Wilton, 1988) หากการบริการที่ได้รับเป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจและประเมินว่าการบริการนั้นมีคุณภาพสูง

จากคำจำกัดความและความหมายของแนวคิดความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นคล้ายคลึงกัน ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดจากความสมดุลหรือความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง หรือจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือจากประสบการณ์ที่เข้าไปใช้บริการและประสบการณ์นั้นตรงตามความคาดหวัง

3.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน (2543) ได้รวบรวมกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบของแรงจูงใจไว้ 4 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอความต้องการในด้านต่าง ๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคม และความต้องการการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่าและพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูง ๆ ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ทฤษฎีการจูงใจ การบำรุงรักษา ของ Herz berg ได้กล่าวถึงปัจจัยการจูงใจ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความพึงพอใจ ได้แก่ โอกาส ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบ ความเจริญก้าวหน้า และปัจจัยการบำรุงรักษา ซึ่งเป็นตัวขัดขวางความพึงพอใจ ได้แก่ นโยบายขององค์กร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Mc Celland ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ประเภท คือความต้องการความสำเร็จ ความต้องการมีอำนาจ และความต้องการความสัมพันธ์ โดยความต้องการความสำเร็จหรือเรียกว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ถ้าบุคคลใดมีสูงจะมีความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งให้ลุล่วงไปด้วยดี

4. ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล จะประเมินความเป็นไปได้ของผลที่จะบังเกิดขึ้นแล้ว จึงดำเนินการปฏิบัติที่ตนคาดหวังไว้ การจูงใจขึ้นอยู่กับความคิดหวังของมนุษย์ต่อผลที่เกิดขึ้น ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom นี้ ทำนายว่าบุคคลจะร่วมกิจกรรมที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เขาปรารถนา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อธิบายแนวคิดของ Philip Kotler เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าไว้ดังนี้ ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหลังจากซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ประสิทธิภาพของสินค้า ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้า หรือ การบริการต่ำกว่าความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่า ความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

Michacel Beer (1965 อ้างอิงใน สมหมาย เปียณอม, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1. V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ
2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ

3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องกระทำด้วยวิธีหนึ่งวิธีใดเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้ บุคคลนั้นก็จะได้รับความพึงพอใจ และในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ดังนี้

$$\text{แรงจูงใจ} = \text{ผลของความพึงพอใจ} + \text{ความคาดหวัง}$$

ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติองค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาคาดหวังไว้ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลงานขององค์กร และ ได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็

จะสูง แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องาน และการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะต่ำไปด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

1. ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง ปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525) กลยุทธ์สำคัญของการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถภาพและสามารถกำหนดอำนาจต่อรองในการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการ หากธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างของกิจการบริการ โดยเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวังในแต่ละฉากเหตุการณ์ของวงจรแห่งการให้บริการที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ ลูกค้าย่อมเกิดความรู้สึกพึงพอใจและประทับใจในการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการนั้นอีกในโอกาสต่อ ๆ ไป ธุรกิจก็ย่อมประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้า เพราะมีลูกค้าประจำหมุนเวียนมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ การที่ธุรกิจจะดำเนินการบริการได้อย่างราบรื่นและให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ องค์การบริการจำเป็นต้องตระหนักถึงการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการอย่างจริงจังและสร้างสรรค์ โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ เกณฑ์การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการ เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการและแนวทางการเสริมสร้างคุณภาพของการบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549, หน้า 55)

ศรिवรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 344) กล่าวว่า การบริการ (service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า

दनัย เทียนพูน (2543, หน้า 11) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การให้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน ซึ่งจะสามารถพิจารณาการให้ได้ใน 3 ลักษณะด้วยกัน คือ 1) ให้ด้วยความเต็มใจ 2) ให้ด้วยความโกรธ 3) ให้ด้วยเหตุผล ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าต้องการก็คือการให้ด้วยเหตุด้วยผลและการให้บริการที่ดีจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมมนุษย์ โดยยึดถือความพอใจ ความต้องการของผู้รับบริการ (ลูกค้า) เป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ไหวพริบและปฏิภาณอยู่ตลอดเวลา

คอตเลอร์ ฟิลลิป (Kotler Philip, 2003, p. 248 อ้างอิงใน ทันดร ณะกลบริภณ์, 2552) กล่าวว่า การบริการ (service) หมายถึงการกระทำหรือการปฏิบัติซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตบริการอาจผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

วิชัย ปิติเจริญธรรม (2548, หน้า 19) ที่กล่าวว่า หัวใจของการบริการที่เป็นเลิศ มิใช่สักแต่เพียงบริการให้เสร็จ ๆ ทันเวลาเท่านั้น แต่หัวใจของการบริการอยู่คง “คุณค่า” ที่คุณส่งมอบต่อผู้อื่นผู้รับบริการจะรู้สึกว่าคุณมีหัวใจของการบริการก็ต่อเมื่อ เขารู้สึกว่าคุณตอบสนองเขาอย่างถูกต้อง เข้าใจในมุมมองของเขา ปฏิบัติต่อเขาอย่างเป็นคนพิเศษ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 145-146) กล่าวว่า คุณภาพในการบริการ (servicequality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการใช้โฆษณาของธุรกิจให้ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่ต้องการ (what) เมื่อเขามีความต้องการ (when) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (where) ในรูปแบบที่ต้องการ (how) นักการตลาดต้องทำการวิจัยเพื่อทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า โดยทั่วไปไม่ว่าธุรกิจแบบใดก็ตามลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนี้พิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า (access) บริการให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวก ในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสั่งการ (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ (competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ (courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์เป็นที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ (credibility) บริษัทและบุคคลต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (reliability) บริการที่ให้แก่ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย (security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง
9. การสร้างบริการจนเป็นที่รู้จัก (tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพของบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (understanding/knowingcustomer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว

ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

การบริการสามารถตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของผู้รับบริการได้ ทั้ง ทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตใจ กล่าวคือ การบริการทำให้ผู้รับบริการเกิดความสะดวกสบาย มีความสุข และความประทับใจ ตัวอย่างเช่น การบริการทำความสะอาดห้องพักของโรงแรมเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ ช่วยให้ผู้รับบริการไม่ต้องทำความสะอาดห้องพักด้วยตนเอง ซึ่งทำให้เขาสามารถใช้เวลาดังกล่าวไปทำธุระส่วนตัวอื่น ๆ ได้ และการบริการดังกล่าวนี้ยังทำให้เขามีความสุขที่ได้พักในห้องพักที่สะอาดและได้มาตรฐาน ส่งผลให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต นอกจากนี้ยังทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่างบเงินและเวลาที่เสียไปด้วย

ลักษณะของการบริการ

การบริการ (Service) มีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้า (Goods) ดังนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility)
2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน (Heterogeneity)
3. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability)
4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership)
5. การบริการต้องอาศัย “คน” เป็นหลัก
6. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ
7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตหรือ

กระบวนการบริการ

3. คุณภาพการให้บริการ

3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่านทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ ดังนี้

Gronroos (1990 อ้างอิงใน ศิริพร วิษณุทิมายชัย, 2539) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่า คือ สิ่งที่เกิดจากสิ่งที่ลูกค้ารับรู้

Crosby (1988 อ้างอิงใน ชัชวาลย์ ทัดติวัช, 2554) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ “Service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

ศิริพร วิษณุทิมายชัย (2539) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ (Service quality) ว่า เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่

ลูกค้ามาซื้อบริการดั่งนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการได้ตรงใจลูกค้าเพื่อผลคือความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้น

วีรพงษ์ เถลิมาจิระวัฒน์ (2539, หน้า 14 อ้างอิงใน ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล, 2551, หน้า 8) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า หรือระดับความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากได้รับบริการไปแล้ว

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, อ้างอิงใน ชัชวาล ทัดติวัช, 2554) ได้เสนอความเห็นว่าคุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

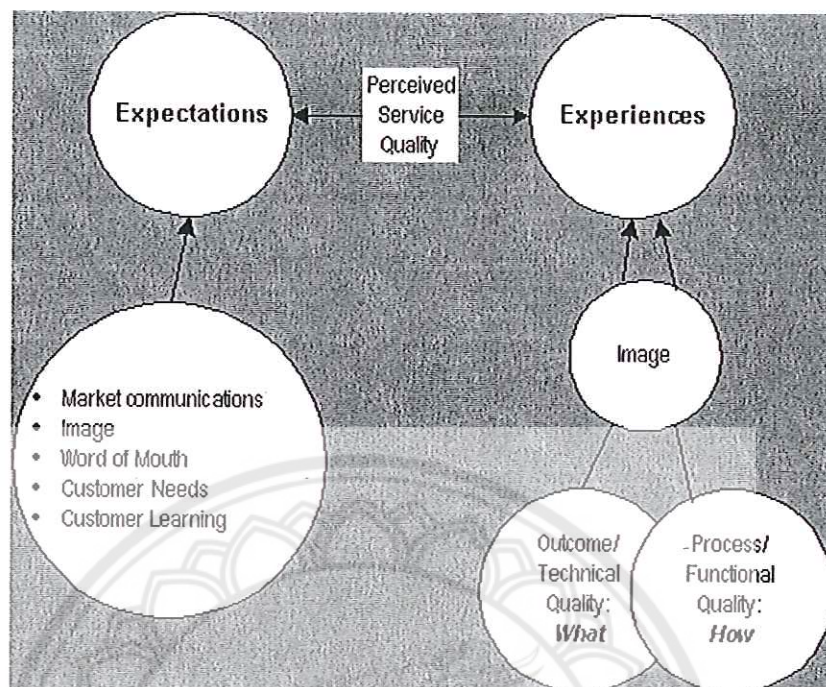
ชัชวาลย์ ทัดติวัช (2554) ได้สรุปความหมายของคุณภาพการให้บริการ (Service quality) ว่าหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

กล่าวโดยสรุป คุณภาพของการให้บริการ (Service quality) คือ การที่ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตรงกับความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นทั้งในระหว่างให้บริการ และภายหลังจากได้รับบริการเสร็จสิ้นแล้ว

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Gronroos ได้สร้างรูปแบบการบริการที่มีคุณภาพ

โดยรูปแบบการบริการที่มีคุณภาพของ Gronroos คือ ความคาดหวังเป็นปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาด ภาพลักษณ์ ปากต่อปาก และความต้องการของลูกค้า และการเรียนรู้ ในขณะที่ประสบการณ์ เป็นผลผลิตของการดำเนินงานและวิธีการที่มีคุณภาพ ซึ่งได้ปรากฏได้ดังภาพ



ภาพ 1 แสดงรูปแบบคุณภาพของการบริการที่ดีของ Gronroos

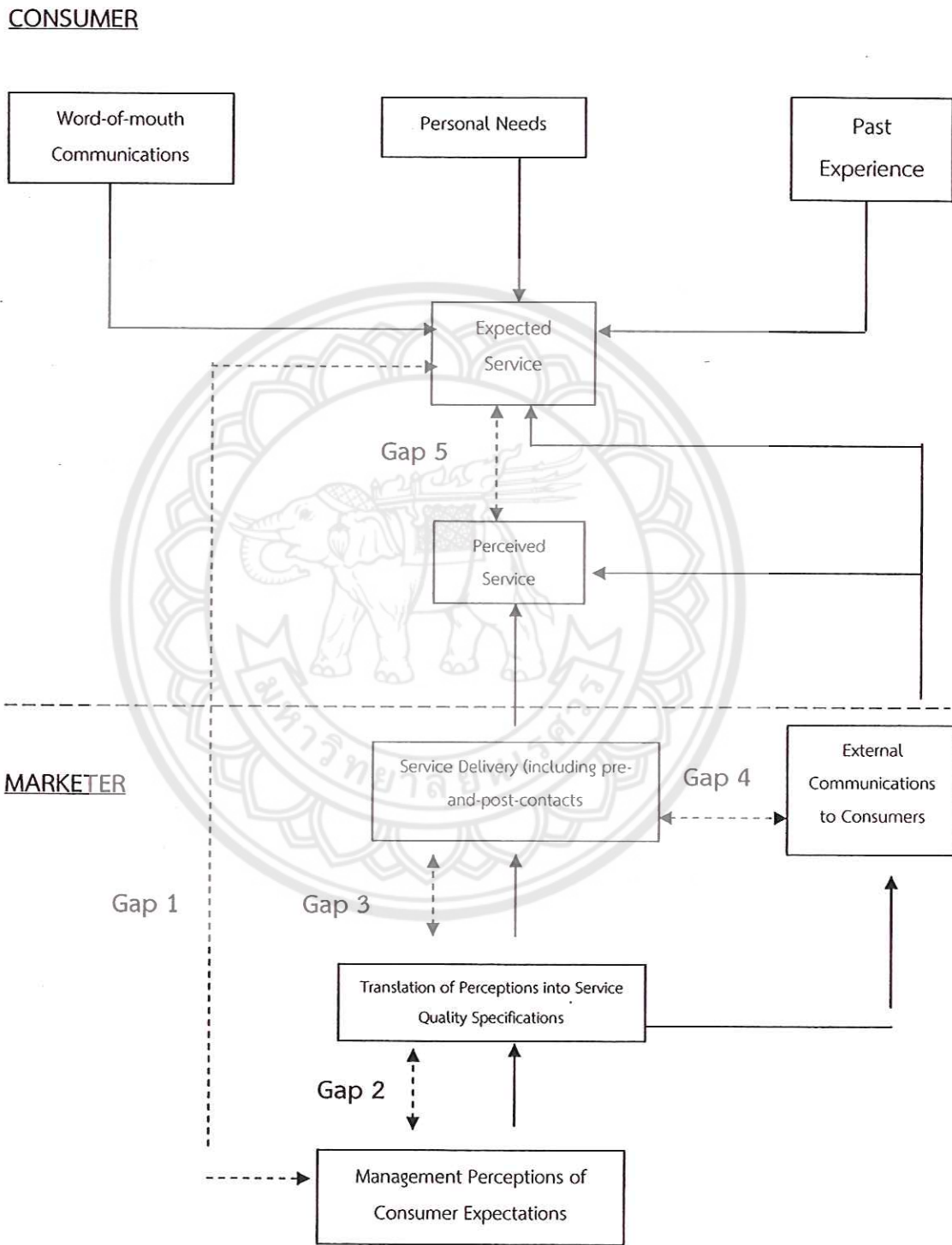
ที่มา: <http://www.degromoboy.com/cs/gronroos.htm>

Gronroos ได้แสดงให้เห็นถึงช่องว่างในการรับรู้ที่มากขึ้น ถึงแม้ว่าจะไม่มีคำแนะนำใด ๆ ในการลดช่องว่างในการรับรู้ อย่างไรก็ตาม รูปแบบนี้ได้มีการนำไปใช้งานจริงมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่นำไปสู่การลดช่องว่างในการรับรู้ในแต่ละด้านนั้น อธิบายได้ว่า ผู้จำหน่ายมีผลกระทบทั้งสองด้าน และที่น่าจับตามองมากที่สุด คือ ความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับจากการบริการ การตลาดที่มีความชัดเจน ตลอดจนกระบวนการและวิธีการที่มีคุณภาพยังส่งผลต่อช่องว่างในการรับรู้

ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2539) ได้กล่าวว่าคุณภาพบริการจะสามารถทำให้เกิดขึ้นได้นั้นนักการตลาดต้องทำการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบบริการที่ไม่มีคุณภาพว่าเป็นอย่างไร

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับหน่วยงานที่ให้บริการด้านต่าง ๆ เพราะการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก หรือการทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วยความเต็มใจ แต่ในบางครั้งสิ่งที่เราส่งมอบบริการไปนั้นอาจจะไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการได้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจและไม่กลับมาใช้บริการของเราอีกต่อไปจะทำให้เกิดการสูญเสียลูกค้าของธุรกิจได้ ซึ่งเราสามารถจำแนกช่องว่างคุณภาพ (Quality Gap) หรือข้อผิดพลาดที่เกิดจากการส่งมอบบริการอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จมีอยู่ด้วยกัน 5 ช่องว่าง ดังภาพ 2

A Conceptual Model of Service Quality



ภาพ 2 แสดง A Conceptual Model of Service Quality

ที่มา: Lovelock, 1996, pp.468-471อ้างอิงใน ศิริพร วิชญมทิมาชัย, 2539

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของผู้บริหารกิจการ (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเพราะผู้บริหารมีข้อมูลที่ไมถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารกิจการร้านอาหาร มีความเข้าใจว่า ลูกค้าต้องการอาหารที่ดีมีคุณภาพและรสชาติอร่อย ซึ่งเป็นที่พอใจของลูกค้า แต่ในความเป็นจริงแล้ว ลูกค้าอาจจะให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงวิธีการให้บริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง ซึ่งวิธีการแก้ไขนี้ คือ ผู้บริหารต้องเรียนรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้าโดยการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าโดยการทำการวิจัยตลาด การรับข้อร้องเรียนต่าง ๆ หรือการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ลูกค้าระบุความต้องการ รวมทั้งปรับปรุงระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

ช่องว่างที่ 2 คือ มาตรฐานคุณภาพการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The quality specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการตัวอย่างเช่น ผู้จัดการร้านมีคำสั่ง แจ้งให้พนักงานให้บริการทราบว่า ควรให้บริการที่รวดเร็วกับลูกค้าแต่ไม่ได้กำหนดขั้นตอนการทำงานและคุณภาพของงานว่ารวดเร็วอย่างไร ใช้ระยะเวลาานเท่าใดในการให้บริการแก่ลูกค้า วิธีการแก้ไข คือ ผู้บริหารต้องเอาใจใส่ในคุณภาพอย่างจริงจัง มีการฝึกอบรมผู้บริหารในการสั่งการและควบคุม มีการวัดผลการทำงานและแจ้งให้พนักงานทราบ มีการปรับปรุงการทำงานโดยใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ช่องว่างที่ 3 คือ การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการทำงาน ซึ่งจะรวมถึงแนวความคิด เทคนิค และทักษะในการให้บริการ รวมทั้งการตลาดภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิผล ตัวอย่างเช่น ลูกค้าที่มาสั่งอาหารในร้านอาหาร แต่กลับไม่ได้รับการบริการที่ดีตามนโยบายคุณภาพที่ทางร้านกำหนดไว้ เช่น มีการพูดจาที่ไม่สุภาพ ไม่มีการให้เกียรติลูกค้า การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างล่าช้าต้องทำให้ลูกค้ารอนาน ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ความสามารถในงานที่ตัวเองรับผิดชอบ ไม่มีการสนทนาโต้ตอบกับลูกค้า วิธีการแก้ไข คือ ควรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานที่ชัดเจน ปรับปรุงประสิทธิผลการตลาดภายในองค์กร เช่น การคัดเลือก การสรรหา การอบรมพนักงานในเรื่องของการต้อนรับ การให้บริการที่ดีและการให้อำนาจหน้าที่ (Empowerment) และการจูงใจ การสร้างระบบการทำงานเป็นทีม

ช่องว่างที่ 4 คือ การนำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้รับบริการที่ควรจะได้รับบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงในสื่อโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้รับบริการไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้ ตัวอย่างเช่น ทางร้านติดประกาศแจ้งลูกค้าของร้านว่าเมื่อมีการสั่งอาหารจากพนักงานแล้วจะได้รับอาหารภายในเวลา 15 นาที แต่ลูกค้าต้องผิดหวังเพราะรอนานเกินกว่า 15 นาที วิธีการแก้ไข คือ ให้ฝ่ายปฏิบัติงานบริการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อสารทางการตลาด มีการสร้างระบบการประสานงานที่ดีในองค์กร ควบคุมดูแลการให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงการสร้างความคาดหวังที่ถูกต้องให้กับลูกค้าโดยการให้ข้อมูลที่แท้จริง

ช่องว่างที่ 5 การบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งการบริการต่าง ๆ จะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 ตัวอย่างเช่น พนักงานของร้านได้เดินมาคอยดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นระยะ ๆ เพื่อแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่ แต่ลูกค้าอาจคิดว่าการที่พนักงานเดินมาดูลบ ๆ เช่นนี้อาจแสดงถึงการใช้เวลาอยู่ในร้านนานเกินไป วิธีการแก้ไข ในช่องว่างที่ 5 นี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นผู้บริหารองค์กรจะต้องนำการแก้ไขในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 มาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของบริการก่อนที่จะทำการส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้าต่อไป

ซึ่งการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง จากผู้ให้บริการ (Marketer) เพื่อเป็นการปิดกั้นช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Customer expectations)

ตามหลักทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญต่อไปนี้ (ศิริพร วิษณุหิมาชัย, 2539)

1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience)
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน (Word of Mouth Communication = W-O-M)
3. การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง
4. การโฆษณาของกิจการเอง
5. ความต้องการส่วนตัว (Personal needs)

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2554) ซึ่งเขียนโดยผู้ใช้นามแฝง ทิพย์รัตน์ ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการว่า เป็นสิ่งสำคัญหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีตจากการพูด ปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการในรูปแบบที่ต้องการ ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ ประการแรก ความเชื่อถือได้ อันประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพาได้ ประการที่สอง การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่องปฏิบัติต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างดี ประการที่สาม ความสามารถ ประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ ประการที่สี่ การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากหรือซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยไม่มาก เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก ประการที่ห้า ความสุภาพ อ่อนโยน ประกอบด้วย การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการ ให้การตอบรับที่เหมาะสม ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี ประการที่หก การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ ประการที่เจ็ด ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการมีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ ประการที่แปด ความมั่นคง ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ประการที่เก้า ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ให้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ให้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ให้บริการ และประการสุดท้าย การสร้างสิ่งจำเป็นที่จำเป็น ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการเพื่อความสวยงาม สะอาด โดยคุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดในการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่

3.3 ระดับคุณภาพการบริการ

ในการซื้อบริการแต่ละครั้งผู้รับบริการมักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้า (บริการ) ได้ อย่างแท้จริง ดังนั้นผู้รับบริการ (ลูกค้า) มักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ 5 ข้อ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงไว้และตรงต่อเวลา

1.1 ควรให้บริการตามที่สัญญาไว้

1.2 แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือ

- 1.3 ควรให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 1.4 ควรให้บริการตามเวลาที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า
- 1.5 ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงเวลาที่ให้บริการหรือการเข้าพบลูกค้า

2. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสี่ยงอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

- 2.1 สามารถสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้
- 2.2 ทำให้รู้สึกไว้วางใจได้เมื่อลูกค้ามาติดต่อ
- 2.3 มีความสุภาพอ่อนน้อม
- 2.4 มีความรู้ในงานที่ให้บริการ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเข้าใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ ดังนี้

- 3.1 การให้บริการอย่างรวดเร็ว
- 3.2 มีความยินดีที่ให้บริการเสมอ
- 3.3 มีความพร้อมที่จะให้บริการเมื่อลูกค้าต้องการ

4. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการให้บริการ ระหว่างให้บริการ และภายหลังให้บริการ มีดังนี้

- 4.1 ให้ความสนใจลูกค้าเป็นส่วนตัว
- 4.2 ให้บริการอย่างเอาใจใส่
- 4.3 ถือผลประโยชน์สูงสุดของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ
- 4.4 เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า

5. รูปลักษณ์ (Tangibles) ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและผู้ให้บริการ มีดังนี้

- 5.1 อุปกรณ์ที่ทันสมัย
- 5.2 เทคโนโลยีสูง
- 5.3 ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ
- 5.4 มีบุคลิกภาพแบบมืออาชีพ
- 5.5 ความสะอาดที่ให้บริการทั้งองค์กร และผู้ให้บริการ

3.4 คุณค่าการบริหารที่ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ

จากแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ได้เน้นความสำคัญไปยังความสำคัญที่มีให้แก่ลูกค้ามากขึ้น โดยยึดหลักการทำการตลาดแบบ Outside-in คือ การเน้นหาความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก และตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นหน่วยงานที่ให้บริการจึงมีเป้าหมายของการบริการที่

เป็นเลิศโดยให้ความสำคัญกับคุณค่าของสัมพันธ์มากกว่าค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้น เพื่อหวังกำไรจากลูกค้าได้ในระยะยาว (Customer Relationship Management = CRM) โดยทำความเข้าใจกับลูกค้าว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร เพราะในปัจจุบันลูกค้าไม่ได้ต้องการบริการอย่างเดียวแต่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์นอกเหนือจากการบริการนั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้ามีดังต่อไปนี้

3.4.1 การให้บริการลูกค้าและรูปแบบประโยชน์ (Customer Service and the Form Benefit) โดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าที่จำหน่ายสู่ท้องตลาดจะคำนึงถึงความง่าย ความสะดวกต่อผู้ใช้เป็นสิ่งสำคัญ แต่ในปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง สลับซับซ้อนยุ่งยากต่อผู้ใช้ เช่น คอมพิวเตอร์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ก็เป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบและผลประโยชน์ของลูกค้าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกได้ในชีวิตประจำวัน ในกรณีที่ลูกค้าได้ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นแล้วแน่นอนที่สุดอย่างน้อยลูกค้าต้องมีคำถาม มีปัญหา มีข้อสงสัย หรือขาดความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพราะลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วรู้สึกไม่พึงพอใจหรือบริการ ไม่เป็นอย่างที่คาดหวังไว้

ดังนั้นฝ่ายบริการลูกค้า (Customer Service) หรือผู้ขายจะต้องเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในการแก้ไขปัญหาและให้บริการตามที่ลูกค้าต้องการ

3.4.2 การบริการลูกค้าและประโยชน์ของสถานที่ (Customer Service and the Place Benefit)

ในกรณีที่มีการจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภคแล้ว แน่นอนที่สุดในระยะเวลาดังกล่าวต้องมีการบริการหลังการขาย เช่น ให้คำปรึกษาในการใช้สินค้า การเปลี่ยนคืนสินค้า การคืนสินค้า การซ่อมแซมสินค้า ดังนั้นหน่วยงานควรคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า คือ สถานที่ โดยทั่ว ๆ ไปแล้วถ้าเราไม่ต้องการหรือความจำเป็นเราก็ไม่อยากจะไปติดต่อกับคนอื่นอยู่แล้ว แต่ลูกค้าที่มาติดต่อเราอาจมีสาเหตุ คือ มารับบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีปัญหาให้ช่วยแก้ไข เพื่อขอรับทราบข้อมูลบางประการ หรือเพื่อติดต่อธุรกิจของตนกับผู้ให้บริการก็ได้

สถานที่ที่ให้ความสะดวกในการให้บริการลูกค้า หน่วยงานต้องให้ความสำคัญด้วยเพราะจะเป็นสถานที่ที่ติดต่อรหว่างลูกค้ากับหน่วยงานเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสร้างภาพพจน์ได้ ถ้าเราให้บริการที่ดี ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อาจจะมีผลต่อการใช้บริการซ้ำ หรือมีการประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานไปในตัวถึงความประทับใจที่ได้มาใช้บริการของหน่วยงานนั้น ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องใกล้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากที่สุดเพื่อการบริการที่เร็วที่สุด สะดวกที่สุด ขั้นตอนง่ายที่สุด สิ่งทีกล่าวมานี้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าซึ่ง อาจทำได้หลายรูปแบบไป เช่น 1) การกระจายศูนย์บริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความต้องการ 2) มีหน่วยงานสำหรับบริการ (แผนกช่าง) 3) มีศูนย์ Call Center 4) มีแผนกบริการลูกค้า Customer Service หรือ Customer Care

3.4.4 การบริการลูกค้าและผลประโยชน์ทางด้านเวลา (Customer Service and the Time Benefit)

การบริการจะเริ่มต้นเมื่อลูกค้ามีความต้องการ โดยผู้ให้บริการจะต้องตอบสนองให้ทันกับความต้อการนั้นทันที คือ ผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมให้บริการแก่ลูกค้าเสมอ การปฏิบัติงานอย่างรวดเร็วด้วยความเต็มใจ เช่น ถ้าลูกค้ามีปัญหา ไม่ควรให้ลูกค้ารอนาน ไม่ควรปิดหน้าทีความรับผิดชอบให้กับบุคคลอื่น ไม่ควรหัวเราะ หรือหยอกล้อกับคนที่อยู่ใกล้ในขณะที่แก้ปัญหาให้กับลูกค้า ไม่ควรพุดจาด้วยอารมณ์รุนแรง ไม่ควรใช้ศัพท์วิชาการกับคนทั่วไป แต่ถ้าในกรณีที่เป็นจริง ๆ หรือไม่สามารปฏิบัติให้กับลูกค้าได้ การปฏิเสธต้องนุ่มนวล และมีเหตุผลอย่างเพียงพอ

3.4.5 การบริการลูกค้าและสิทธิประโยชน์การคุ้มครอง (Customer Service and the Possession Benefit)

การที่ลูกค้ายินยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในราคาแพง ๆ หน่วยงานควรมีนโยบายให้บริการแก่ลูกค้า เช่น ยินดีที่ให้ทดลองสินค้าก่อน ยินดีคืนเงินถ้าไม่พอใจ ยินดีรับเปลี่ยนคืนสินค้าถ้าไม่พอใจ หรือมีบริการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ สิ่งเหล่านี้ คือ การให้สิทธิ ผลประโยชน์การคุ้มครองแก่ลูกค้า การให้บริการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและลูกค้า

3.5 ความเป็นเลิศในงานบริการขององค์กร

การพัฒนาบุคลากรมีความจำเป็นต่อวิชาชีพการบริการ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของบุคลากรของหน่วยงานหรือองค์กร ดังนั้นการบริการที่ดีจะเกิดขึ้นจากตัวบุคคล โดยอาศัยทักษะ ประสิทธิภาพ เทคนิคต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และอยากกลับเข้ามาใช้บริการอีก ได้แก่

3.5.1 ต้องมีใจรับในงานด้านบริการ คือ Service Mind ผู้ให้บริการต้องมีความสมัครใจทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจ มีความเสียสละ ผู้ที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้ต้องมีใจรักและชอบในงานบริการ โดยความหมาย ของ Service Mind มีดังนี้

S =	Smile	ต้องมีรอยยิ้ม
E =	Entusiasm	ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า
R =	Responsiveness	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า
V =	Value	ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า
I =	Impression	ให้บริการอย่างประทับใจ
C =	Courtesy	บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน
E =	Endurance	ความอดทนการเก็บอารมณ์
M =	Make Believe	มีความเชื่อ

I =	Insist	การยอมรับ
N =	Necessitate	การให้ความสำคัญ
D =	Devote	การอุทิศตน

3.5.2 ต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ(Knowledge) ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบที่สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ ประวัติองค์กร ระเบียบ นโยบายและวิธีการต่าง ๆ ในหน่วยงาน เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และต้องขวนขวายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

3.5.3 มีความช่างสังเกต (Observe) ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนที่มีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้บริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น

3.5.4 ต้องมีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) พฤติกรรมความกระตือรือร้น จะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ความช่วยเหลือ แสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

3.5.5 ต้องมีกิริยาวาจาสุภาพ (Manner) กิริยาวาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

3.5.6 ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative) ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการจึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิรูประบบงานบริการให้ดียิ่งขึ้น

3.5.7 ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ (Emotional control) งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้น กิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พุดจาก้าวร้าว กิริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

3.5.8 ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น (Calmness) ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะไม่เลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

3.5.9 มีทัศนคติต่องานบริการดี (Attitude) การบริการเป็นการช่วยเหลือผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ชอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น



1.6352364

ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ที่เป็นผลให้ผลงานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ ๒ - ส.ค.บ. ๒๕๕๖

3.5.10 มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Responsibility) ในด้านงานทางการตลาด และการขายและงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยการยกย่องว่า “ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด” และ “ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ” ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าอย่างดีที่สุด

อย่างไรก็ตาม ลูกค้า องค์กร และพนักงานต่างมีความต้องการซึ่งจะต้องประสานความต้องการเหล่านั้นเข้าด้วยกัน ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่การให้คำปรึกษา ได้สินค้าคุณภาพดี บริการที่ดี การต้อนรับที่อบอุ่นได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว ตามเวลาที่เหมาะสมไม่ต้องรอนาน มีบริการหลังการขายที่ดี หน่วยงานต้องการชื่อเสียงเป็นผู้นำ มีความมั่นคง เจริญรุ่งเรืองสามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง มีพนักงานที่มีความสามารถและมีคุณภาพ พนักงานต้องการค่าตอบแทน เงินเดือนที่ดี มีสวัสดิการ มีความมั่นคงในการทำงาน มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี ได้เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ดังนั้นเพื่อคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ ทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ลูกค้าพอใจองค์กรก็อยู่รอด (Win-win Strategy)

ความพึงพอใจในการบริการ

1. ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ

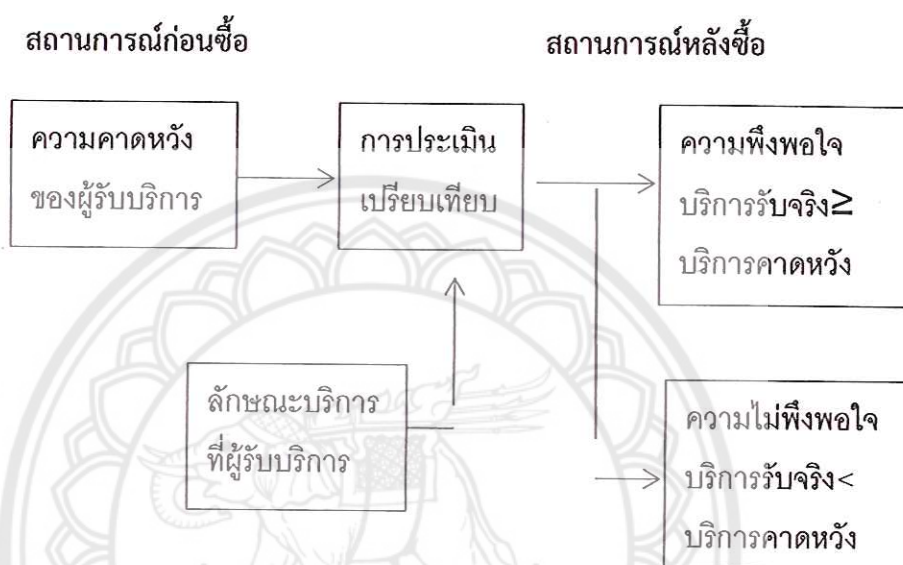
1. ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจในการบริการเป็น 2 นัย คือ

1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ในงาน วิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมาย “ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

สำหรับความหมายที่พบใช้อย่างแพร่หลาย โอลิเวอร์ (Oliver) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณ์

แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพ



ภาพ 3 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

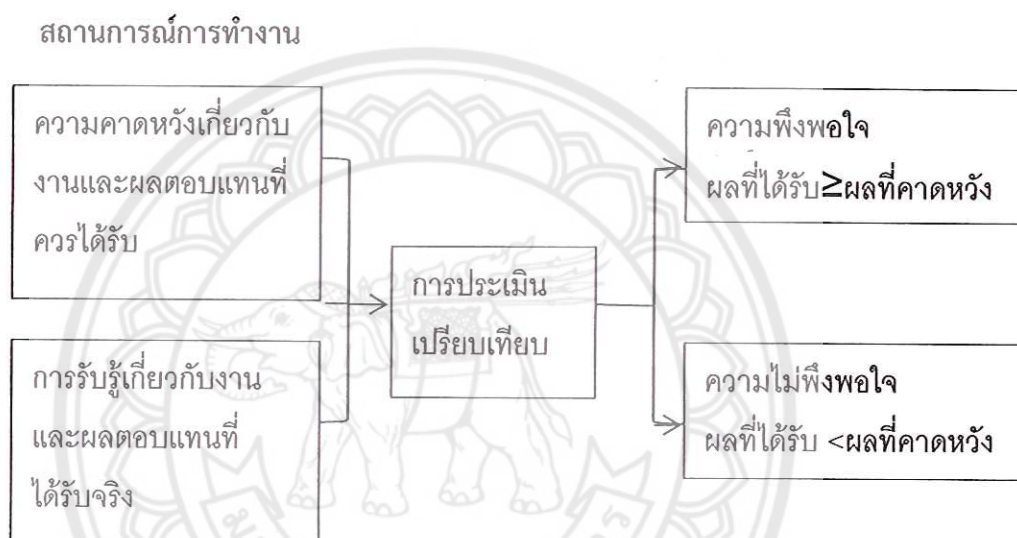
2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยา องค์การความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงาน มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในงานไว้ ดังนี้

ล๊อค (Locke) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการณแสดงออกทางอารมณ์ในทางบวกอันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากงาน และ ประสบการณ์ในการทำงานของบุคคลหนึ่ง

พอร์เตอร์ (Porter) และคณะ ให้นิยามว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่องาน และประเมินได้จากความแตกต่างระหว่างปริมาณ ของคุณค่าผลตอบแทนที่ได้รับผลตอบแทนที่บุคคลคาดหวังไว้ว่าจะได้รับ

แครนนี่ (Cranny) และคณะ กล่าวว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึกต่องานอันเป็นผลมาจากการประเมิน เปรียบเทียบส่วนต่างของผลตอบแทนที่ได้รับจริงกับผลตอบแทนที่ปรารถนาหรือคาดว่าจะได้รับ

อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์และผลตอบแทน (ได้แก่ ลักษณะงานอัตราค่าจ้าง โอกาสก้าวหน้า และผลประโยชน์) ที่ได้รับจากงานในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจในงาน หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์และผลตอบแทนที่ได้รับจากงาน ในระดับที่ต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ ดังภาพ



ภาพ 4 แสดงความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจทั้งสองลักษณะข้างต้น มีความหมายเกี่ยวพันกับความพึงพอใจในการบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในสถานการณ์การบริการให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจในการบริการโดยทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการมีความรู้สึกในทางบวก อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในระดับที่สอดคล้อง หรือมากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ในสถานการณ์การบริการที่เกิดผลดีต่อกิจการบริการนั้น

จึงได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายความว่า ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่ว ๆ ไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมายในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการ

2. ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

2.1 ความสำคัญของความพึงพอใจ

เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้งและส่งผลให้สังคมส่วนร่วมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

2.1.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ องค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ

1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึก และความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการและสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการได้นำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น (ได้แก่สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการบริการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

3) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่จำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับ

ผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กิจการบริการประสบความสำเร็จในที่สุด

2.1.2 ความสำคัญของผู้รับบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวหลักต้นคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ งานเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิต และการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ ในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้า ยิ่ง ๆ ขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อ ๆ ไปทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการ และการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

จากบทเรียนออนไลน์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เรื่อง จิตวิทยาการบริการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2555) ได้กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการไว้ว่าเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินการบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจ

3. ลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

จากบทเรียนออนไลน์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เรื่อง จิตวิทยาการบริการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2555) กล่าวเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการว่า การดำเนินงานบริการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าและความพยายามที่จะทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับให้มากที่สุดโดยการทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการดังนี้

3.1 ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

3.1.1 ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไป ดังนี้

1) ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในบริการที่ได้รับ เช่น ลูกค้าเข้าไปในร้านอาหารและสั่งอาหารชนิดหนึ่งพนักงานเสิร์ฟอาหารนำอาหารมาเสิร์ฟอย่างครบถ้วนถูกต้อง ตามที่ลูกค้าต้องการ ลูกค้าย่อมเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ แต่ในทางกลับกัน ถ้าพนักงานเสิร์ฟนำอาหารมาเสิร์ฟไม่ตรงกับที่ลูกค้าต้องการไม่ว่าจะเป็นเพราะเหตุผลใด ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

2) ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง

ในสถานการณ์การบริการ ก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่แล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูลการรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐาน ที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการหรือความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรจะได้รับ (Expectations) นี้ มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริงหรืออาจพบปะระหว่างผู้ให้บริการ

และผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับการคาดหวังที่มีผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่านับเป็นการยืนยันที่คาดเคลื่อน (Un confirmation) จากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrepancy) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับของความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก และแสดงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ เช่น ลูกค้ายืมยืมที่ร้านเสริมสวยแห่งหนึ่งและคาดหวังว่าจะใช้เวลาสระและแต่งทรงประมาณ 1 ชั่วโมง ปรากฏว่าไม่มีลูกค้ายืนและมีช่างทำผมว่างอยู่หลายคนจึงช่วยกันตกแต่งทรงผมอย่างประณีต ตามที่ลูกค้าต้องการเสร็จภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการเสร็จภายในเวลารวดเร็วกว่าที่ลูกค้าคาดไว้ หากประเมินความพึงพอใจที่เกิดขึ้น สิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการสูงกว่าความหวังที่มีอยู่ (ข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก) แสดงว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจ (สูง) ในสถานการณ์ตรงกันข้าม ถ้าลูกค้าต้องเสียเวลารอนานกว่าที่คาดไว้ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจได้ (ข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางลบ)

3) ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง กับการคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองที่ถูกต้อง บุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นการรู้สึกที่ตรงกันข้ามกันก็ตาม นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากการบริการต่าง ๆ เช่น ลูกค้าไปซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง และเลือกซื้อที่มีตราผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ ปรากฏว่าสินค้าชำรุดใช้งานไม่ได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ เมื่อนำสินค้าไปขอเปลี่ยนชิ้นใหม่ พนักงานขายให้การดูแลอย่างดี กล่าวคำขอโทษและเปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่มาให้พร้อมช่วยเหลือทดสอบการทำงาน ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนความรู้สึกไม่พึงพอใจเป็นพึงพอใจและยังรู้สึกพึงพอใจมากขึ้นที่พนักงานยอมรับข้อบกพร่อง และเอาใจใส่ช่วยเหลือด้วยอัธยาศัยที่ดี

3.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

3.2.1 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

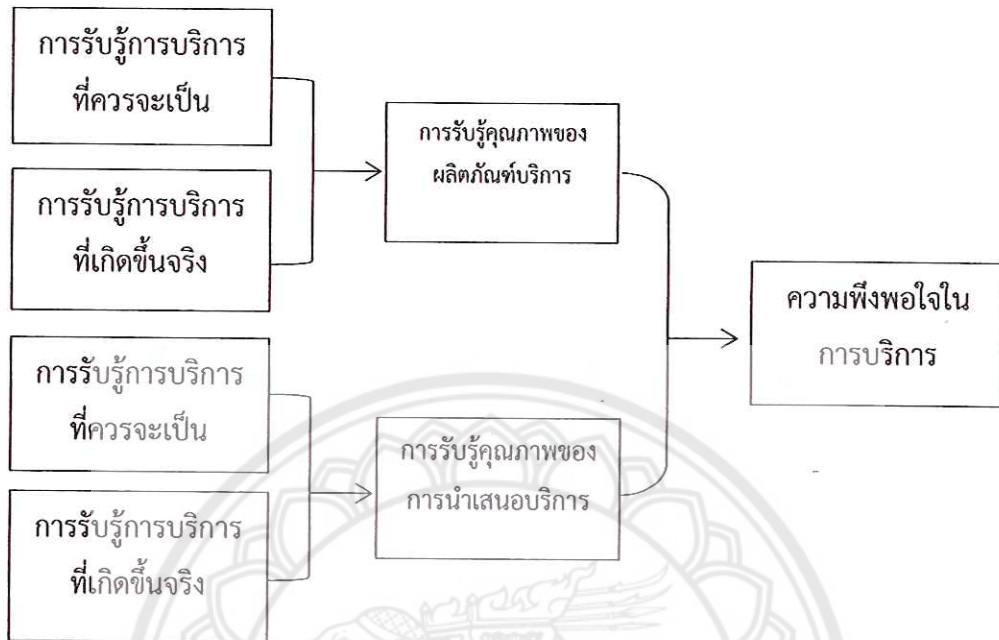
ความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการ

คาดหวังว่าควรจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณการบริการหนึ่ง ซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการ จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้ำที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามสั่ง ผู้โดยสารจะสามารถเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทางหนึ่งหรือลูกค้ำธนาคารควรจะได้รับบริการช่วยเหลือด้านสินเชือ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำในสิ่งที่ลูกค้ำต้องการ

2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้่ววิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิภิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขกด้วยอธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง พนักงานธนาคารช่วยชี้แจงระเบียบข้อบ้งคับการยืนยันของสินเชือด้วยความเอาใจใส่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ สามารถแสดงได้ดังภาพ



ภาพ 5 แสดงองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่า การรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าว ย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้นหากเป็นไปในทางตรงกับข้ามการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับ การรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

4. ความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในงานบริการก็คือ ความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีต่อการบริการนั้นคือ การที่ลูกค้าได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ ในการที่ลูกค้าจะได้รับในสิ่งที่คาดหวังได้ย่อมเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทที่มีความสำคัญในการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ และการตอบสนองต่อบริการตามความต้องการของผู้รับบริการคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อการบริการด้วย เพราะเมื่อผู้ปฏิบัติงานบริการมีความรู้สึกดีต่องานที่รับผิดชอบ ก็ย่อมจะปฏิบัติงานการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจอย่างเต็มความสามารถ

4.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับในการบริการ กับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้นซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

4.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญ ๆ ดังนี้

- 1) ผลผลิตและบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือการบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า
- 2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการ ที่ผู้รับบริการยอมรับ หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการ กับคุณภาพของการบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ในขณะที่ลูกค้าบางคนจะพิจารณาราคาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น
- 3) สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า จึงเป็นเรื่องสำคัญ
- 4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้
- 5) ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบ/ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานบริการหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการ และสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6) สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัมผัส การจัดแบ่งพื้นที่เป็นส่วนตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7) กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้า มีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการระบบข้อมูลของการสำรองห้องพัก โรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ-โอนสายในการติดต่อองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น

4.1.2 ระดับของความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

1) ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

2) ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจ หรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับการตรงกับความคาดหวัง เช่นลูกค้าสั่งอาหารและต้องนั่งรอคอยเป็นเวลานาน

4.2 ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ให้บริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้ให้บริการต่อการบริการอันเป็นผลจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้ให้บริการได้รับในการบริการ กับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการในการดำเนินงานบริการ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวสามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและนโยบายของงานบริการแต่ละประเภท

4.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ มีปัจจัยสำคัญ ๆ ดังนี้

1) ลักษณะงาน ความสนใจและความท้าทายของงานมีต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการได้ทำงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และมีโอกาสที่จะทำให้งานสำเร็จด้วยความสามารถของผู้กระทำ ย่อมทำให้บุคคลนั้นมีความต้องการที่จะปฏิบัติด้วยความเต็มใจ และเกิดความผูกพันต่องานนั้น

2) การนิเทศงาน การชี้แนะแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสม จากผู้บังคับบัญชาหรือผู้นิเทศนับเป็นส่วนสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ ความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานบริการกับผู้นิเทศงานจะก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

3) เพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานทำให้คนเรามีความสุขในการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างกลุ่มเพื่อนร่วมงานด้วยความรู้สึที่ดีต่อกัน มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคคลทุกฝ่าย ให้ดำเนินไปตามบทบาทความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

4) ค่าจ้าง ปริมาณรายได้หรือเงินเดือนเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน ความยุติธรรม ความเสมอภาคในการจ้าง และวิธีการใช้ค่าจ้าง ล้วนมีผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน นั่นคือ การให้ค่าจ้างในอัตราที่เหมาะสมกับลักษณะงานและความสามารถของพนักงาน รวมทั้งการขึ้นเงินเดือนให้ตามโอกาส

5) โอกาสก้าวหน้าในงาน ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ความยุติธรรมในการเลื่อนตำแหน่งการเสนอความดีความชอบ ตลอดจนการยอมรับความสามารถของผู้ปฏิบัติงานให้ได้รับความก้าวหน้า และรับผิดชอบงานในระดับสูงขึ้นตามลำดับขั้นของงานก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานสำหรับพนักงาน

4.2.2 ประเภทของความพึงพอใจของผู้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ความพึงพอใจในลักษณะงาน เป็นความพึงพอใจทั่ว ๆ ไปในภาพรวมเกี่ยวกับลักษณะของงานบริการ

2) ความพึงพอใจในองค์ประกอบของการทำงาน เป็นความพึงพอใจเฉพาะในการทำงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยแวดล้อมในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจต่อรายได้และผลประโยชน์

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

การตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้ให้บริการโดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานบริการควบคู่ไปกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ เป็นกลยุทธ์สำคัญของการบริหารการบริการและการตลาดสมัยใหม่หรือเรียกว่า “การบริหารการบริการเชิงกลยุทธ์” ซึ่งนำเสนอโดยเฮสเก็ตต์ (Heskett) ได้กล่าวเน้นความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความพึงพอใจภายในองค์กรและความพึงพอใจภายนอกองค์กรให้มีความเชื่อมโยงกัน เรียกว่า “วงจรของความสำเสร็จในงานบริการ” ดังภาพ



ภาพ 6 แสดงวงจรของความสำเร็จในงานบริการ

ที่มา: Heskett, J.L. "Lessons in their Service Sector". In C.H.Lovelok, *Managing Services: Marketing, Operations and Human Resources*. Englewood Cliffs, MJ: Prentice Hall, 1988, p.374

จากภาพ แสดงให้เห็นว่า บริการที่ดีมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ ทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้และมีรายได้ที่ดี เมื่อกิจการมีรายได้สูงก็สามารถจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้ปฏิบัติงานได้สูงขึ้น ซึ่งผลให้พนักงานเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่องานที่รับผิดชอบและสามารถรักษาพนักงานไว้เป็นการลดสถานการณ์ลาออกหรือเปลี่ยนงานของพนักงานทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงาน และสามารถตอบสนองบริการที่มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็ย่อมพึงพอใจที่จะใช้บริการต่อเนื่องไปตลอดจนเกิดเป็นความสำเร็จของกิจการบริการดังกล่าว

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ผู้บริหารการบริการจำเป็นต้องที่จะต้องสร้างและรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน ความพึงพอใจในการบริการจึงจะบังเกิดขึ้นอย่างแท้จริง

5. การเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

จากบทเรียนออนไลน์ของศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เรื่อง ความพึงพอใจในการบริการ ได้สรุปว่าองค์การบริการที่จะประสบความสำเร็จระยะยาวในการดำเนินกิจการบริการจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสนใจการสร้างและรักษาความพึงพอใจในการบริการไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจของลูกค้าหรือความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเพราะความพึงพอใจทั้งสองส่วนนี้ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ผู้บริหารการบริการจึงต้องตระหนักถึงการกำหนดกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจในการบริการที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างแท้จริง

อรรจน์ ศรีหะอำไพ (2546) ได้สรุป แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการไว้ในเอกสารประกอบการบรรยายรายวิชา จิตวิทยาการบริการ ในหัวข้อเรื่อง เจตคติและความพึงพอใจในงานบริการได้สรุปไว้ดังนี้

1. การตรวจสอบความหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ
2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน
3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ
4. การพัฒนาคุณภาพการบริการ และความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน
5. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการไปปฏิบัติและประเมินผล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรนิภา หลีกกล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ต่อการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ชลพรรณ นิยม (2546 อ้างอิงใน พัทรินทร์ กิริตวินิชกุล, 2554) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ บริการเอทีเอ็ม บริการบันทึกรายการอัตโนมัติ บริการฝากเงินอัตโนมัติ บริการรับฝาก/ชำระเงิน และบริการบัวหลวงโฟน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 5 บริการ มีระดับความพึง

พอใจปานกลาง แต่หากมองแยกออกเป็นแต่ละด้านจะพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทางด้านประสิทธิภาพ จะมีความพึงพอใจมาก ส่วนทางด้านความสะดวกและส่งเสริมการขาย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ผู้ศึกษาได้ทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อบริการเอทีเอ็มมากกว่าบริการอื่น ๆ ทั้งทางด้านประสิทธิภาพ และความสะดวกในการใช้บริการ

สำนักวิจัย และบริการวิชาการ (2547, อ้างอิงใน พัทรินทร์ กิรติวินิชกุล, 2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจ ของผู้ใช้บัณฑิตศึกษาสถาบันราชภัฏกาญจนบุรี ปีการศึกษา 2545 – 2546 จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจต่อความสามารถในการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิต ด้านความรู้ ความสามารถ อยู่ในระดับ 5 อันดับแรก คือ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การใช้ภาษาไทยได้อย่างถูกต้องชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับงานในหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ การพัฒนาตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ ด้านคุณธรรมจริยธรรม อยู่ในระดับ 5 อันดับแรก คือ ความซื่อสัตย์ การให้ความร่วมมือกับบุคลากรหน่วยงาน สัมมาคารวะ ความรับผิดชอบเอาใจใส่ต่องานในหน้าที่ ระเบียบวินัยความเคารพกฎเกณฑ์ของหน่วยงาน และสังคม

นริศรา อีสริยานนท์ (2548) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ ด้านการให้บริการภาคพื้นดินและบริการทั่วไป ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจด้านการให้บริการบนเครื่องบินและด้านงานบริการ อยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ มีดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีเพศแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่าผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.2 ผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอายุแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่า ผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ ผู้ให้บริการของสายการบินโอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ และผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2.3 ผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่าผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ และผู้ให้บริการของสายการบินโอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่าผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ และผู้ให้บริการของสายการบินโอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.5 ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีรายได้แตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่าผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ ผู้ให้บริการของสายการบินโอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ และผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2.6 ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีจำนวนครั้งในการใช้บริการ แตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่า ผู้ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการของสายการบินนกแอร์ และผู้ให้บริการของสายการบินโอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3. ปัญหาในการใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ใช้บริการมีปัญหา มากที่สุด คือ มีเที่ยวบินน้อย โฆษณามากเกินไปในเรื่องราคา และพนักงานบริการมีน้อย

สมหมาย เปียถนอม (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า 1) การบริการด้านวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจเป็น 3.24 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การลงทะเบียนเรียน (3.30) การขอคำร้องเกี่ยวกับงานวิชาการ (3.23) และการติดตามผลการเรียน (3.19) 2) การบริการด้านกิจการนักศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจเป็น 3.28 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ (3.30) การจัดแข่งขันกีฬา (3.30) และทุนการศึกษา (3.22) 3) การบริการด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจเป็น 3.02 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การใช้ห้องเรียน (3.34) การใช้ห้องน้ำ-ห้องส้วม (สุขา) (2.89) และ การใช้สนามกีฬา (2.83) โดยภาพรวมแล้วความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจ เป็น 3.18 หรือระดับ 3

สถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553 ผลการวิจัยที่ค้นพบว่า คือ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พบว่า ในภาพรวมผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.84) และจำแนกตามกลุ่มงาน ได้ดังนี้ 1) ฝ่ายวิชาการ ในภาพรวมบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.95) และบุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน (4.22) และความพึงพอใจของบุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัยนเรศวร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้ดังนี้ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ อธิยาศยดี บุคลากรมีสัมพันธภาพที่ดีในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และบุคลากรให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว

2) ฝ่ายสำนักงานเลขานุการ ในภาพรวมบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.69) พิจารณารายข้อ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ และ อธยาศัยดี บุคลากรมีสัมพันธภาพที่ดีในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และบุคลากรให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว 3) ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ในภาพรวมบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.79) และบุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน (3.79) พิจารณารายข้อ เรียง 3 อันดับแรก ได้แก่ บุคลากรให้บริการด้วยความเต็มใจ และอธยาศัยดี บุคลากรให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว และบุคลากรให้คำแนะนำ คำปรึกษา และตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นิสิตบัณฑิตศึกษาที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2554 จำนวน 2,062 คน คณาจารย์บัณฑิตศึกษาที่แต่งตั้ง ในปีการศึกษา 2554 จำนวน 623คน บุคลากรสายบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวรที่ปฏิบัติงานอยู่ ในปีการศึกษา 2554 จำนวน 2,471 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา บุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวรจำนวน 520 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

2.2 ความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดทฤษฎี และบริบทการให้บริการของหน่วยงานในบัณฑิตวิทยาลัย องค์ประกอบของแบบสอบถามประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบ Check list

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรเป็นแบบ Rating scale 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ระบุความประทับใจ จุดเด่น ปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการ โดยแบ่งเป็นหน่วยงานดังนี้

1. งานธุรการและการเงิน
2. งานวิชาการ
3. งานสนับสนุนวิชาการ
4. งานแผนและสารสนเทศ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำบันทึกข้อความถึงหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยเพื่อขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถาม และจัดส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยงานดังกล่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยหาค่าความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย โดยนำมาตรวจให้คะแนน ดังนี้

ระดับความพอใจมากที่สุด	เทียบให้เท่ากับ	5	คะแนน
ระดับความพอใจมาก	เทียบให้เท่ากับ	4	คะแนน
ระดับความพอใจปานกลาง	เทียบให้เท่ากับ	3	คะแนน
ระดับความพอใจน้อย	เทียบให้เท่ากับ	2	คะแนน
ระดับความพอใจน้อยที่สุด	เทียบให้เท่ากับ	1	คะแนน

แล้วนำข้อมูลที่ตรวจให้คะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้(เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย, ม.ป.ป.)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยขอนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

นเรศวร

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

นเรศวร

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการ

สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยขอเสนอผลดังตาราง 1 - 4 ต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	72	33.18
หญิง	145	66.82
รวม	217	100.00

จากตาราง 1 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.82 และเพศชาย ร้อยละ 33.18

ตาราง 2 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	96	44.24
31 – 40 ปี	83	38.25
41 – 50 ปี	31	14.29
มากกว่า 50 ปี	6	2.76
ไม่ระบุอายุ	1	0.46
รวม	217	100.00

จากตาราง 2 พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ร้อยละ 44.24 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31.40 ปี ร้อยละ 38.25 และอายุระหว่าง 41 -50 ปี ร้อยละ 14.29

ตาราง 3 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
คณบดี/ผอ.	2	0.92
รองคณบดี/รองผอ.	1	0.46
คณาจารย์บัณฑิตศึกษา	15	6.91
หัวหน้าภาควิชา/ประธานสาขา	3	1.38
เจ้าหน้าที่	111	51.15
นิสิตบัณฑิตศึกษา	85	39.17
รวม	217	100.00

จากตาราง 3 พบว่าผู้ให้บริการมีสถานภาพเป็นเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 51.15 รองลงมาคือ นิสิตบัณฑิตศึกษา ร้อยละ 39.17 และคณาจารย์บัณฑิตศึกษา ร้อยละ 6.91

ตาราง 4 แสดงสถานภาพของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสังกัดคณะ

สังกัดหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
สำนักงานอธิการบดี	68	31.34
คณะเกษตรศาสตร์ฯ	12	5.53
คณะวิทยาศาสตร์	11	5.07
คณะวิศวกรรมศาสตร์	19	8.76
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	9	4.15
วิทยาลัยพลังงานทดแทน	4	1.84
วิทยาลัยเพื่อการค้นคว้าระดับรากฐาน	8	3.67
คณะพยาบาลศาสตร์	3	1.38
คณะแพทยศาสตร์	1	0.46
คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์	1	0.46
คณะสหเวชศาสตร์	1	0.46
คณะสาธารณสุขศาสตร์	29	13.36
คณะศึกษาศาสตร์	14	6.45
คณะสังคมศาสตร์	2	0.92
คณะมนุษยศาสตร์	7	0.46
คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์	10	4.61
สำนักหอสมุด	1	0.46
ไม่ระบุ	17	7.83
	217	100.00

จากตาราง 4 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ สังกัดสำนักงานอธิการบดีร้อยละ 31.34 รองลงมา คือ คณะสาธารณสุขศาสตร์ ร้อยละ 13.36 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 8.76

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนครสวรรค์
ผลการศึกษาค่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ปรากฏดังตาราง 5 - 10

ตาราง 5 แสดงจำนวนผู้ใช้บริการจำแนกตามการเลือกใช้บริการในหน่วยงาน
ของบัณฑิตวิทยาลัย

สังกัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
งานธุรการและการเงิน	119	28.06
งานวิชาการ	145	34.20
งานสนับสนุนวิชาการ	92	21.70
งานแผนและสารสนเทศ	68	16.04
รวม	424	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 หน่วยงาน

จากตาราง 5 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการใช้บริการในงานวิชาการมากที่สุด ร้อยละ 34.20 รองลงมาคือ งานธุรการและการเงิน ร้อยละ 28.06 งานสนับสนุนวิชาการ ร้อยละ 21.70 และงานแผนและสารสนเทศ ร้อยละ 16.04

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย (N=217)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.74	0.84	มาก
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.65	0.75	มาก
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.60	0.76	มาก
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.71	0.74	มาก
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.67	0.77	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.67	0.82	มาก
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอภัยภัยดี	3.91	0.81	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.79	0.81	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.83	0.82	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.76	0.79	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.76	0.78	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.82	0.87	มาก
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.66	0.76	มาก
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.74	0.74	มาก
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.66	0.79	มาก
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.71	0.78	มาก
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.70	0.76	มาก
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.75	0.83	มาก
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.78	0.77	มาก
4.2 ได้รับการที่เป็นประโยชน์	3.80	0.80	มาก
4.3 ได้รับการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.69	0.80	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.75	0.78	มาก

จากตาราง 6 พบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.75) พิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.82) รองลงมาคือ ด้านผลงานให้บริการที่ดี (3.75) ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ (3.74) และด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3.67) และพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (3.83) รองลงมาคือ ข้อ 4.1 ได้รับการที่เป็นประโยชน์ (3.80) และข้อ 4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ (3.78)

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ที่มีต่อการบริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย(N=119)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.64	0.79	มาก
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.64	0.79	มาก
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.57	0.77	มาก
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.68	0.78	มาก
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.68	0.83	มาก
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.76	0.86	มาก
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.87	0.89	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.74	0.87	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.79	0.86	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.71	0.86	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.70	0.85	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.68	0.81	มาก
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.67	0.82	มาก
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.71	0.83	มาก
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.65	0.85	มาก
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดทำให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.70	0.80	มาก
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.66	0.79	มาก
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.77	0.82	มาก
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.78	0.79	มาก
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	3.81	0.84	มาก
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.71	0.85	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.73	0.83	มาก

จากตาราง 7 พบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.73) พิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า ด้านผลงานให้บริการที่ดีมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.77) รองลงมาคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3.76) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3.68) ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ (3.64) และ และพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วย

ความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี (3.87) รองลงมาคือ ข้อ 4.2 ได้รับความบริการที่เป็นประโยชน์ (3.81) และข้อ 2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (3.79)

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการของงานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย(N=145)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.71	0.83	มาก
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.72	0.83	มาก
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.68	0.82	มาก
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.74	0.83	มาก
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.68	0.84	มาก
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.86	0.82	มาก
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.97	0.85	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.87	0.79	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.88	0.83	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.80	0.81	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.79	0.83	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.74	0.83	มาก
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.71	0.77	มาก
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.81	0.83	มาก
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.71	0.86	มาก
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.77	0.85	มาก
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.71	0.87	มาก
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.77	0.85	มาก
4.1 ได้รับความบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.77	0.84	มาก
4.2 ได้รับความบริการที่เป็นประโยชน์	3.83	0.87	มาก
4.3 ได้รับความบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.70	0.83	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.83	0.83	มาก

จากตาราง 8 พบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.83) พิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

(3.86) รองลงมาคือ ด้านผลงานให้บริการที่ดี (3.77) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3.74) และด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ (3.71) และพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี (3.97) รองลงมาคือ ข้อ 2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (3.88) และข้อ 2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ (3.87)

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย (N=92)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.68	0.83	มาก
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.65	0.76	มาก
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.62	0.85	มาก
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.75	0.85	มาก
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.68	0.86	มาก
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.85	0.88	มาก
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.98	0.90	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.89	0.86	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.86	0.87	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.76	0.91	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.74	0.85	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.76	0.84	มาก
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.73	0.90	มาก
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.77	0.84	มาก
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.72	0.82	มาก
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.77	0.87	มาก
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.80	0.80	มาก
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.76	0.83	มาก
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.76	0.83	มาก
4.2 ได้รับการที่เป็นประโยชน์	3.75	0.85	มาก
4.3 ได้รับการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.76	0.82	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.80	0.84	มาก

จากตาราง 9 พบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.80) พิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด(3.85) รองลงมาคือ ด้านผลงานให้บริการที่ดี (3.76) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3.76)

และด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ (3.68) และพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี (3.97) รองลงมาคือ ข้อ 2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ (3.87) และ ข้อ 2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (3.88)

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการบริการของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย(N=68)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.67	0.80	มาก
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.66	0.70	มาก
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.60	0.81	มาก
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.72	0.81	มาก
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.68	0.89	มาก
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.80	0.90	มาก
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอัธยาศัยดี	3.87	0.91	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.82	0.88	มาก
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.82	0.95	มาก
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.71	0.88	มาก
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.78	0.84	มาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.71	0.87	มาก
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.71	0.88	มาก
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.71	0.86	มาก
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.66	0.92	มาก
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.75	0.85	มาก
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.71	0.85	มาก
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.75	0.84	มาก
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.72	0.83	มาก
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	3.75	0.84	มาก
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.68	0.87	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.68	0.85	มาก

จากตาราง 10 พบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.68) พิจารณารายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.80) รองลงมาคือ ด้านผลงานให้บริการที่ดี (3.75) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (3.71) และด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ (3.67) และพิจารณารายข้อพบว่า ข้อ 2.1 เจ้าหน้าที่

ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอภัยภัยดี (3.87) รองลงมาคือ ข้อ 2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ (3.82) และ ข้อ 2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี (3.82)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตาราง 11 - 15 รายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของบัณฑิตวิทยาลัย (n = 217)

รายการ	นิสิต	คณาจารย์	บุคลากร	F	Sig.	การเปรียบเทียบรายคู่
	(A) (n= 85)	(B) (n=21)	สายบริการ (C) (n=111)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.79	3.76	3.54	3.334*	.038	A>C
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.76	3.67	3.55	1.887	.154	-
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.72	3.80	3.48	3.359*	.037	-
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลังอย่างยุติธรรม	3.86	3.85	3.57	4.262*	.015	A>C
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.79	3.73	3.56	2.224	.111	-
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.95	4.02	3.66	4.767*	.009	A>C
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอภัยภัยดี	4.04	4.24	3.75	5.295*	.006	B>C
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.96	4.08	3.62	6.028*	.003	B>C
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.99	3.95	3.69	3.598*	.029	-
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.88	3.95	3.62	3.351*	.037	-
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.89	3.89	3.63	3.220*	.042	-

ตาราง 11 (ต่อ)

รายการ	บุคลากร			F	Sig.	การเปรียบเทียบรายคู่
	นิสิตฯ	คณาจารย์ฯ	สายบริการ			
	(A) (n= 85)	(B) (n=21)	(C) (n=111)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.81	4.01	3.55	5.772*	.004	A>C B>C
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.85	3.86	3.49	6.575*	.002	A>C
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.88	4.00	3.60	4.979*	.008	A>C
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.71	3.98	3.57	2.767	.065	-
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.81	3.58	4.05	4.283*	.015	B>C
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.80	4.17	3.54	7.509*	.001	B>C
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.88	3.86	3.64	2.871	.059	-
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.90	3.87	3.66	2.667	.072	-
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	3.95	3.93	3.66	3.601*	.029	A>C
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.79	3.79	3.60	1.592	.206	-
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.91	3.83	3.62	3.707*	.026	A>C

จากตาราง 11 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของบัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้ว พบว่านิสิตมีความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 4 ด้าน แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับด้านผลงานที่ให้บริการที่ดีไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายคู่แล้ว พบว่าส่วนใหญ่ นิสิต และคณาจารย์มีความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เกือบทุกข้อผู้ให้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ข้อ 1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน ข้อ 1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน ข้อ 3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการ ที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง ข้อ 4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ และข้อ 4.3 ได้รับ บริการที่มากกว่าความคาดหวัง ที่มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานธุรการและการเงิน (n = 119)

รายการ	นิสิตา	คณาจารย์	บุคลากร	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	(A)	(B)	สาย			
	(n= 40)	(n=10)	บริการ (C) (n=69)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ						
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.75	4.10	3.51	3.178*	.045	-
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับ สภาพงาน	3.75	3.90	3.42	3.497*	.034	-
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.90	4.00	3.51	4.355*	.015	A>C
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการ ให้บริการชัดเจน	3.77	4.10	3.57	2.232	.112	-
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็น มิตรและอภัยยาศัย	4.05	4.60	3.67	6.572*	.002	B>C
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.95	4.40	3.52	6.861*	.002	A>C B>C
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือ ตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.95	4.40	3.95	5.038*	.008	B>C
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและ พร้อมให้บริการ	3.87	4.20	3.54	3.983*	.021	-
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถาม อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.90	4.10	3.90	3.923*	.022	-

ตาราง 12 (ต่อ)

รายการ	นิสิตฯ	คณาจารย์ฯ	บุคลากร	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	(A) (n= 40)	(B) (n=10)	สาย บริการ (C) (n=69)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก						
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัด สถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.93	4.20	3.45	7.120*	.001	A>C B>C
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็น ระเบียบ	4.00	4.20	3.46	8.153*	.000	A>C B>C
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการ ให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.85	4.40	3.42	5.432*	.000	A>C B>C
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็น ระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.92	4.30	3.48	4.508*	.001	A>C B>C
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วน และตรงความต้องการ	3.90	4.40	3.41	6.118*	.000	A>C B>C
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี						
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.97	4.00	3.64	2.783	.066	-
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	4.08	4.10	3.61	4.911*	.009	-
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.85	4.20	3.57	3.371*	.038	-
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.93	4.20	3.55	4.697*	.011	-

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์
บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย พบว่า
ความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าไม่มีคู่ไหนที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 4 ด้าน ผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ .05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการ ด้านการ
ให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับด้านผลงานที่ให้บริการดี
ไม่แตกต่าง เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าส่วนใหญ่ นิสิต และคณาจารย์มีความพึงพอใจมากกว่า
บุคลากรสายบริการ

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เกือบทุกข้อผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ยกเว้น ข้อ 1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน
และข้อ 4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ ที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์
บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานวิชาการ (n = 145)

รายการ	นิสิตฯ (A) (n= 68)	คณาจารย์ฯ (B) (n=14)	บุคลากร สายบริการ (C) (n=63)	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.79	3.88	3.57	1.830	.164	-
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.84	3.79	3.59	1.553	.215	-
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับ สภาพงาน	3.75	3.93	3.54	1.814	.167	-
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน- หลัง อย่างยุติธรรม	3.81	3.93	3.62	1.257	.288	-
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการ ให้บริการชัดเจน	3.78	3.86	3.54	1.685	.189	-
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.92	4.19	3.72	2.648	.074	-
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอภัยยาศัยดี	4.00	4.43	3.83	3.051	.050	-
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.93	4.21	3.73	2.525	.084	-
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.97	4.14	3.73	2.172	.118	-
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและ พร้อมให้บริการ	3.85	4.14	3.67	2.275	.106	-
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถาม อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.87	4.00	3.65	1.659	.194	-
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.78	4.10	3.62	2.407	.094	-
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัด สถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.81	4.00	3.54	3.170	.045	-
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็น ระเบียบ	3.88	4.21	3.63	3.454*	.034	-
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการ ให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.72	3.93	3.65	0.607	.546	-
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็น ระเบียบพร้อมให้บริการอย่าง เพียงพอ	3.78	4.21	3.67	2.442	.091	-
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วน และตรงความต้องการ	3.71	4.14	3.62	2.093	.127	-

ตาราง 13 (ต่อ)

รายการ	นิสิตฯ	คณาจารย์	บุคลากร	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	(A)	๑	สาย			
	(n=68)	(B) (n=14)	บริการ (C) (n=63)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.84	4.00	3.65	1.631	.199	-
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.85	4.00	3.63	1.688	.189	-
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	3.90	4.07	3.71	1.314	.272	-
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.76	3.93	3.59	1.309	.273	-
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.96	4.00	3.67	2.235	.111	-

จากตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน 4 ด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เกือบทุกข้อผู้ใช้บริการทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นข้อ 3.2 สถานที่ที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์
บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานสนับสนุนวิชาการ (n = 92)

รายการ	นิสิต (A) (n= 39)	คณาจารย์ (B) (n=9)	บุคลากรสาย บริการ (C) (n=44)	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.83	4.14	3.44	4.954*	.009	B>C
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.77	4.11	3.45	3.789*	.026	-
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพ งาน	3.77	4.00	3.41	2.982	.056	-
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.97	4.22	3.45	6.051*	.003	B>C
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการ ให้บริการชัดเจน	3.82	4.22	3.45	4.042*	.021	B>C
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.99	4.29	3.63	3.671*	.029	-
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็น มิตรและอภัยยัคดี	4.13	4.44	3.45	3.314*	.021	-
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	4.05	4.33	3.66	3.694*	.029	-
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำ หรือ ตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	4.03	4.33	3.61	4.040*	.021	-
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อม ให้บริการ	3.87	4.22	3.57	2.536	.085	-
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถาม อย่างถูกต้องและชัดเจน	3.87	4.11	3.55	2.565	.083	-
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	4.22	3.51	5.209*	.007	B>C
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัด สถานที่ให้บริการเหมาะสม	4.03	4.11	3.39	6.860*	.002	A>C
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็น ระเบียบ	3.92	4.11	3.57	2.763	.069	-
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการ ที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.79	4.22	3.55	2.998	.005	-
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็น ระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.92	4.11	3.57	2.591	.081	-
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วน และตรงความต้องการ	3.97	4.56	3.50	9.493*	.000	A>C B>C

ตาราง 14 (ต่อ)

รายการ	นิสิตฯ	คณาจารย์	บุคลากร	F	Sig.	การ เปรียบเทียบ รายคู่
	(A) (n=39)	ฯ (B) (n=9)	สาย บริการ (C) (n=44)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.86	3.53	4.41	5.772*	.004	A>C B>C
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.87	4.44	3.52	5.751*	.004	B>C
4.2 ได้รับการที่เป็นประโยชน์	3.87	4.44	3.50	5.927*	.004	B>C
4.3 ได้รับการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.85	4.33	3.57	3.876*	.024	B>C
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.95	4.22	3.59	3.250*	.043	-

จากตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าไม่มีคู่ไหนแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน 4 ด้าน พบว่า ทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าส่วนใหญ่ นิสิต และคณาจารย์มีความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เกือบทุกข้อผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ยกเว้น 1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน ข้อ 2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ ข้อ 2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน ข้อ 3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ ข้อ 3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง และข้อ 3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ ที่ผู้ใช้บริการทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์
บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการของงานแผนและสารสนเทศ (n = 68)

รายการ	นิสิตา	คณาจารย์	บุคลากร	F	Sig.	การเปรียบเทียบรายคู่
	(A) (n= 33)	(B) (n=6)	สายบริการ (C) (n=29)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการให้บริการ	3.76	3.96	3.50	1.589	.212	-
1.1 ระบบการให้บริการเป็นขั้นตอนชัดเจน	3.76	4.00	3.48	1.992	.145	-
1.2 ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน	3.73	4.00	3.38	2.283	.110	-
1.3 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างยุติธรรม	3.82	4.00	3.55	1.243	.295	-
1.4 ข้อมูลและเอกสารอธิบายขั้นตอนการให้บริการชัดเจน	3.73	3.83	3.59	.291	.749	-
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3.88	4.10	3.65	1.035	.361	-
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอริยาไยดี	3.94	4.33	3.69	1.454	.241	-
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	3.91	4.17	3.66	1.148	.324	-
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี	3.91	4.00	3.69	.523	.595	-
2.4 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถและพร้อมให้บริการ	3.79	4.00	3.55	.917	.405	-
2.5 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและตอบคำถามอย่างถูกต้องและชัดเจน	3.85	4.00	3.66	.623	.539	-
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.70	4.13	3.62	1.021	.366	-
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและจัดสถานที่ให้บริการเหมาะสม	3.73	4.17	3.59	1.099	.339	-
3.2 สถานที่มีความสะอาดและความเป็นระเบียบ	3.70	4.17	3.62	.994	.376	-
3.3 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการให้บริการที่ทั่วถึงและหลายช่องทาง	3.58	4.17	3.66	1.040	.359	-
3.4 เอกสารแบบฟอร์มที่จัดให้มีความเป็นระเบียบพร้อมให้บริการอย่างเพียงพอ	3.73	4.17	3.69	.795	.456	-
3.5 มีระบบสารสนเทศให้บริการครบถ้วนและตรงความต้องการ	3.79	4.00	3.55	.996	.375	-

ตาราง 15 (ต่อ)

รายการ	บุคลากร			F	Sig.	การเปรียบเทียบรายคู่
	นิสิตฯ (A) (n= 33)	คณาจารย์ฯ (B) (n=6)	สาย บริการ (C) (n=29)			
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
4. ด้านผลงานให้บริการที่ดี	3.82	4.00	3.54	1.413	.251	-
4.1 ได้รับการบริการที่ตรงกับความต้องการ	3.82	4.17	3.52	2.047	.137	-
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์	3.94	4.00	3.48	2.736	.072	-
4.3 ได้รับบริการที่มากกว่าความคาดหวัง	3.70	3.83	3.62	.162	.851	-
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ	3.79	4.00	3.48	1:478	.236	-

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน 4 ด้าน พบว่า ทั้งสามกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เกือบทุกข้อผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการในการรับบริการและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

1. สิ่งที่น่าประทับใจหรือจุดเด่นในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย แสดงรายละเอียดดังตาราง 16

ตาราง 16 แสดงข้อเสนอแนะสิ่งที่น่าสนใจหรือจุดเด่นในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย

ที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระจ้อหรือร้อน เอาใจใส่	17	39.53
2	เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยสภาพมีอริยาศัยที่ดี	10	23.26
3	ได้รับบริการเป็นอย่างดี ครบถ้วน ถูกต้องชัดเจน	6	13.95
4	มีบริการที่หลากหลาย มีข้อมูลให้ download สะดวก รวดเร็ว	4	9.30
5	มีโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตและคณาจารย์	3	6.98
6	มีขั้นตอนในการดำเนินงานที่ชัดเจน รวดเร็ว	2	4.65
6	มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่าน SMS	1	2.33
	รวมทั้งสิ้น	43	100.00

จากตาราง 16 พบว่า ผู้รับบริการมีความประทับใจและมองเห็นจุดเด่นในการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เอาใจใส่ คิดเป็นร้อยละ 39.53 จากจำนวนผู้เสนอแนะ รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ มีอัธยาศัยที่ดี คิดเป็นร้อยละ 23.26

2. สิ่ง que คิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการ

ตาราง 17 แสดงข้อเสนอแนะสิ่ง que คิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการจากบัณฑิตวิทยาลัย

ที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	เบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อมีน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ ทำให้ต้องติดต่อหลายครั้ง	11	32.35
2	เวลาในการให้บริการควรปรับให้เหมาะสมกับผู้มารับบริการ	5	14.71
3	เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ และเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับอย่างลึกซึ้ง สามารถถ่ายทอดและตอบคำถามได้อย่างชัดเจน	5	14.71
4	กฎ ระเบียบ มีขั้นตอนในการดำเนินการยุ่งยาก เสียเวลาในการเดินเอกสาร	4	11.76
5	การดำเนินการเรื่องทุนเป็นไปอย่างล่าช้า และขั้นตอนยุ่งยาก	3	8.82
6	การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างล่าช้า และไม่ทั่วถึง	3	8.82
7	การรับบริการในวันเสาร์ - อาทิตย์เป็นปัญหาสำหรับนิสิตภาคพิเศษ	1	2.94
8	สถานที่ให้บริการคับแคบเกินไป	1	2.94
9	การทำงานซ้ำซ้อนกับกองกิจการนิสิต	1	2.94
	รวมทั้งสิ้น	34	100.00

จากตาราง 17 พบว่า ผู้รับบริการมีข้อเสนอแนะสิ่ง que คิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการจากบัณฑิตวิทยาลัย คือ เบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อมีน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ ทำให้ต้องติดต่อหลายครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.35 จากจำนวนผู้เสนอแนะ รองลงมาคือ เวลาในการให้บริการควรปรับให้เหมาะสมกับผู้มารับบริการ และเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ และเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับอย่างลึกซึ้ง สามารถถ่ายทอดและตอบคำถามได้อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 14.71

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการ

ตาราง 18 แสดงข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย

ที่	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1	ควรพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรในเรื่อง และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สามารถตอบคำถามแทนกันได้	10	40.00
2	ควรพัฒนาในการลดขั้นตอนในการให้บริการ และให้เป็นการบริการแบบ One stop service	9	36.00
3	ควรเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ในการติดต่อ	3	12.00
4	ควรพัฒนาบุคลิกภาพของบุคลากรให้มีใจในการให้บริการ	2	8.00
5	ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์	1	4.00
	รวมทั้งสิ้น	25	100.00

จากตาราง 18 พบว่า ผู้รับบริการมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ ควรพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรในเรื่อง และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สามารถตอบคำถามแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 40.00 จากจำนวนผู้เสนอแนะ รองลงมาคือ ควรพัฒนาในการลดขั้นตอนในการให้บริการ และให้เป็นการบริการแบบ One stop service คิดเป็นร้อยละ 36.00

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยสถาบัน เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรและ 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการโดยมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรจำนวน 520 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ตอน สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการทดสอบF-test ANOVA และสถิติทดสอบรายคู่ Sheffe' โดยผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยนำเสนอต่อไปนี้

1. สถานภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.82 และเพศชาย ร้อยละ 66.82 มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ร้อยละ 44.24 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31.40 ปี ร้อยละ 38.25 และอายุระหว่าง 41 -50 ปี ร้อยละ 14.29 มีสถานภาพเป็นเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 51.15 รองลงมาคือนิสิตบัณฑิตศึกษา ร้อยละ 39.17 และคณาจารย์บัณฑิตศึกษา ร้อยละ 6.91 ผู้ใช้บริการจำแนกตามสังกัดสำนักงานอธิการบดีร้อยละ 31.34 รองลงมาคือ คณะสาธารณสุขศาสตร์ ร้อยละ 13.36 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 8.76

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ให้บริการ เข้ารับบริการในงานวิชาการมากที่สุด ร้อยละ 34.20 รองลงมาคืองานธุรการและการเงิน ร้อยละ 28.06 งานสนับสนุนวิชาการ ร้อยละ 21.70 และงานแผนและสารสนเทศ ร้อยละ 16.04

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.75)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.73)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.80)

และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.68)

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษาและบุคลากรสายบริการ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของบัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่านิสิตมีความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าไม่มีคู่ไหนที่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานวิชาการบัณฑิตวิทยาลัย พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่าไม่มีคู่ไหนแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และบุคลากรสายบริการ ของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสามกลุ่มไม่แตกต่างกัน

4. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

4.1 สิ่งที่น่าประทับใจหรือจุดเด่นในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น เอาใจใส่ คิดเป็นร้อยละ 39.53 จากจำนวนผู้เสนอแนะรองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ มีอัธยาศัยดี คิดเป็นร้อยละ 23.26

4.2 สิ่ง que คิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ เบอร์โทรศัพท์ที่ใช้ในการติดต่อมีน้อย ไม่สะดวกในการติดต่อ ทำให้ต้องติดต่อหลายครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.35 จากจำนวนผู้เสนอแนะ รองลงมาคือ เวลาในการให้บริการควรปรับให้เหมาะสมกับผู้มารับบริการ และเจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ และเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับอย่างลึกซึ้ง สามารถถ่ายทอดและตอบคำถามได้อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 14.71

4.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ ควรพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรในเรื่อง และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สามารถตอบคำถามแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 40.00 จากจำนวนผู้เสนอแนะ รองลงมาคือ ควรพัฒนาในการลดขั้นตอนในการให้บริการ และให้เป็นการบริการแบบ One stop service คิดเป็นร้อยละ 36.00

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.75) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553 ผลการวิจัยที่ค้นพบว่า คือ ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พบว่า ในภาพรวมผู้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.84)

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานธุรการและการเงิน บัณฑิตวิทยาลัยในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.73) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553 ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ฝ่ายสำนักงานเลขานุการ ในภาพรวมบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.69) ซึ่งเป็นการให้บริการด้านงานสารบรรณ งานการเงิน พัสดุ เป็นลักษณะการบริการที่คล้ายคลึงกัน

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก (3.83) สอดคล้องกับผลการวิจัยของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553 ผลการวิจัยพบว่า ฝ่ายวิชาการ ในภาพรวมบุคลากร ภายในมหาวิทยาลัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (3.95) และบุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน (4.22) ต่างจากผลการวิจัยของ สมหมาย เปียณอม (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัย ราชภัฏนครปฐม พบว่า การบริการด้านวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจเป็น 3.24 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริบทของหน่วยงานที่แตกต่างกัน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน รวมถึง การให้บริการอาจแตกต่างกันด้วย

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานสนับสนุนวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.80) ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ สมหมาย เปียณอม (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า 2) การบริการด้านกิจการนักศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง ค่าระดับความพึงพอใจเป็น 3.28 โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ (3.30) การจัดแข่งขันกีฬา (3.30) และทุนการศึกษา (3.22) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นคนละ กลุ่ม และบริบทของหน่วยงานที่แตกต่างกัน

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของงานแผนและสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก (3.68) ทั้งนี้บริการของงานแผนและสารสนเทศ ส่วนใหญ่เป็นการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายใน ไม่ได้ติดต่อประสานงานกับคณาจารย์และ นิสิตส่งผลให้การประสานงานการให้บริการเป็นไปด้วยดี ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณาจารย์บัณฑิตศึกษา และ บุคลากรสายบริการ ของบัณฑิตวิทยาลัย พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการภาพรวม ของทั้งสาม กลุ่มแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายคู่แล้วพบว่านิสิต มีความพึงพอใจมากกว่าบุคลากรสายบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มบุคลากรมีความคาดหวังต่อการ บริการของบัณฑิตวิทยาลัยสูงกว่านิสิต ซึ่งเป็นไปตาม ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอความต้องการในด้านต่าง ๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับจาก ความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอดไปจนถึงความต้องการทางสังคม และความต้องการการ ยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่าและ พัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ ถือว่าการเรียงลำดับ ความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูง ๆ ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้น พื้นฐาน ได้รับการตอบสนองแล้วซึ่งในช่วงวัยทำงานกับวัยเรียนความต้องการหรือความคาดหวังต่อสิ่ง

ต่าง ๆ ย่อมแตกต่างกันตามวัยไปซึ่งวัยทำงานเมื่อมีความต้องการและคาดหวังต่อการบริการที่สูงก็ย่อมทำให้ความพึงพอใจต่อการบริการที่จัดให้นั้นต่ำลงไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่าบุคลากรมีความพึงพอใจต่อการบริการต่ำกว่านิสิตและคณาจารย์ บัณฑิตวิทยาลัยควรพัฒนาปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองกลุ่มบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

1.2 จากข้อเสนอแนะด้านปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการของบัณฑิตวิทยาลัย คือ บัณฑิตวิทยาลัยควรเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์หรือช่องทางการประสานงานเพื่อให้บริการทางโทรศัพท์และช่องทางอื่น ๆ ที่สะดวกยิ่งขึ้น

1.3 จากข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย ควรพัฒนาความรู้ให้กับบุคลากรในเรื่อง และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สามารถตอบคำถามและปฏิบัติงานแทนกันได้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

บัณฑิตวิทยาลัยควรสำรวจความต้องการการบริการผู้รับบริการโดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรสายบริการต้องการให้บัณฑิตวิทยาลัยดำเนินการให้เพื่อความสะดวกในการประสานงาน



บรรณานุกรม

- กรนิภา หลีกกล. (2544). ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานบัณฑิตศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). การพัฒนามาตรวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554). คุณภาพการให้บริการ. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2554 จาก <http://www.tpa.or.th>
- दनัย เทียนพุด. (2543). การบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทันดร ธนะกลบริภัณฑ์. (2552). มาตรฐานการให้บริการ. นนทบุรี: สำนักศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2539). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นริศรา อิศรียานนท์. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพฯ.
- แม่งน้อย พงษ์สามารถ. (2519). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2526). กรุงเทพฯ: อักษรทัศน์.
- พัชรินทร์ กิระดิวินิชกุล. (2554). งานวิจัยในชั้นเรียนเรื่องผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนวิชาการจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- พิทักษ์ ทรุขทิบ. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษาสำนักงานเขตยานนาวา. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- พิมพ์ชนก ศันสนีย์. (2540). ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2555). จิตวิทยาการบริการ. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2555, จาก <http://www.itsc.ru.ac.th/>

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2543). เอกสารการสอนชุด จิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 8 -15 (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). ความพึงพอใจในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากรหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภาจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ สส.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิชัย ปิติเจริญธรรม. (2548). การทำงานเชิงรุก ปลุกไฟในตัวคุณ. กรุงเทพฯ: บุ๊คแบงก์.
- วินิสา บุญคง และคณะ. (2547). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดกองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง กศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ศิริพร วิษณุหิมาชัย. (2539). การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพ.
- ศิริลักษณ์ มากมณี. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการแผนกผู้ป่วยนอก ของผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กส์.
- ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2554). เอกสารประกอบการสอน รายวิชาจิตวิทยาการบริการ. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2555, จาก http://www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit01_6.html
- สถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2554). รายงานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). รายงานการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาในการรับบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2518). การปกครองของไทย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สมหมาย เปียถนอม. (2551). ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสถาบันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ประจำปีการศึกษา 2553. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็ก.

- สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2554). แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service quality) และผลิตภาพในการให้บริการ (Service productivity). สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2555, จาก <http://www.itsc.ru.ac.th/>
- สำนักวิจัยและบริการวิชาการ. (2547). ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจ ของผู้ใช้บัณฑิตศึกษา สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี ปีการศึกษา 2545 – 2546.
- อรรถน์ สีหะอำไพ. (2546). จิตวิทยาการบริการ. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2555 จาก <http://elearning.aru.ac.th/3572207/ser12/topic10/linkfile/print5.htm>
- อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน. (2543). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการโครงการพัฒนาสถานีตำรวจเพื่อประชาชนของสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- Gronroos. (2011). Effective Customer service. Retrieved April 11, 2011, from <http://www.degromoboy.com/cs/gronroos.htm>
- Heskett, J.L (1988). Lessons in their Service Sector. In C.H.Lovelok, *Managing Services: Marketing, Operations and Human Resources* (p. 374). Englewood Cliffs, MJ: Prentice Hall.
- Hornby. (2000). Satisfy. Retrieved January 2, 2011, from <http://www.amazon.com/Oxford-Advanced-Learners-Dictionary/dp/019431510X>
- Longman Dictionary of Contemporary English. (2011). Retrieved January 2, 2011, from <http://www.ldoceonline.com/dictionary/satisfaction>



ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยสถาบันของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลการวิจัย ไปปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับบริการ และเป็นการให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการ ตามมติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ หรือ ก.พ.ร.

ผู้วิจัยขอรับรองว่า ข้อมูลที่ผ่านตอบให้ทั้งหมด จะถือเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะ ภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามมี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ระบุความประทับใจ จุดเด่น ปัญหาหรืออุปสรรค ในการรับบริการ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ ชาย หญิง

1.2 อายุ ปี

1.3 ตำแหน่ง ผู้บริหาร ระดับ คณบดี รองคณบดี

คณาจารย์บัณฑิตศึกษา

เจ้าหน้าที่

นิสิตบัณฑิตศึกษา ระดับ ปริญญาเอก ชั้นปีที่

ปริญญาโท ชั้นปีที่

(ตอบเฉพาะนิสิต) ปัจจุบันท่าน ทำงานแล้ว ในตำแหน่ง

ผู้บริหาร ครู/อาจารย์

พนักงานเจ้าหน้าที่ เจ้าของกิจการ

อื่น ๆ(ระบุ)

ยังไม่ได้ทำงาน

1.4 สังกัดคณะ

1.5 ท่านเคยรับบริการจากงานใดบ้าง ในสังกัดของบัณฑิตวิทยาลัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

งานธุรการ งานบริการการศึกษา

งานการเงินและพัสดุ งานนโยบายและแผน

โปรดพลิกหน้า 2

- 2 -

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ (ตอบเฉพาะงานที่ท่านเคยรับบริการ)

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนระดับความพึงพอใจ ดังนี้

มีความพึงพอใจมากที่สุด มีความพึงพอใจมาก มีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด มีความพึงพอใจปานกลาง มีความเห็นแก่กับ 3
 มีความพึงพอใจน้อย มีความเห็นแก่กับ 2 มีความเห็นแก่กับ 1 มีความเห็นแก่กับ 4 มีความเห็นแก่กับ 5 มีความเห็นแก่กับ 1

ประเด็นการให้บริการ	งานบริการ					งานการเงินและพัสดุ					งานบริการการศึกษา					งานโอบายและแผน				
	ระดับความพึงพอใจ					ระดับความพึงพอใจ					ระดับความพึงพอใจ					ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ด้านกระบวนการให้บริการ																				
1.1 การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน																				
1.2 มีระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมกับสภาพงาน																				
1.3 มีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง อย่างเป็นธรรม																				
1.4 มีผู้รับผิดชอบชัดเจน หรือ รับแบบประเมินการให้บริการ																				
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ให้บริการ																				
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตรและอริยาบดียดี																				
2.2 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว																				
2.3 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ																				
2.4 เจ้าหน้าที่ได้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้อย่างดี																				
2.5 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานและให้บริการ																				
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก																				
3.1 การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่มีความเหมาะสม																				
3.2 ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่																				
3.3 ความชัดเจนของป้ายบอกสถานที่ให้บริการ																				
3.4 มีอาคารแบบพร้อมที่จัดไว้สำหรับเป็นห้องประชุมให้บริการอย่างเพียงพอ																				
3.5 มีอุปกรณ์ / เครื่องมือทันสมัยในการให้บริการ																				
3.6 มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคคลหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน																				
4. ด้านผลงาบริการ																				
4.1 ได้รับความบริการที่ตรงกับความต้องการ																				
4.2 ได้รับบริการที่เป็นประโยชน์																				
ภาพรวมความพึงพอใจในการให้บริการ																				

โปรดทำหน้า 3

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ระบุความประทับใจ/จุดเด่น/ปัญหา/อุปสรรค ในการรับบริการ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง/พัฒนาการให้บริการ

3.1 สิ่งที่ท่านประทับใจหรือคิดว่าเป็นจุดเด่นในการให้บริการ

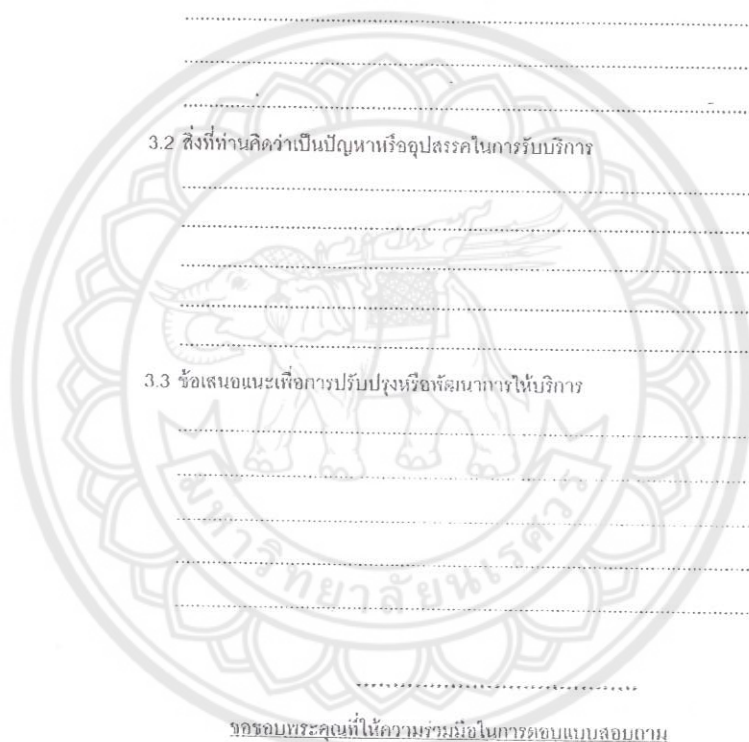
.....
.....
.....
.....
.....

3.2 สิ่งที่ท่านคิดว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการรับบริการ

.....
.....
.....
.....
.....

3.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาการให้บริการ

.....
.....
.....
.....
.....
.....



ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัย

ภาคผนวก ข การเผยแพร่ผลงานวิจัย



ขอมอบเกียรติบัตรนี้เพื่อแสดงว่า

พัชรี ท่วมใจดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

เข้าร่วมนำเสนอผลงานประเภท Poster Presentation

ในงานประชุมวิชาการ "นเรศวรวิจัย" ครั้งที่ 8
นวัตกรรมความรู้สู่ประชาคมอาเซียน
28 - 29 กรกฎาคม 2555

Jiraporn Jiraporn
(ศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ จินายน)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร

NARESUAN UNIVERSITY RESEARCH CONFERENCE

มหาวิทยาลัยนเรศวร



ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการฯ

ชื่อ - ชื่อสกุล : นางสาวพัชรี ท่วมใจดี
เกิดเมื่อ : 2 มีนาคม 2510
สถานที่เกิด : พิษณุโลก
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 777/306 หมู่บ้านพงศ์ผกา 2 ตำบลอรุณฤฎิก อำเภอเมืองฯ
จังหวัดพิษณุโลก 65000
ตำแหน่งหน้าที่ : ผู้บริหารระดับหัวหน้าสำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย
สถานที่ทำงาน : สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 : กศ.ม. (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2537 : ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) วิทยาลัยครูพิบูลสงคราม พิษณุโลก

นักวิจัยร่วม

ชื่อ - ชื่อสกุล : นางสาวสายพิณ เม่นเกิด
เกิดเมื่อ : 27 พฤศจิกายน 2519
สถานที่เกิด : เพชรบูรณ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 71/122 หมู่ 5 ตำบลท่าทอง อำเภอเมืองฯ จังหวัดพิษณุโลก 65000
ตำแหน่งหน้าที่ : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
สถานที่ทำงาน : สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553 : กศ.ม. (วิจัยและประเมินผลการศึกษา) มหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2542 : บธ.บ. (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยนเรศวร