



ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต
แก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY AND SERVICE
EFFICIENCY FOR UNDERGRADUATE STUDENTS OF COLLEGE OF SOCIAL
COMMUNICATION INNOVATION AT SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

เพียงอ้อ ศรีแก้ว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต
แก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY AND SERVICE
EFFICIENCY FOR UNDERGRADUATE STUDENTS OF COLLEGE OF SOCIAL
COMMUNICATION INNOVATION AT SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิต
ปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ของ

เพียงออ ศรแก้ว

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิญญ์ เลิศไทยตระกูล)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัศรกุล)

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้วิจัย	เพ็ญอ้อ ศรีแก้ว
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ณัฏฐพัชร มณีโรจน์

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพบริการและระดับประสิทธิภาพการให้บริการ เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 306 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.981 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง ประกอบด้วย การวิเคราะห์ค่าที (t -test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (pearson correlation coefficient) ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับการรับรู้คุณภาพบริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($= 4.03$, $SD = 0.63$) และระดับประสิทธิภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($= 4.14$, $SD = 0.64$) 2. ภูมิลำเนาและชั้นปีของนิสิตต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นประสิทธิภาพการให้บริการที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = -2.587$, $p = .010$ และ $B = 3.608$, $p = .014$) ส่วนเพศและสาขาวิชาของนิสิตต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นประสิทธิภาพการให้บริการ 3. การรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มีความสัมพันธ์กันสูงในทิศทางบวก ($r = .871$)

คำสำคัญ : การรับรู้, คุณภาพบริการ, ประสิทธิภาพ, วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

Title	THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY AND SERVICE EFFICIENCY FOR UNDERGRADUATE STUDENTS OF COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION AT SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY
Author	PIANG-OR SORNKAEW
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Dr. Nattapat Manirochana

The purpose of this research is to study the relationship between perception of service quality and service efficiency to compare the difference between the perception of service quality by demographic characteristics and studying the relationship between the perception of service quality and service efficiency for undergraduate students in the College of Social Communication Innovation at Srinakharinwirot University. The sampling group used in this research consisted of 306 undergraduate students in the College of Social Communication Innovation at Srinakharinwirot University who used the student affairs services of Social Communication Innovation at Srinakharinwirot University. A questionnaire was used as the research tool to collect the data that passed the quality check with a confidence value of 0.981. The data were analyzed with descriptive statistics that included frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis testing and data analysis with reference statistics including a t-test, One-Way ANOVA and Pearson correlation coefficient. The research results revealed the following: (1) the overall perceived level of service quality was at a good level ($\bar{x} = 4.03$, $SD = 0.63$) and the overall level of service efficiency was at a good level ($\bar{x} = 4.14$, $SD = 0.64$); (2) different domiciles and grades of students affected different levels of opinions on service efficiency and with a statistical significance at level of .05 ($t = -2.587$, $p = .010$ and $B = 3.608$, $p = .014$). There was no effect on the service performance feedback level; and (3) perceived service quality and service efficiency to students of the College of Social Communication Innovation and there was a high correlation in the positive direction ($r = .871$).

Keyword : Recognition, Service quality, Efficiency, College of Social Communication Innovation

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดีด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ณัฐพัชร มณีโรจน์ ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับสารนิพนธ์ฉบับนี้จนดำเนินการเรียบเรียงสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ระวี อนันต์ศรีกุล และอาจารย์ ดร.เศรษฐวัตร พรมสิทธิ์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถามและเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ ตลอดจนให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัยที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานในการสอบสารนิพนธ์ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความเมตตา มอบความรู้ในทางทฤษฎีรวมถึงประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณต่อบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัวที่ให้ความรัก ความเข้าใจ ให้การอบรมสั่งสอน และมอบโอกาสในการศึกษาหาความรู้ ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการดำเนินการทำสารนิพนธ์และการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในครั้งนี้

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาการจัดการรุ่นที่ 20 และเพื่อนๆ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม ตลอดจนเพื่อนร่วมงานสำหรับการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้กำลังใจจนสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวถึงได้หมดมา ณ ที่นี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณบิดา มารดา และบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอน ข้าพเจ้าซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เพียงขอ ศรแก้ว

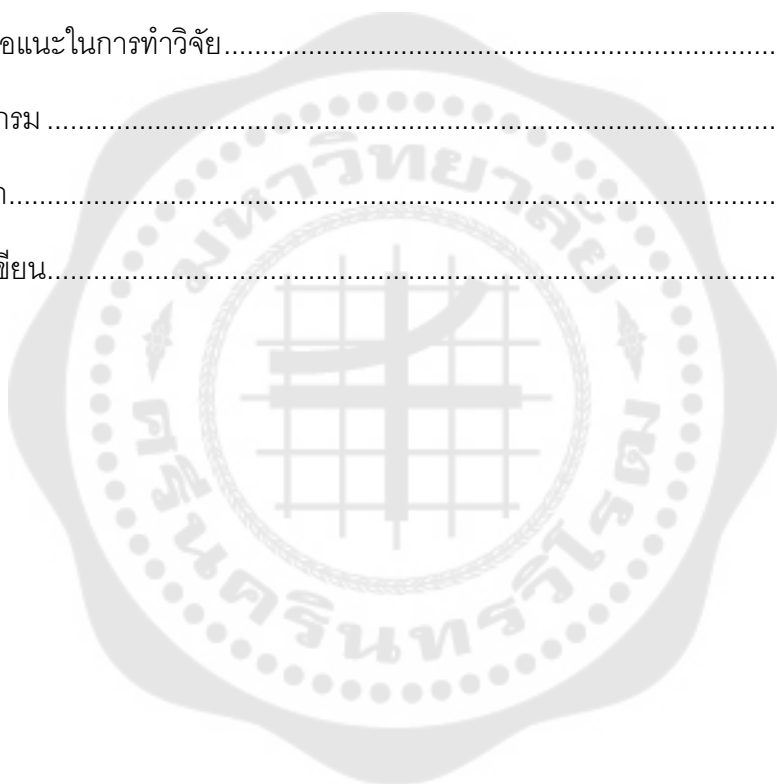
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ	๗
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	3
การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย.....	3
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
เอกสารและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	8

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	10
ความหมายของการบริการ.....	10
การจำแนกระดับของการบริการ	12
ความสำคัญของการบริการ.....	13
ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งการบริการ	14
ความหมายของคุณภาพบริการ.....	15
ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	15
การประเมินคุณภาพบริการโดยใช้ SERVQUAL	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	20
กระบวนการของการรับรู้ (Process)	21
องค์ประกอบของการรับรู้	21
การประยุกต์ใช้การรับรู้ในองค์กร (Specific Application in Organization)	22
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ	22
ปัจจัยในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ.....	24
บริบททางและกิจกรรมของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	25
ประวัติ.....	25
ลักษณะงานและกิจกรรมของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม	
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.....	26
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	32
การกำหนดกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	32
ประชากร	32
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	32

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	34
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)	37
วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)	38
การจัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูล	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)	39
สถิติที่ใช้หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	41
สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	41
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	49
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสาร สังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต	50
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมที่ ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม	55
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน	59
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	101
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	103
ความมุ่งหมายการวิจัย	103
ความสำคัญการวิจัย	103

สมมติฐานในการวิจัย.....	103
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	104
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	104
ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	107
การอภิปรายผลการวิจัย	110
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	112
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย.....	113
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก.....	118
ประวัติผู้เขียน.....	128



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง	4
ตาราง 2 แสดงการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง	33
ตาราง 3 แสดงการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง	38
ตาราง 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ใช้ในกรณี ค่าความแปรปรวนเท่ากัน มีสูตรดังนี้	43
ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการ.....	51
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการให้บริการ	56
ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test	60
ตาราง 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ F- test	61
ตาราง 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ LSD	63
ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการ นิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยจำแนกตามภูมิภาค โดยใช้ Levene's test	65
ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการ นิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามภูมิภาค.....	66
ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสาขาวิชา โดยใช้ Levene's test .	69

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ F-test.....	70
ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....	71
ตาราง 16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	72
ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มชั้นปี โดยใช้ Levene's test	74
ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe.....	75
ตาราง 19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	77
ตาราง 20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	78
ตาราง 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ จำแนก ตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	79
ตาราง 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำแนก ตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	80

ตาราง 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3.....	81
ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	83
ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	86
ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	89
ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง.....	92
ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก.....	95
ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการ ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม	98
ตาราง 30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล	101
ตาราง 31 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการรับรู้คุณภาพการให้บริการ.....	102

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
--	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การให้บริการที่ดีมุ่งเน้นให้ผู้ที่ได้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยความพึงพอใจเป็นหนึ่งในความรู้สึกของมนุษย์ที่จะสามารถให้ความรู้สึกได้ทั้งบวกและลบ การรับรู้ความพึงพอใจของผู้รับบริการได้จากการแสดงออกทางคำพูดหรืออากัปกริยา หากเป็นความรู้สึกที่เป็นทางบวกนั้นจะแสดงออกอย่างรู้สึกมีความสุข เช่น การยิ้ม การพูดจาที่ดี เป็นต้น หากเป็นความรู้สึกด้านลบจะแสดงออกด้วยความไม่พอใจ เช่น อารมณ์โกรธ และนำมาซึ่งความไม่พอใจต่อการบริการนั้น ด้วยเหตุนี้เองในทุกองค์กรจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของคุณภาพการให้บริการ หลายองค์กรอาจใช้การประเมินให้ลูกค้าเป็นคนประเมินคะแนนในหัวข้อต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานจะสามารถนำไปปรับปรุงต่อไปให้กับองค์กรได้

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมเป็นหน่วยงานระดับคณะของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก ประสานงาน สนับสนุนกิจกรรม ดำเนินการจัดโครงการ กำกับดูแลงานทุนการศึกษาและสวัสดิการนิสิต ประสานงานและประชาสัมพันธ์เรื่องทุนการศึกษา หาแหล่งทุนการศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย จัดหาทุนการศึกษาให้แก่นิสิต จัดหาทุนสำรองสำหรับนิสิตที่มีปัญหาด้านการลงทะเบียนงานด้านการแนะแนวให้คำปรึกษาแก่นิสิต รวมถึงงานส่วนต่าง ๆ ด้านงานกิจการนิสิต ด้วยเจตนารมณ์ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒจะขยายบทบาทการสร้างคุณภาพในการสื่อสาร ตลอดจนการสร้างและพัฒนาบุคลากรที่สามารถควบคุมและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสารที่มีบทบาทต่อสังคม ทั้งนี้ งานบริการด้านกิจการนิสิตจึงมีความสำคัญอย่างมากและสอดคล้องต่อการส่งเสริมความเป็นนิสิตในอุดมคติ และส่งเสริมอัตลักษณ์ของนิสิต กำกับดูแลกิจกรรมพัฒนาศักยภาพนิสิตทั้งในและนอกหลักสูตร โดยส่งเสริมให้นิสิตมีอัตลักษณ์นิสิต มศว ครบทั้ง 9 ประการ

การวัดคุณภาพการบริการในมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะมหาวิทยาลัยมีผู้รับบริการหลายกลุ่ม ได้แก่ นิสิต ผู้ปกครอง บุคลากรของมศว รวมถึงผู้ที่ติดต่อจากภายนอก หากไม่มีการศึกษาหรือประเมินคุณภาพบริการ วิทยาลัยฯ ก็จะไม่สามารถทราบถึงผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตได้ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) อธิบายว่าคุณภาพของการบริการเป็นการบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ซึ่งต้องตรงกับความต้องการของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี

(Customer Loyalty) ตามมา การวิจัยในครั้งนี้ได้นำเครื่องมือ SERVQUAL Model ของ Parasuraman Anantharathan, Zeithaml Valarie A, และ Berry Leonard L (1985) Parasuraman Ananthanarayanan, Zeithaml Valarie A, และ Berry Leonard L (1988) มาใช้ในการประเมินและวัดคุณภาพการบริการ เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพคุณภาพบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพการทำงานตามภารกิจที่ต้องรับผิดชอบ การพัฒนาคุณภาพในงานบริการ การปรับปรุงระบบการบริการให้มีคุณภาพ ต้องความต้องการของผู้รับบริการรวมถึงพัฒนาบุคลากรผู้ปฏิบัติงานให้มีความพร้อม เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อให้ได้ทราบข้อมูลความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ อันนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาระบบงานบริการของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคสมัยนี้ ทำให้ทุกองค์กรต้องการที่จะมุ่งไปสู่ความเป็นสากลและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสื่อสาร ดังนั้น งานด้านการบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้ ผู้ให้บริการจะต้องสามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกตามที่ผู้รับบริการร้องขอ โดยการพัฒนาคุณภาพในการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการให้มีพฤติกรรมในการแสดงออกที่มีความสามารถในการให้บริการ ชัชวาลย์ ทัดศิวิธ (2552) อธิบายว่า คุณภาพของการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดซึ่งจะนำไปสู่ความประทับใจให้กับผู้รับบริการแสดงออกถึงพฤติกรรมในเชิงบวก เช่น การยิ้มแย้ม ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพการบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาที่เข้ามาหรืออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มารับบริการและการพัฒนาคุณภาพบริการต้องทำอย่างต่อเนื่อง อาศัยการประเมินคุณภาพบริการแต่ละมิติและนำผลการประเมินไปปรับปรุงพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมาย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพ และระดับการรับรู้ประสิทธิภาพการบริการงานกิจการนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญของการวิจัย

1. พนักงานในตำแหน่งที่ปฏิบัติงานกิจการนิสิตนำข้อมูลที่ค้นพบไปปรับปรุงการบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนิสิต
2. ผู้บริหารงานกิจการนิสิตนำข้อมูลที่ค้นพบไปกำหนดวางแผนและวิธีการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของนิสิต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชั้นปีที่ 1 - 4 ทุกสาขาวิชา จำนวน 1,482 คน (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2562)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชั้นปีที่ 1 - 4 โดยผู้วิจัยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรจำนวน 1,482 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Krejcie Robert V และ Morgan Daryle W (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ปรากฏว่ามีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 306 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

- 3.1 การแสดงกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) จำแนกตามชั้นปี

ตาราง 1 แสดงการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นปี	จำนวนทั้งหมด(คน)	จำนวนตัวอย่าง
1	408	77
2	387	76
3	402	77
4	285	76
รวม	1,482	306

3.2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience) โดยแจกแบบสอบถามกับนิสิตที่มีความเข้าใจในการตอบคำถามโดยแจกแบบสอบถามในจุดบริการสุดท้ายและให้นิสิตมีอิสระในการตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) มีดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) มี 2 ตัวแปร ดังนี้

1.1 ตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ มี 4 ด้าน ดังนี้

1.1.1 เพศ

1.1.2 ภูมิลำเนา

1.1.3 สาขาวิชา

1.1.4 ชั้นปี

1.2 ตัวแปรด้านการรับรู้คุณภาพบริการ มี 5 ด้าน ดังนี้

1.2.1 การบริการที่เป็นรูปธรรม

1.2.2 ความน่าเชื่อถือ

1.2.3 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ

1.2.4 ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

1.2.5 ความไว้วางใจ

2. ตัวแปรตามด้านประสิทธิภาพการให้บริการ มี 5 ด้าน ดังนี้

- 2.1 การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
- 2.2 การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
- 2.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ
- 2.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
- 2.5 การบริการอย่างก้าวหน้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

การรับรู้คุณภาพบริการ (Perceived Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของนิสิต ผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการหลังจากเข้ามาใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ตามเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL Model คือ คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อนิสิตผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ต่อนิสิตผู้รับบริการ และความไว้วางใจ

ลักษณะทางกายภาพของการบริการที่จับต้องได้ (Tangible) หมายถึง สิ่งที่มีไว้ให้บริการ ที่วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมได้จัดเตรียมไว้บริการที่เกี่ยวข้องกับด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ โดยนิสิตผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากสัมผัสทั้ง 5 ของการบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการที่ครบถ้วน บ้ายต่าง ๆ เป็นต้น

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง บุคลากรหรือผู้ให้บริการของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมที่สามารถให้บริการนิสิตได้อย่างที่ตกลงไว้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง

การตอบสนองต่อนิสิตผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง บุคลากรหรือผู้ให้บริการของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมมีพฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการต่อนิสิตผู้รับบริการ พร้อมที่จะให้บริการได้ในทันทีและสนใจกับปัญหาของนิสิตผู้รับบริการ

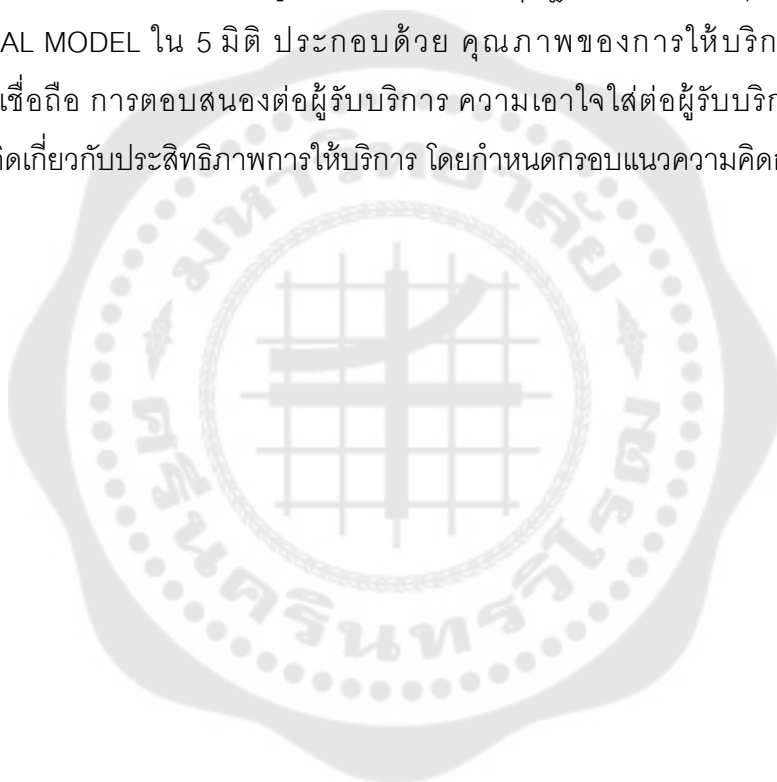
ความเอาใจใส่ต่อนิสิตผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การสนใจที่จะช่วยเหลือนิสิตที่มาขอรับบริการแล้วเกิดปัญหา

ความไว้วางใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ซึ่งเมื่อนิสิตได้รับการบริการที่ดีและถูกต้อง ก็จะทำให้นิสิตที่ได้รับการบริการเกิดความมั่นใจในระดับหนึ่งว่าเป็นบริการที่ดี และผู้ให้บริการสามารถแก้ปัญหาให้นิสิตผู้รับบริการจนปัญหาหมดไป

ประสิทธิภาพ (Capability) หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตที่ให้บริการแก่นิสิตในการใช้บริการงานกิจการนิสิต ให้เป็นไปตามเป้าหมายและมีผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ

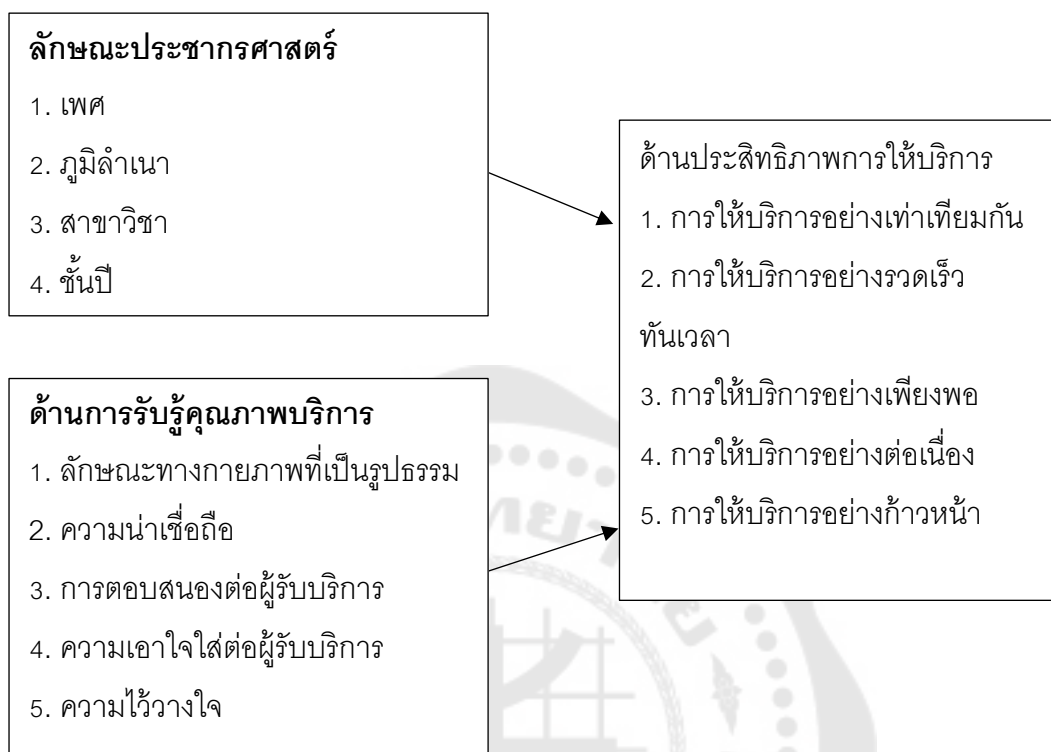
กรอบแนวคิดในงานวิจัย

หัวข้อวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพในงานบริการ SERVQUAL MODEL ใน 5 มิติ ประกอบด้วย คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการความไว้วางใจ และแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

2. การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทที่ 2

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการ
ด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังนี้

เอกสารและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ
5. บริบทงานและกิจกรรมของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้ เป็นทฤษฎีที่ใช้ความเป็นเหตุผลเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของคนเกิดขึ้นจากแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur M. L. และ Ball-Rokeach (1996) ที่กล่าวว่า “พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากร ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถชี้แจงเป็นกลุ่มๆ ได้คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับ และตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกันและทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)” ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎีเอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้และกล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารว่าผู้รับสารที่มีลักษณะที่แตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่ต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Personal Factors influencing consumer) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. **เพศ (Gender)** การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องของความค่านิยม ความคิด และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทของกลุ่มคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงคนที่มีจิตใจอ่อนไหวมากถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายให้เหตุผลและจดจำได้มากกว่าผู้หญิง ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้มากกว่าผู้หญิง และผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

2. **ลักษณะครอบครัว (Marital Status)** หมายถึง นับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด และมีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครอบครัวที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง รวมทั้งยังสนใจในการพิจารณารูปแบบลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัว เพื่อให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างดี

3. **รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation)** เป็นตัวแปรสำคัญ ในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความสามารถในการซื้อ ถึงอย่างไรรันั้น ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ถือได้ว่าเป็นปัญหาข้อสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาด โดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือรายได้จะเป็นตัวชี้ความสามารถในการจ่ายสินค้าของผู้บริโภคได้หรือไม่มีความสามารถในการจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงอาจถือเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ธรรมเนียม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นักการตลาดใช้กันบ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่นๆ เพื่อให้กำหนดตลาดเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

4. **อายุงาน (Experience)** เมื่อบุคคลประกอบอาชีพในองค์กรหนึ่งเป็นระยะเวลานานๆ คนๆนั้นจะเกิดความผูกพันกับหน่วยงาน และสามารถรับสภาพความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่ใช้ปฏิบัติอยู่ ซึ่งต่างจากบุคคลทำงานเป็นระยะเวลาสั้นกว่า ที่ไม่มีความรู้สึกผูกพันกับหน่วยงาน จนถึงการไม่ยอมรับสภาพ และกฎเกณฑ์ต่างๆภายในองค์กร และอายุงานหรือประสบการณ์ในอดีตเป็นสิ่งที่สำคัญในการตัดสินใจ ผู้บริหารที่มีประสบการณ์โดยทั่วไปเชื่อถือ

ว่าสิ่งต่างๆ จะสามารถบรรลุผลสำเร็จ และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นถือว่าเป็นข้อแนะนำในอนาคต ทศนคตินี้เชื่อว่าประสบการณ์ที่มากขึ้นของผู้บริหารทำให้เขามีความสามารถมากขึ้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ภูมิฐานะ สาขาวิชา และชั้นปีที่ศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรสำคัญในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถนำไปใช้ในการกำหนดวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ (Service) ในความหมายของลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรม เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติ หรือลงมือกระทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ดังนั้นการบริการจึงเป็นการปะทะสังสรรค์ หรือการมีการกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ

การบริการ (Service) อาจให้คำจำกัดความได้ว่ากิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลการกระทำนั้น พินคำ โรหิตเสถียร (2551)

การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะควบคู่กันไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้ Kotler Phillip (2000)

การบริการจะเกี่ยวข้องกับการเสนอขาย การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใด ๆ ให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยผู้บริโภคมิได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ เหมือนการครอบครองสินค้า Berry Leonard L (1980)

การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริหารของรัฐบาล การเงิน การบริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น Heizer Jay และ Render Barry (1999)

โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ไม่สามารถจำแนกได้อย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้าอย่างสมบูรณ์ (Pure Goods) หรือว่าเป็นบริการอย่างสมบูรณ์ (Pure Service) ได้ เนื่องจากกิจกรรมการซื้อขายหนึ่งๆ ของผู้บริโภคอาจประกอบไปด้วยการซื้อสินค้าและการซื้อบริการจากผู้ขายในเวลาเดียวกัน Pride William M และ Ferrell OC (1989) เช่น การซื้อรถยนต์จากตัวแทนจำหน่าย ในกรณีนี้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าไปจากบริษัทแต่ในขณะเดียวกันผู้บริโภคก็ได้ซื้อการประกันสินค้า (Warranty)

และการบริการซ่อมบำรุงรถยนต์ (Maintenance) จากบริษัทตัวแทนจำหน่ายด้วย จะเห็นได้ว่า ในกรณีนี้การซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยการซื้อสินค้าและการบริการในเวลาเดียวกัน แต่ในบางครั้งผู้บริโภคอาจจะซื้อการบริการที่สมบูรณ์โดยมีการบริโภคสินค้าเพียงเล็กน้อย หรืออาจจะไม่มีเลย เช่น การบริการตัดแต่งผมจากร้านเสริมสวย การบริการข้อมูลข่าวสาร การบริการของธนาคาร เป็นต้น

ลักษณะเฉพาะของบริการที่แตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจการบริการ เป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้นจริง ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจสอบสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ การบริการทำได้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ การรับประกันคุณภาพ หรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่อื่นที่เคยใช้บริการมาแล้ว

2. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่อาจรับบริการล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกับการซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากนั้นการซื้อบริการเป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น และประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการนั้น ๆ โดยผู้ซื้ออาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ หรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วตัดสินใจเลือกซื้อ

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ การบริการจะมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกออกจากตัวบุคคลหรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริการหรือผู้ขายบริการนั้น ๆ ได้ การผลิต การบริโภค และการบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าที่มีการผลิต การขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวเองออกจากกันเหมือน เช่น การผลิตสินค้าทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มให้บริการจนกระทั่งบริการนั้นสิ้นสุดลง ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในการให้บริการขณะนั้นด้วย โดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่แบ่งแยกไม่ได้ทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของปริมาณการขายและขอบเขตของการดำเนินการบริการ ซึ่งในบางกรณีอาจจำเป็นต้องมีผู้บริการอยู่ตลอดเวลาในลักษณะของการขายตรงจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อหรือการใช้ตัวแทนเป็นสื่อกลางการติดต่อระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือผู้ให้บริการ เช่น ในงานห้องสมุด จะต้องมีพนักงานไว้คอยทำหน้าที่ยืมคืนหนังสือ

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคนซึ่งมีวิธีให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการแบบเดียวกันแต่ต่างวาระกันคุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากการบริการมีความหลากหลายผันแปรตามปัจจัยหลายอย่าง จึงเป็นการยากที่จะกำหนดเป็นมาตรฐานในการบริการอย่างเดียวกันแม้จะกำหนดเป็นระบบการทำงาน ดังนั้นการให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกบุคลากรที่คุณสมบัติเหมาะสมกับลักษณะงาน และจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งการกำหนดมาตรการให้บริการมาเป็นพิเศษ เช่น มีการรับประกันมาตรฐานการบริการ รับฟังข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการเพื่อนำมาปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการไม่สามารถเก็บรักษาหรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่สามารถเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา เนื่องจากความต้องการการใช้บริการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และการบริการจะต้องมีการจัดเตรียมความพร้อมไว้สำหรับการรับบริการตลอดเวลา เมื่อไม่มีผู้มาใช้บริการจึงเกิดการสูญเปล่า ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อหาวิธีชักจูงให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ การบริการไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อซื้อบริการนั้นๆ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าทั่วไป เพราะเมื่อจ่ายเงินซื้อสินค้าก็เป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็เป็นค่าบริการนั้นที่จะได้รับตามเงื่อนไขเพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำเหล่านั้น เนื่องจากการบริการเป็นการแสดงความต้องการหรือใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในช่วงเวลา ผู้ใช้บริการจ่ายเงินค่าบริการที่ได้รับไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของสิ่งนั้นได้

การจำแนกระดับของการบริการ

ได้แบ่งการบริการออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับการให้บริการของผู้ให้บริการดังต่อไปนี้ Lovelock Christopher H และ Yip George S (1996)

1. บริการที่มีการเผชิญหน้าสูง (High – Contract Service) มีส่วนร่วมกับการให้บริการโดยตลอดเกือบทุกระบวนการในการส่งผ่านบริการ หรืออีกนัยหนึ่งผู้บริโภคต้องเข้าไปในสถานที่ให้บริการและอยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น

2. บริการที่มีการเผชิญหน้าปานกลาง (Medium – Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการต่ำกว่าบริการแรก ซึ่งผู้บริโภคจะเข้าไปในสถานที่ที่ให้บริการแต่ไม่ได้อยู่ที่นั่นตลอดจนกระบวนการส่งผ่านบริการเสร็จสิ้น บริการระดับนี้จะรวมถึงการให้บริการแบบช่วยเหลือตัวเอง (Self Service) ด้วย

3. บริการที่มีการเผชิญหน้าต่ำ (Low – Contract Service) เป็นบริการที่มีระดับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกระบวนการส่งผ่านบริการที่ต่ำสุดหรืออาจไม่มีเลยก็ได้ ซึ่งบริการระดับนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการผ่านสื่อหรือเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

ความสำคัญของการบริการ

การบริการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการ รวมทั้งก่อให้เกิดผลดีในทางเศรษฐกิจและสังคมต่อการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งในแง่ของผู้ประกอบการหรือผู้บริการการบริการ และผู้ปฏิบัติการบริการในฐานะของผู้ให้บริการ ดังนั้นความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการต่าง ๆ หลากหลายมากขึ้น ตามรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นให้ช่วยเหลือจัดการเรื่องต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ กล่าวคือ

1.1 ให้ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเห็นในปัจจุบันมีอยู่มากมายในรูปแบบของการบริการเชิงพาณิชย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภทที่สามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับการบริการที่ตนเองพอใจ

1.2 ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งนี้การให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบาย และตอบสนองสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริการการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจกับการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่น ๆ ได้ ทั้งในด้านช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาว ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ รวมถึงช่วยสร้างความภักดีต่อองค์กรให้กับพนักงาน

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภค การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงาน คือช่วยให้เกิดอาชีพและรายได้ ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขายสินค้า

ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งการบริการ

Albrecht Terrance L และ Adelman (1987) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญของการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าว่าควรประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของสามเหลี่ยมโดยภายในบรรจุวงกลมซึ่งเปรียบเสมือนลูกค้า หากขาดปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งไปอาจหมายถึงไม่สามารถให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้

หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายการบริการคือ การสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการจะต้องจัดการหรือบริการงานเพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งบริเวณนี้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกัน คือ

1. กลยุทธ์ธุรกิจ (Strategy or Purpose) เป็นกลยุทธ์หรือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองการทำให้บรรลุเป้าหมายในธุรกิจตามที่ได้กำหนดไว้ โดยให้มีความยั่งยืน, มีความแม่นยำ, ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย, กลยุทธ์ด้านบริการควรจะเป็น Customer Driven Strategy หรือกลยุทธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ผู้บริหารองค์กรต้องมีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. ระบบงาน (System of Process) จะต้องทำให้ระบบการให้บริการขององค์กรเป็นแบบ Customer Friendly System กล่าวคือ “ควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน จัดองค์กรตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่เป็นองค์กรที่ลูกค้าเข้าใจง่าย มีความคล่องตัวสูง และกฎระเบียบต่างๆ เอื้ออำนวยต่อการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า”

3. พนักงาน (Staff of People) พนักงานทุกระดับในองค์กรควรมีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ องค์กรจะต้องสรรหา พัฒนา และปลูกฝังบุคลากรให้มีจิตสำนึกต่อการให้บริการ

ความหมายของคุณภาพบริการ

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับความดีเลิศหรือความเหนือกว่าของการบริการ Parasuraman Ananthanarayanan และคนอื่น ๆ (1988) ซึ่งพาราสุรามัน และคณะได้เสนอเพิ่มเติมว่าคุณภาพของการบริการตามความรับรู้ (Perceive Service Quality) ของผู้บริโภคคือการประเมินหรือการลงความเห็นเกี่ยวกับความดีเลิศของการให้บริการ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวังของพวกเขาเกี่ยวกับคุณภาพบริการ และการบริการที่พวกเขาได้รับจริง สรุปได้ว่าการประเมินคุณภาพของการบริการจะประเมินจากความรับรู้ของผู้บริโภค โดยการรับรู้คุณภาพบริการของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการนั้น ๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

เนื่องจากการบริการมีความแตกต่างจากสินค้า ผู้บริโภคสามารถประเมินคุณค่าของสินค้าทั่วไปก่อนตัดสินใจซื้อ โดยใช้ประสาทสัมผัสต่าง ๆ แต่ผู้บริโภคไม่สามารถประเมินการบริการได้ เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคจึงต้องเผชิญกับความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอนที่สูงกว่า การสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยการเสนอบริการที่มีคุณภาพจึงมีความสำคัญ ลักษณะที่แตกต่างของสินค้าและบริการดังกล่าว ทำให้สร้างคุณภาพบริการที่มีความแตกต่างจากคุณภาพของสินค้าโดยทั่วไป ได้มีผู้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการเอาไว้หลายทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งบริการ (Service Triangle) หลักพื้นฐานสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพทฤษฎี 7S ของ McKensy และทฤษฎีการบริหารคุณภาพบริการโดยรวม (Total Quality Service)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) อธิบายว่า หลักการของสามเหลี่ยมแห่งการบริการและความสัมพันธ์กับทฤษฎี 7S ของ McKensy ได้กล่าวถึงความสำเร็จแห่งการบริการ

ปัจจัยหลัก 3 ปัจจัยแห่งการบริการที่ดีคือการมีกลยุทธ์ที่ดี การมีระบบงานที่เอื้ออำนวย และมีบุคลากรที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นผลมาจากวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของผู้บริหารระดับสูง เข้าใจถ่องแท้ถึงการดำเนินธุรกิจ รู้ว่าใครคือลูกค้าขององค์กร และมีความต้องการอะไรจากธุรกิจของเรา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้สามารถกำหนดวัตถุประสงค์หรือนโยบายในการดำเนินธุรกิจได้อย่างชัดเจน ทำให้การวางแผนงานในการดำเนินงานต่าง ๆ

เป็นขั้นตอนไม่ซับซ้อน มีการกำหนดทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ
ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจหลักพื้นฐานสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ

หลักพื้นฐานที่เป็นหัวใจนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการที่มีคุณภาพ โดยนำเอาคำว่า “บริการ” ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” มาแยกตัวอักษรแต่ละตัวจะให้ความหมายขององค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการ

การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction)
2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation)
3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness)
4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values)
5. ความสนใจต่อบริการ (Interest)
6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy)
7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency)

การประเมินคุณภาพบริการโดยใช้ SERVQUAL

Parasuraman Anantharanthan และคนอื่น ๆ (1985) ได้นำแบบจำลองช่องว่าง มาสร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพบริการที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพบริการทางธุรกิจ โดยเครื่องมืออาศัยพื้นฐานของช่องว่างที่ 5 โดยต้องการที่จะออกแบบให้เป็นเครื่องมือที่เป็นมาตรฐานที่ใช้ได้กับงานบริการทุกประเภท และสามารถปรับเปลี่ยนได้เล็กน้อยตามความเหมาะสม ในธุรกิจการบริการจะให้ความสำคัญและคำนึงถึงความต้องการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เป็นบรรทัดฐานในการวางแผนและการดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างดี สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ และช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

SERVQUAL มีที่มาจากการศึกษาวิจัยโดยเริ่มจากการทำ Focus-Group Interviews ในธุรกิจบริการ 4 ประเภท ได้แก่ บัตรเครดิต ธุรกิจซ่อมบำรุง ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจธนาคาร ในแต่ละประเภทธุรกิจมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 กลุ่ม จุดประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือการค้นหาว่าอะไรคือวิธีที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพบริการที่แท้จริง ผู้บริโภคมีการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการหรือไม่ หากผู้บริโภคมีการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการ

ประเมินคุณภาพการบริการ ปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง และในประเภทของการบริการที่แตกต่างกันแต่ละประเภท ผู้บริโภคมักมีการกำหนดปัจจัยที่แตกต่างกันหรือไม่

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพสูงหรือต่ำ โดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า 4 ประการคือ

1. สิ่ง que ผู้บริโภคได้รับฟังมาจากการบอกปากต่อปาก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังในบริการของลูกค้า
2. ความต้องการส่วนบุคคลซึ่งจะถูกกำหนดจากอุปนิสัยและสถานการณ์
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค
4. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ พบว่าอัตราค่าบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ และเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคาดหวังของลูกค้า

การศึกษวิจัยโดยการทำ Focus-Group Interviews ยังทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการโดยทั่วไป 10 ประการได้แก่

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibility) หมายถึง สิ่งที่สัมผัสได้ทางกายภาพของปัจจัยบริการ ได้แก่ บุคลากร อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่พร้อมสำหรับให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความเชื่อถือในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ
3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที
4. ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความสามารถในการบริการทั้งด้านการสื่อสารและความรู้ในการให้บริการอย่างมืออาชีพ
5. ความสุภาพ (Courtesy) หมายถึง การให้เกียรติลูกค้า
6. ความไว้วางใจ (Credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ
7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง ความปลอดภัยในขณะที่ใช้บริการ
8. การเข้าถึง (Access) หมายถึง ลูกค้าสามารถรับบริการได้สะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยาก เข้าถึงได้ง่าย
9. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง สามารถสื่อสารเพื่อให้สัมพันธ์กับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

10. ความเข้าใจ (Customer Understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้า

ปัจจัยทั้ง 10 ประการนี้ ลูกค้าจะใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการในบางด้านไม่เป็นอิสระจากกัน

ข้อมูลจากการวิจัยโดยใช้วิธี Focus-Group Interviews ในช่วงแรก ได้ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลเพิ่มทำการวิจัยในช่วงที่สองซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาเป็นเครื่องมือการวัดคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค การวิจัยในช่วงที่สองนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจจากธุรกิจกลุ่มบริการ 5 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจซ่อมบำรุงผลิตภัณฑ์ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์ทางไกล ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจบัตรเครดิต ข้อมูลจากการสำรวจทั้งหมดได้ถูกนำมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพการบริการชื่อว่า SERVQUAL โดยเครื่องมือดังกล่าวแบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ส่วนที่สองจะเป็นคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการจริงที่ลูกค้ารับรู้ ชุดคำถามดังกล่าวพัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ ความมีมารยาท ความเชื่อถือได้ ความปลอดภัย การเข้าถึง การสื่อสาร และความเข้าใจ แต่ละคำถามให้คะแนนโดยระบบ Sever-point Likert Scale ผลคะแนนที่ได้จะถูกนำมาคำนวณโดยนำคะแนนจากคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้ลบด้วยคะแนนคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ผลจากการลบจะทำให้ได้คะแนนที่แตกต่างกันตั้งแต่ +6 ถึง -6 คะแนน ผลคะแนน ที่สูงหมายถึงคุณภาพการบริการตามความรับรู้ของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง และจากการใช้วิธีการทางสถิติหลายวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้สามารถลดจำนวนคำถามลงถึง 2 ใน 3 ของคำถามทั้งหมด และสามารถรวมปัจจัยด้านที่มีความเหลื่อมล้ำกัน หรือมีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน ทำให้คงเหลือปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน จากปัจจัยพื้นฐาน 10 ด้าน

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ และบุคคล
2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ความสามารถที่จะแสดงผลงาน และให้บริการที่สัญญาไว้อย่างมีคุณภาพถูกต้อง และแม่นยำ
3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการผู้ใช้หรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4. ความมั่นใจได้ (Assurance) ความรู้ และมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการที่แสดงออกทำให้ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ เป็นการรวมปัจจัยด้านความสามารถ ความมีมารยาท ความน่าศรัทธา และความปลอดภัยเข้าด้วยกัน

5. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ และความสนใจที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัย เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดความรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ โดยความรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการเป็นผลมาจากขนาด และทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ต่อการบริการ Parasuraman Anathanarayanan และคนอื่น ๆ (1988) เมื่อความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าความรู้จากบริการที่ได้รับจริง ($E > P$) ผู้บริโภคจะไม่พอใจในบริการที่ได้รับ และความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวัง และการรับรู้สูงขึ้น หากความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับความรู้จากบริการที่ได้รับจริง ($E = P$) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการ และหากความรู้จากบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ ($E < P$) ก็จะเป็นการบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่า ความพึงพอใจที่ผู้บริโภคคาดหวัง และผู้บริโภครู้สึกพอใจเพิ่มมากขึ้น เมื่อความต่างของระดับความคาดหวัง และการรับรู้สูงขึ้น Parasuraman Anathanarayanan และคนอื่น ๆ (1988)

สรุปได้ว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการหลายประเภท งานวิจัยในช่วงแรกซึ่งเป็นการวิจัยคุณภาพได้ข้อสรุปว่าผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือปรารถนา

นอกจากนั้นการวิจัยยังช่วยให้ทราบถึงปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้าน และการวิจัยในช่วงถัดไปซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ จนในที่สุดได้พัฒนาจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า “SERVQUAL เพื่อวัดความคาดหวัง และการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใน 5 ด้าน คือลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจได้ และการเข้าถึงจิตใจ” ปัจจัยทั้ง 5 ด้านนี้ จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวัง และความรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการ โดยผู้บริโภคจะรู้สึก

พอใจต่อคุณภาพการบริการ เมื่อระดับความรับรู้คุณภาพการบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ หากระดับความรับรู้คุณภาพการบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับความรับรู้คุณภาพการบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

Bernstein Basil (1999) การรับรู้ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าและถูกตีความให้มีความหมายจากการใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจส่วนตัว

Schiffman Leon G, Kanuk Leslie Lazar, และ Joseph (2000) ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่แต่ละคนมีการเลือกตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้น

อุบลวรรณ ภวากานันท์ (2012) ให้ความหมายการรับรู้ว่าเป็นการที่อวัยวะรับความรู้สึกรับข้อมูลที่อยู่รอบตัวส่งผ่านเข้าสู่สมอง

กันยา สุวรรณแสง (2544) กล่าวว่า การรับรู้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ เจตคติ อารมณ์ ตลอดจน แนวโน้มของพฤติกรรมการแสดงออก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, และ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจัดระเบียบ และตีความรู้สึกประทับใจของตนเอง เพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม การรับรู้ของบุคคลอาจตีความได้แตกต่างจากความเป็นจริง

Tenner Arthur R และ DeToro Irving J (1992) การรับรู้ หมายถึง วิธีที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบ ๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คน อาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธียอมรับถึงตัวกระตุ้น (Recognize) การเลือกสรร (Select) การประมวล (Organize) และการตีความ (Interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน

Robbins Stephen P (2001) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่าเป็นขั้นตอนกระบวนการที่บุคคลจัดการ และตีความจากการที่ได้รับสัมผัสเพื่อให้ความหมายต่อสิ่งแวดลอม ซึ่งการที่คนเรารับรู้นั้นสามารถแตกต่างไปจากของจริงได้

กระบวนการของการรับรู้ (Process)

โครงการสำรวจคำตอบแบบ ออนไลน์ (2553) กระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision Making)

กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้

1. มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกายที่เป็นคน สัตว์ และสิ่งของ
2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตา หู ฟัง จมูกได้กลิ่น ลิ้นรู้รส และผิวหนังรู้สึกได้ถึงอุณหภูมิที่ร้อนหรือหนาว
3. ประสบการณ์หรือความรู้เดิม ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส
4. การแปลความหมายของสิ่งที่เรารู้สัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่าสิ่งเร้าคืออะไร เมื่อมนุษย์เราถูกเร้าโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตาทำหน้าที่ดูคือมองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รู้รส จมูกทำหน้าที่ดมคือได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึกได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ก็สมบูรณ์แต่จริง ๆ แล้วยังมีการสัมผัสในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยรับสัมผัสสิ่งต่าง ๆ

องค์ประกอบของการรับรู้

1. สิ่งเร้า ได้แก่ วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่าง ๆ
2. อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ถ้าไม่สมบูรณ์จะทำให้สูญเสียการรับรู้ได้
3. ประสาทในการรับสัมผัสเป็นตัวกลางส่งกระแสประสาทจากอวัยวะรับสัมผัสไปยังสมองส่วนกลาง เพื่อการแปลความต่อไป
4. ประสบการณ์เดิม การรู้จัก การจำได้ ทำให้การรับรู้ได้ดีขึ้น
5. ค่านิยม ทัศนคติของคนหรือสังคมที่มีต่อสิ่งของ ความคิด และเหตุการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย คุณค่า และความถูกต้องของสังคมนั้น ๆ
6. ความใส่ใจ ความตั้งใจ แสดงให้เห็นถึงความสนใจต่อสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว
7. สภาพจิตใจ อารมณ์ เช่น การคาดหวัง ความดีใจ เสียใจ
8. ความสามารถทางสติปัญญา ทำให้รับรู้ได้เร็ว

การประยุกต์ใช้การรับรู้ในองค์การ (Specific Application in Organization)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2550) คนที่อยู่ในองค์การมักมีการประเมินซึ่งกันและกันผู้บริหารการประเมินการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ต่อไปนี้เป็นการประเมินผลต่าง ๆ ในองค์การ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้

1. การสัมภาษณ์การจ้างงาน (Employment Interview) ผู้สัมภาษณ์จะมีความแตกต่างในเรื่องการพิจารณาผู้สมัคร การตัดสินใจผู้สมัครคนเดียวกันก็สามารถมีความแตกต่างกันอย่างมาก ปัจจัยการรับรู้ มักมีอิทธิพลต่อการจ้างงานและคุณภาพของกำลังแรงงานในองค์การ

2. ความคาดหวังการทำงาน (Performance Expectations) เหตุการณ์จำนวนมากชี้ให้เห็นว่าบุคคลจะพยายามที่จะทำให้การรับรู้ของเขาถูกต้อง ถึงแม้ว่าการรับรู้เหล่านั้นจะผิดสิ่งนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับความคาดหวังในงาน

3. การประเมินเกี่ยวกับงาน (Performance Evaluation) การประเมินผลการทำงานของพนักงานขึ้นอยู่กับกระบวนการรับรู้เป็นอย่างมาก ลูกจ้างในอนาคตจะต้องเกี่ยวข้องกับการประเมินผลงานมากขึ้น การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มค่าแรง ตลอดจนการจ้างงานต่อซึ่งต้องใช้การประเมินผลงานทั้งสิ้น

4. การประเมินเกี่ยวกับความพยายามของพนักงาน (Employee Effort) อนาคตของพนักงานในองค์กร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการทำงานเพียงอย่างเดียว ในหลายองค์กรระดับความพยายามของพนักงานมีความสำคัญมาก พนักงานจำนวนมากมีทัศนคติไม่ดี ชาดวินัยมากกว่าขาดความสามารถ การประเมิน ความพยายามของพนักงานอาจเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บังคับบัญชานำมาใช้ในอนาคต

5. การประเมินด้านความจงรักภักดีของพนักงาน (Loyalty Employee) การประเมิน และการตัดสินใจที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารใช้ในการพิจารณาหรือประเมินการทำงานของพนักงานคือความจงรักภักดีต่อองค์กร บางองค์กรเห็นความสำคัญของเรื่องนี้

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ

แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยทั่วไปจะกล่าวถึงผลการปฏิบัติงาน (Performance) ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานสูง ถ้าผลการปฏิบัติงานไม่ดีก็ถือว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานต่ำ และประสิทธิภาพหมายถึงความสามารถที่จะทำให้เกิดความสำเร็จตามความประสงค์โดยใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อยสามารถทำให้งานสำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ในส่วนของความหมายของคำว่าประสิทธิภาพ มีนักวิชาการ นักบริหารได้ให้นิยามไว้อย่างมากมาย มีดังนี้

Millett John David (1954) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชนโดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable service) หมายถึง การบริหารงานที่ว่า มนุษย์เกิดมาล้วนเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ในแง่มุมมองของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชน จะได้รับการปฏิบัติในมาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการที่ต้องคำนึงถึงความตรงต่อเวลา และเร็วต่อเหตุการณ์ ผลการปฏิบัติงานจะไม่มีประสิทธิผลถ้าไม่มีการให้บริการที่ตรงเวลา จะสร้างความไม่พอใจให้ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการมีจำนวนและสถานที่อย่างเหมาะสม ว่าด้วยความเท่าเทียมหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้าการให้บริการ และสถานที่สร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้มารับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นหลัก ไม่ใช่แค่ความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการ ควรมีการจัดอบรมเพื่อความพร้อมความเข้าใจอยู่เสมอ เช่น การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือพยาบาล เป็นต้น

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพ มีการปรับการให้บริการให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า “ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน” ซึ่งแนวคิดส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องผลการปฏิบัติงาน เมื่อบุคลากรมีผลการปฏิบัติงานดี คู่กับการลงทุน ก็ถือได้ว่าการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูง ถ้าผลการปฏิบัติงานไม่ดีไม่คู่กับการลงทุนก็ถือได้ว่าประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานต่ำ

สถิต คำลาเลียง (2544) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพไว้ว่ากล่าวคือ ถ้าจะพิจารณางานใดจะมีประสิทธิภาพสูงสุด ให้ดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับ เพราะฉะนั้น ตามทรรศนะนี้จึงหมายถึงผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า และถ้าเป็นการบริหารราชการองค์กรของรัฐก็บอกความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) เข้าไปด้วยซึ่งอาจเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E = (O-I) + S$$

E = Efficiency คือ ประสิทธิภาพของงาน

O = Output คือ ผลผลิตหรืองานที่ได้รับออกมา

I = Input คือ ปัจจัยนำเข้า หรือ ทรัพยากร

S = Satisfaction คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ระพี แก้วเจริญ และ ชิตยา สุวรรณะชฎ (2510) ได้อธิบายความหมายของคำว่า "ประสิทธิภาพ หมายถึงความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ ซึ่งไม่ได้กล่าวถึงปัจจัยนำเข้าหรือความพึงพอใจ"

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2538) ชี้ให้เห็นว่า "ประสิทธิภาพในระบบราชการ มีความหมายรวมถึงผลผลิตภาพ และประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติตามแต่วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา" คือ

1. ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของการผลิต (Input) ได้แก่ การใช้ทรัพยากร การบริหารคือคน เงิน วัสดุ เทคโนโลยี ที่มีอย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด
2. ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการการบริหาร (Process) ได้แก่ การทำงานที่ถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็วและใช้เทคโนโลยีที่สะดวกกว่าเดิม
3. ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิต และผลลัพธ์ ได้แก่ การทำงานที่มีคุณภาพ เกิดประโยชน์ต่อสังคมเกิดผลกำไร ทันเวลา ผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงาน และบริการเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ

ปัจจัยในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

ปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ หรือปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการปฏิบัติงานมีนักทฤษฎีหลายท่านได้ทำการศึกษา และสรุปปัจจัยสำคัญที่น่าสนใจ ดังนี้

สมยศ นาวิการ (2544) กล่าวว่า มีปัจจัย 7 ประการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในองค์การ คือ

1. กลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดภารกิจการพิจารณาจุดอ่อนจุดแข็งภายในองค์การ โอกาส และอุปสรรคภายนอก
2. โครงสร้าง (Structures) โครงสร้างขององค์การที่เหมาะสมจะช่วยให้การปฏิบัติงาน
3. ระบบ (Systems) ระบบขององค์การที่จะบรรลุเป้าหมาย

4. แบบ (Styles) แบบของการบริหารเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร
5. บุคลากร (Staff) ผู้ร่วมองค์กร
6. ความสามารถ (Skill) ความรู้ ความเชี่ยวชาญ
7. ค่านิยม (Shared values) ค่านิยมร่วมของคนในองค์กร

Katz D. และ Kahn R.L. (1978) ซึ่งเป็นนักทฤษฎีที่ศึกษาองค์กรระบบเปิด (Open system) เช่นกัน ได้ศึกษาในเรื่องปัจจัยที่สำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เขากล่าวว่าประสิทธิภาพคือส่วนประกอบที่สำคัญของประสิทธิผล ประสิทธิภาพขององค์กรนั้น ถ้าจะวัดจากปัจจัยนำเข้าเปรียบเทียบกับผลผลิตที่ได้นั้น จะทำให้การวัดประสิทธิภาพ คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงขององค์กร หมายถึงการบรรลุเป้าหมาย (Goal attainment) ขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายขององค์กรนั้น ปัจจัยต่าง ๆ คือ การฝึกอบรม ประสบการณ์ ความผูกพัน ยังมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในองค์กรด้วย

บริบทงานและกิจกรรมของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติ

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม (College of Social Communication Innovation) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2549 ด้วยเจตนารมณ์ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จะขยายบทบาทการสร้างคุณภาพในด้านการสื่อสาร ตลอดจนการสร้างและพัฒนาบุคลากรที่สามารถควบคุมและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสื่อสารที่มีบทบาทต่อสังคม โดยอาศัยมิติการบูรณาการศาสตร์ด้านการสื่อสาร คอมพิวเตอร์เทคโนโลยี การจัดการเชิงธุรกิจ ศิลปะการออกแบบ และความสามารถทางด้านภาษาเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างมิติองค์ความรู้ที่ทันสมัยสำหรับยุคสมัยมากยิ่งขึ้น โดยเหตุที่เชื่อว่าหากสามารถสร้างสมดุลและบูรณาการให้เกิดขึ้นได้แล้ว จะสามารถพัฒนาสื่อและเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ประโยชน์แก่สังคมอย่างกว้างขวาง การสอนสองภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ย่อมส่งผลให้นิสิตทางด้านนี้เรียนรู้และติดต่อสื่อสารได้กว้างและหลากหลายในกระแสโลกาภิวัตน์

ในวันที่ 7 กรกฎาคม 2549 สภามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในวาระของอธิการบดี ศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ มีมติเห็นชอบให้วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมเป็นส่วนงานในกำกับของมหาวิทยาลัย มีฐานะเทียบเท่ากับคณะ สถาบัน และสำนักต่าง ๆ ในการนี้ได้แต่งตั้งรองศาสตราจารย์พทุทธิ ศุภเศรษฐศิริ เป็นคณบดีคนแรกของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มีหลักสูตรปริญญาตรี 3 หลักสูตร ได้แก่ ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขา นวัตกรรม

สื่อสารสังคม , ศิลปศาสตร์บัณฑิต สาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล และศิลปศาสตร์บัณฑิต สาขาวัฒนธรรมการสื่อสาร มีหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา 2 หลักสูตร คือ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารวิทยาศาสตร์และสุขภาพ และศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบ เพื่อธุรกิจ โดยในปัจจุบันมีนิสิตจำนวนกว่า 1,500 คน

ลักษณะงานและกิจกรรมของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต หรืองานกิจการนิสิต เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตนิสิต ในมหาวิทยาลัยโดยตรง ไม่ใช่งานที่มีลักษณะตายตัวเป็นงานที่มีความเคลื่อนไหวและปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นงานที่จำเป็นต้องเข้าใจ ธรรมชาติและวัยนิสิต ต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่นิสิตจะได้รับ เป็นสำคัญ เป็นงานที่ไม่อาจ ดำเนินการได้อย่างเบ็ดเสร็จในตนเอง ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับหลายฝ่าย ซึ่งเป็นการบริการ และสนับสนุนให้นักนิสิตมีความพร้อมในการศึกษา และปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้งานที่ปฏิบัติงานนอกจากจะเป็นบริการที่ให้โดยตรงต่อนิสิตแล้ว ผู้ที่ปฏิบัติงานยังต้องประสานงาน กับงานบริการการศึกษา ฝ่ายบริหาร ผู้ปกครองนิสิต และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในและนอก มหาวิทยาลัย และต้องติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง ประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานต่อไป

งานฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตหรืองานกิจการนิสิต แบ่งออกได้เป็นดังนี้

1. กิจการนิสิต

1.1 รวบรวมโครงการด้านกิจการนิสิตเพื่อจัดทำแผนงาน/โครงการ ในแผนปฏิบัติการประจำปี ด้านกิจการนิสิต

1.2 รวบรวมโครงการ ด้านกิจการนิสิตจากสโมสรนิสิต และจัดทำโครงการ ด้านกิจการนิสิตในแผนฯ เพื่อขออนุมัติงบประมาณสนับสนุน ดำเนินการจัดโครงการ และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ

1.3 ติดตามและรวบรวมสรุปและประเมินผลโครงการ และจัดทำสรุปหรือ รายงานการประเมินผลแผนงาน/โครงการด้านกิจการนิสิต แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนา

1.4 ประสานงานการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพนิสิต 6 ด้าน คือส่งเสริมด้าน วิชาการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมบุคลิกภาพ ส่งเสริมด้าน บำเพ็ญประโยชน์ อนุรักษ์ธรรมชาติและนันทนาการ

1.5 ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติ และการดำเนินโครงการของสโมสรนิสิต

1.6 ประสานงานเกี่ยวกับกิจกรรมนิสิตกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

1.7 จัดทำหนังสือบันทึกข้อความตามที่สโมสรนิสิตร้องขอ หรือประสานงานด้านกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่มีการประสานงานมายังฝ่ายฯ

2. วินัยนิสิต

2.1 ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการส่งเสริมให้นิสิตรักษาระเบียบวินัย โดยการดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัย ในการดูแลความเรียบร้อยในเรื่องของการแต่งกายชุดนิสิต ความมีวินัย การมีสัมมาคารวะ รวมถึงการเป็นคนตรงต่อเวลา เพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามขึ้นในด้านความเป็นระเบียบ และความมีวินัยของนิสิต

2.2 รวบรวมระเบียบ ข้อบังคับและประกาศต่างๆ ที่เกี่ยวกับนิสิต เพื่อประกาศให้นิสิตทราบ

2.3 ประสานงานเกี่ยวกับการดำเนินการทางวินัยแก่นิสิตกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนกิจการนิสิต

2.4 ดูแลและติดตามผลการดำเนินการทางวินัยของนิสิตผู้กระทำความผิด

3. งานทุนการศึกษานิสิต

3.1 ประสานงานกับแหล่งทุนและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทุนการศึกษาให้แก่นิสิต

3.2 ประสานงานและติดตามผลการจัดสรรทุนการศึกษาทุกประเภทกับส่วนกิจการนิสิต

3.3 ประกาศผลนิสิตผู้ที่ได้รับทุน และแจ้งผลแก่นิสิตผู้ได้รับทุนการศึกษาทุกประเภท

3.4 ให้คำปรึกษาแก่นิสิตที่มีความประสงค์จะกู้เงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และประสานงานการขอกู้ยืมไปยังส่วนกิจการนิสิต

3.5 ดำเนินการจัดการสัมภาษณ์ทุนการศึกษาทุกประเภท ทั้งจากทุนของทางวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม และทุนการศึกษาจากหน่วยงานภายนอก

4. งานสวัสดิการนิสิต

4.1 งานบริการแนะแนวให้คำปรึกษาแก่นิสิต แก่นิสิตที่มีปัญหาคับข้องใจหรือไม่สบายใจ

4.2 ประสานงานจากส่วนกิจการนิสิตแจกบัตรประกันอุบัติเหตุแก่นิสิต และให้คำปรึกษาแก่นิสิต หากได้รับอุบัติเหตุและต้องทำการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาล รวมทั้งงาน ประกันสุขภาพของนิสิตด้วย

4.3 ประสานงานกับส่วนกิจการนิสิต กรณีที่มีนิสิตเสียชีวิต ดำเนินการ ประสานเรื่องเอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงินระหว่างครอบครัวของนิสิตและส่วนกิจการนิสิต

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุรมาศ อุดมศิริ (2559) ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษาต่อ ความพึงพอใจความจงรักภักดี และแรงจูงใจของนักศึกษา MBA ในประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยในการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และแรงจูงใจของ นักเรียนนักศึกษามี 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจของนักเรียนนักศึกษา โดยสามารถเรียงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และแรงจูงใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยสิ่ง อำนวยความสะดวกทางวิชาการ ปัจจัยด้านการปฏิบัติของอาจารย์ และทรัพยากรของหลักสูตร การเรียนการสอน ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และการบริการสนับสนุนต่างๆ ปัจจัยการบริการของ พนักงานเจ้าหน้าที่ ปัจจัยความเป็นสากล ตามลำดับ แต่ในส่วนของปัจจัยความสามารถ ในการสอน และอุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอนไม่ได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และแรงจูงใจอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ

ยุภารัตน์ เสกประเสริฐ, พิมพ์ปวีณ์ วัฒนาทรงยศ, และ พรณี พิมพ์พันธุ์ศรี (2559) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของ กองบริหารวิทยาเขตจันทบุรี และกองบริหารวิทยาเขตสระแก้วสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย บัรพา ผลวิจัยพบว่าความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กันคือเมื่อความคาดหวังมากกว่าการรับรู้อาจไม่มากตามด้วย ทั้งนี้อาจมาจาก คุณภาพการให้บริการที่ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ให้กับผู้รับบริการได้ นอกจากนี้ในมิติการรู้จัก และเข้าใจผู้รับบริการ พบว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงข้าม ซึ่งอาจมาจากระดับ ความคาดหวังมากแต่ระดับการรับรู้ที่น้อยซึ่งแสดงว่าการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการยังไม่ได้ เท่าที่ควรหรือไม่ตอบสนองความต้องการที่คาดหวัง อาจมาจากผู้ให้บริการขาดความสนใจ ต่อความต้องการการรับฟังปัญหาในการเข้ารับบริการ การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา และการแสดงความกระตือรือร้นและเอาใจใส่ที่ผู้รับบริการยังไม่สามารถรับรู้ได้ดีเท่าที่ควร

ภาวสุ สิริสิงห (2555) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ คุณภาพการให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลวิจัยพบว่า

การรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาใช้บริการห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจทำให้อยากกลับมาใช้บริการอีก รวมถึงบอกต่อให้คนรู้จักได้มารับบริการที่ดีด้วย

มยุรี บุญบัง (2554) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้จริงของพนักงานต่อคุณภาพการให้บริการการจ้างงานบุคคลภายนอกของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ผลวิจัยพบว่า ความคาดหวังของพนักงานต่อคุณภาพการให้บริการการจ้างงานบุคคลภายนอกโดยรวมมีระดับความคาดหวังมาก โดยด้านที่คาดหวังมากที่สุดคือความคาดหวังด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ความคาดหวังด้านความมั่นใจ ความคาดหวังด้าน การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความคาดหวังด้านความเป็นธรรมของบริการ และความคาดหวังด้านความใส่ใจ และในส่วนของ การรับรู้จริงของพนักงานต่อคุณภาพการให้บริการการจ้างงานบุคคลภายนอกโดยรวมมีระดับการรับรู้จริงปานกลาง เมื่อพิจารณาการรับรู้จริงเป็นรายด้าน ระดับการรับรู้จริงมาก ได้แก่ การรับรู้จริงด้านความเชื่อถือไว้วางใจ การรับรู้จริงด้านความมั่นใจ การรับรู้จริงด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และมีระดับการรับรู้จริงปานกลาง ได้แก่ การรับรู้จริงด้านความเป็นธรรมของบริการ การรับรู้จริงด้านความใส่ใจ

รุจิรา ตันเทอดทิพย์ (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้าน ทีซีเอช คาร์แคร์ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลวิจัยพบว่าทัศนคติที่ผู้ใช้บริการคาร์แคร์ มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้าน ทีซีเอช คาร์แคร์ มีความพึงพอใจในระดับมากในทุกด้าน ซึ่งประกอบไปด้วยด้านผลิตภัณฑ์ และบริการด้านราคา ด้านสถานที่ หรือช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพ และคุณภาพของการบริการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะ ทางกายภาพ สมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเข้าใช้บริการ มีความพึงพอใจใน ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน และในส่วนพฤติกรรมการใช้บริการที่แตกต่างกันในด้านประเภทวัตถุดิบราคาใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง และผู้ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการคาร์แคร์ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และในส่วนพฤติกรรมช่วงวันในการเข้าใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่หรือ ช่องทาง การจัดจำหน่ายโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

จุฑาทิพย์ โพธิ์ลังกา (2557) ศึกษาเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาสำนักทะเบียน และประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านผลการศึกษา และคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ภูมิลำเนา ผลการศึกษา และคณะที่ศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ความคาดหวังด้านบุคลากร และการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ความพึงพอใจในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังกับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการด้านอาคารสถานที่ และด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีแตกต่างกัน

ปวิวัฒน์ จันทร์ทอง (2561) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ผลวิจัยพบว่าปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญต่อคุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษาอยากให้มีมากที่สุด คือปัจจัยเกี่ยวกับความรู้ความสามารถด้านวิชาการเป็นที่น่าเชื่อถือเท่ากับปัจจัยเกี่ยวกับคาดหวังให้อาจารย์ที่ปรึกษามีวุฒิภาวะทางอารมณ์ รองลงมาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เหตุผลประกอบการให้คำปรึกษา ซึ่งเกี่ยวกับความชำนาญ และประสบการณ์ในเรื่องที่ให้คำปรึกษานั้นด้วย

ฐิติพล ชูติมาวัฒนานันท์ (2559) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ฐิติพงศ์ วรรณมทองดี (2558b) ศึกษาคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ผลวิจัยพบว่าความคิดเห็นผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการบนเครื่องบินของสาย การบินไทย เที่ยวบินต่างประเทศ ต่อคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านบริการที่สัมผัสได้ (Tangibility), ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability), ด้านการตอบสนอง (Responsiveness), ด้านความมั่นใจ (Assurance) และด้านความเข้าถึงจิตใจ (Empathy) พบว่า ความคิดเห็นทั้ง 5 ด้านนั้นมีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี เนื่องจากสายการบินไทยเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Airline) และเป็นสายการบินที่มีชื่อเสียงมายาวนานได้รับรางวัลมากมายและปัจจุบันมีการปรับปรุงโดยการนำเครื่องบินลำใหม่ ๆ มาให้บริการเพิ่มขึ้น ส่วนผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารสายการบินไทย

ในอนาคตท่านจะกลับมาใช้บริการสายการบินไทยอีกหรือไม่ และท่านจะแนะนำหรือบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินไทย อีกหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่อาจจะกลับมาใช้บริการ และอาจจะแนะนำหรือบอกกล่าวให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ทั้งนี้อาจเกิดจากความคิดเห็นผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการบนเครื่องบิน ซึ่งหากคุณภาพการบริการดีก็มีแนวโน้มที่ผู้โดยสารอาจจะกลับมาใช้บริการ และอาจจะแนะนำหรือบอกกล่าวให้ผู้อื่นมาใช้บริการอีกในอนาคต

Damasio Antonio และ Carvalho Gil B (2013) ทำการศึกษาเรื่อง การปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยใช้การสาธิตเนื่องจากการบริการส่วนใหญ่ยังมีช่องว่างที่ยังทำให้คุณภาพลดลงและรายได้ลดลง จึงได้พัฒนาออกแบบระบบที่ให้บริการ ที่ส่งเสริมการตลาดเชิงโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการ และลูกค้า ซึ่งได้เรียกว่าระบบนี้คือรถยนต์สาธิตการสาธิตของข้อเสนอของเราได้ดำเนินการในโปรตุเกสในการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมมนาพบว่า DEMO เครื่องยนต์สามารถช่วยลดความยากลำบากของการสื่อสารของการดำเนินการให้บริการ และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของคุณภาพการให้บริการที่ดี

นันทพร อารมณชีน (2558) ทำการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาลเอกชนของพนักงานบริษัท MOCAP ในการใช้สิทธิประกันสังคม เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพของการบริการ ในด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และนำมาเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของสถานพยาบาลรัฐบาล และเอกชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการให้บริการที่เป็นที่สนใจแก่ผู้ประกันตนยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ และประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ” โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นิสิตระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีจำนวนประชากรอยู่ที่ 1,482 คน (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2562)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คำนวณจากสูตรของ Krejcie Robert V และ Morgan Daryle W (1970) โดยใช้ความน่าเชื่อถือที่ระดับร้อยละ 95 และค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยคำนวณดังนี้

$$\text{สูตรที่ใช้ } n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + X^2 p(1-p)}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

แทนค่า

$$n = \frac{3.841 \times 1,482 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (1,482 - 1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$= \frac{1,423.09}{3.70 + 0.96}$$

$$= 306$$

จากการคำนวณตามสูตรได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 306 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. การแสดงกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควตา จำแนกตามชั้นปี

ตาราง 2 แสดงการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นปี	จำนวนทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง
1	408	77
2	387	76
3	402	77
4	285	76
รวม	1,482	306

2. เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience) โดยแจกแบบสอบถามกับนิสิตที่มีความเข้าใจในการตอบคำถามโดยแจกแบบสอบถามในจุดบริการสุดท้ายและให้นิสิตมีอิสระในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ภูมิลำเนา มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยใช้วิธีการวัดข้อมูลประเภทภูมิลำเนาได้แก่ 1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2. ต่างจังหวัด

ข้อที่ 3 สาขาวิชา มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check List) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. สาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล
2. สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร
3. สาขาวิชานวัตกรรมสื่อสารสังคม

ข้อที่ 4 ชั้นปีที่ศึกษา มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

- 1) ชั้นปีที่ 1
- 2) ชั้นปีที่ 2
- 3) ชั้นปีที่ 3
- 4) ชั้นปีที่ 4

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการมี 5 ด้าน ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และความไว้วางใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบ (Likert Scale) มี 5 ระดับเรียงจากน้อยไปมาก

ดำเนินงาน โดยใช้แบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนคือการคำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อแปรผลคะแนนในแต่ละช่วงประกอบด้วย

ระดับการรับรู้	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปรผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ มัลลิกา บุญนาค (2537)

$$\begin{aligned}\text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

เมื่อ R แทน คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

C แทน จำนวนชั้น

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบสากลการวัดระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยใช้เกณฑ์แปลงค่า มัลลิกา บุญนาค (2537)

ค่าเฉลี่ย	ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ
4.21 – 5.00	การรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก
3.41 – 4.20	การรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี
2.61 – 3.40	การรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	การรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	การรับรู้คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิต มี 5 ด้าน ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบ (Likert Scale) มี 5 ระดับเรียงจากน้อยที่สุดไปหามากที่สุด โดยใช้แบบสอบถามประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนคือการคำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อแปรผลคะแนนในแต่ละช่วง ประกอบด้วย

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปรผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรคำนวณของ มัลลิกา บุณนาค (2537) มีดังนี้

$$\begin{aligned}\text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

เมื่อ R แทน คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

C แทน จำนวนชั้น

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบสากลการวัดระดับประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตโดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของค่า มัลลิกา บุณนาค (2537) มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิต
4.21 – 5.00	ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาจากเอกสารตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนารอบแนวคิดงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัย
2. นำค่านิยามศัพท์เฉพาะในบทที่ 1 มาสร้างข้อคำถามโดยให้ข้อคำถามทุกข้อในแต่ละตัวแปรครอบคลุมค่านิยามศัพท์เฉพาะ
3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับค่านิยามศัพท์เฉพาะ

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์กับค่านิยามศัพท์เฉพาะโดยมีเกณฑ์พิจารณาผู้ทรงให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์หรือนิยามศัพท์เฉพาะ ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน -1 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่กับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำมาคำนวณดัชนีค่า IOC หากค่า IOC มากกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความตรงใช้ได้ หากข้อคำถามมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้หรือต้องปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. แก้ไขข้อคำถามในแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และรวบรวมเป็นแบบสอบถามนำส่งประกอบการพิจารณาวิจัยในมนุษย์

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α -Coefficient) โดยใช้วิธีการคำนวณของ Cronbach กัลยา วาณิชย์บัญชา (2549) ถ้าได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่นด้านการรับรู้คุณภาพบริการเท่ากับ 0.966 ค่าความเชื่อมั่นด้านประสิทธิภาพคุณภาพบริการเท่ากับ 0.966 และค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.981

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling)

ผู้วิจัยจะเลือกทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดย จำแนกตามชั้นปี ดังนี้

ตาราง 3 แสดงการเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นปี	จำนวนตัวอย่าง (คน)	จำนวนตัวอย่าง
1	408	77
2	387	76
3	402	77
4	285	76
รวม	1,482	306

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

เลือกสุ่มตัวอย่างตามความเต็มใจของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จะให้ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ให้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 306 คน

การจัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดทำและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบ ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ลงรหัส (Coding) นำเสนอแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาทำการบันทึก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ดังนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปีที่ศึกษา โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ ประกอบด้วย คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และความไว้วางใจ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

แบบสอบถามตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการให้บริการ ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า วิเคราะห์สถิติด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. วิเคราะห์สถิติเพื่ออ้างอิงมี 3 สมมติฐาน

4.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t - test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์

4.2 สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance: OneWayANOVA) โดยใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ เพศ ภูมิภาค สาขาวิชา และชั้นปี กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับความสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงพหุ (Multiple Comparison) ตามวิธีการ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett-T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กลุ่มตัวอย่าง

4.3 สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัวโดยที่ตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันเองแต่จะมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามและมีระดับการวัด ข้อมูลในระดับอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ขึ้นไป เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ 3

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

1. การหาค่าความถี่ (Frequencies) คือ การจำแนกข้อมูลตามลักษณะหรือตามค่าของตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งหรือหลายๆ ตัวแปรไปพร้อม ๆ กัน โดยทำเป็นตารางแจกแจงความถี่ กัลยา วานิชย์บัญชา (2538)

2. ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) อภินันท์ จันตะนี (2538)

$$P = \frac{f * 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

3. ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) กัลยา วาณิชยปัญญา (2548)

$$\bar{X} = \frac{\sum x_1}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x_1$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กัลยา วาณิชยปัญญา (2548)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient) ของครอนบัต (Cronbach) กัลยา วาณิชย์บัญชา (2548)

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{Covariance}} / \text{Variance}}{1 + (k - 1) \overline{\text{Covariance}} / \text{Variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่กำหนด
 k แทน จำนวนคำถามของแบบสอบถาม

$\overline{\text{Covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ

Variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถามผลลัพธ์

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

1. สถิติ t-test (Independent t-test) ทดสอบความแตกต่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยขอประชากรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ชูศรี วงศ์รัตนะ (2544) โดยมีสูตรในการหาค่า t ดังนี้
 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $s_1^2 \neq s_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{โดยที่ } df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)}{n_2 - 2}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

โดยที่ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ

t	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความอิสระ

2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม กัลยา วาณิชย์ปัญญา (2546) เพื่อทดสอบ

สมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีสูตรดังนี้

ตาราง 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ใช้ในกรณี
ค่าความแปรปรวนเท่ากัน มีสูตรดังนี้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	$k - 1$	SS_b	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในกลุ่ม	$n - k$	SS_w	$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$	
รวม	$n - 1$	SS_t		

โดยที่

F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
MS_b	แทน	$SS_b/(k-1)$
MS_w	แทน	$SS_w/(n-k)$
k	แทน	จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
df_b	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
df_w	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown – Forsythe (β) ใช้ในกรณีที่มีความแปรปรวนแตกต่างกัน Hartung Joachim (2001) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยค่า $MS_w = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$

เมื่อ

β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown - Forsythe
MS_b	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับ Brown - Forsythe
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดของประชากร
S	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ หรือระดับความเชื่อมั่น 95% ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง กัลยา วาณิชบัญชา (2546) มีสูตรดังนี้

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$

เมื่อแทนค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และขั้นแห่งความเป็นอิสระภายในกลุ่ม = $n-k$ $k-n/2-1$ $t\alpha$

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j
α	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett's T3 Keppel (1992) มีสูตรดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett's Test
	qD	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett's Test
	MSS/A	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มภายในกลุ่ม

3. สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน ชูศรี วงศ์รัตนะ (2544) มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 (\sum x)^2] [n \sum y^2 (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของคะแนน y
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของคูณผลระหว่าง X และ Y และทุกคู่
	n	แทน	จำนวนกลุ่มคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ สำหรับการแปลความหมายระดับความสัมพันธ์โดยมีข้อจำกัดดังนี้ กัลยา วาณิชย์บัญชา (2546)

1. ค่า r เป็น ลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามคือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y ลดจะเพิ่ม

2. ค่า r เป็น บวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลด

3. ค่า r เข้าใกล้ 1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก

4. ค่า r เข้าใกล้ -1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก

5. ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ (0) แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

6. ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ถ้าค่า r มีค่าสูงกว่า 0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.70-0.89 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.30-0.69 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ถ้าค่า r มีค่าตั้งแต่ 0.01-0.29 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์เลย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ" การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน T-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's correlation)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
H0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ รวมถึงนำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรม
สื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรม
สื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 2 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้น
ปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย
นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการ
ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ ภูมิภาค สาขาวิชา และชั้นปี โดยแสดงผลจากการ วิเคราะห์เป็นความถี่ และค่าร้อยละ ดังตาราง 4

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	101	33.01
	หญิง	197	64.38
	ไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก	8	2.61
	รวม	306	100.00
ภูมิภาค	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	194	63.40
	ต่างจังหวัด	112	36.60
	รวม	306	100.00
สาขาวิชา	สาขานวัตกรรมสื่อสารสังคม	132	43.14
	สาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล	105	34.31
	สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร	69	22.55
	รวม	306	100.00
ชั้นปี	ชั้นปีที่ 1	82	26.80
	ชั้นปีที่ 2	78	25.49
	ชั้นปีที่ 3	77	25.16
	ชั้นปีที่ 4	69	22.55
	รวม	306	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 306 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 64.38 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.01 และน้อยที่สุด คือ ไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.61 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเป็นกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 63.40 และเป็นต่างจังหวัด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 ตามลำดับ

สาขาวิชา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในสาขาวิชานวัตกรรมสื่อสารสังคม จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 43.14 รองลงมาคือ สาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 34.31 และน้อยที่สุด คือ สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสารจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 ตามลำดับ

ชั้นปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 25.49 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.16 และน้อยที่สุด คือ ชั้นปีที่ 4 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมที่ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต

การวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อมั่น การตอบสนองต่อผู้รับบริการและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ โดยการนำ เสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 5

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม			
1. สถานที่ที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ มีที่นั่งพักรอเพียงพอ	3.93	0.82	ดี
2. สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เป็นระเบียบ สะดวกต่อการให้บริการ	4.05	0.81	ดี
3. อุปกรณ์หรือวัสดุบริการมีความเพียงพอ และทันสมัย พร้อมใช้งานอยู่เสมอ	3.85	0.87	ดี
4. สถานที่ตั้งของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต มีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีป้ายบอกทางหรือบอกขั้นตอนอย่างชัดเจน	3.72	0.84	ดี
5. การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามน่ารื่นรมย์ในการใช้บริการ	4.09	0.78	ดี
รวมด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม	3.93	0.61	ดี
ความเชื่อมั่น			
1. บุคลากรผู้ให้บริการให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลถูกต้อง ตั้งแต่ครั้งแรก การปฏิบัติงานและบุคลากรมีความน่าเชื่อถือ	3.94	0.74	ดี
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี	4.08	0.79	ดี
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่ใช้บริการ	4.06	0.85	ดี
4. บุคลากรผู้ให้บริการให้ความช่วยเหลือและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน	4.03	0.73	ดี
5. บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาที่นิสิตขอความช่วยเหลือ	4.13	0.76	ดี
รวมด้านความเชื่อมั่น	4.05	0.66	ดี

ตาราง 6 ต่อ

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ			
1. บุคลากรผู้ให้บริการมีความเต็มใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	4.03	0.87	ดี
2. บุคลากรให้บริการนิสิตทันทีทันใดเมื่อนิสิตร้องขอความช่วยเหลือ	3.97	0.87	ดี
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อนิสิตที่มาขอรับบริการ	4.06	0.80	ดี
รวมด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.02	0.76	ดี
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ			
1. บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มและใช้วาจาที่สุภาพมีความเป็นมิตร	4.08	0.88	ดี
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดของนิสิตผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี	4.01	0.81	ดี
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีความใส่ใจในการตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับนิสิต	4.15	0.89	ดี
4. บุคลากรผู้ให้บริการมีความเข้าใจในปัญหาและมีความใส่ใจในการรับฟังปัญหา หรือคำร้องขอความช่วยเหลือจากนิสิต	4.09	0.82	ดี
5. บุคลากรผู้ให้บริการยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนิสิต	4.14	0.92	ดี
รวมด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	4.09	0.74	ดี

ตาราง 6 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความน่าเชื่อถือ			
1. บุคลากรผู้ให้บริการได้ให้บริการตามที่ตกลงหรือสัญญาไว้เช่น ดำเนินการติดตามเรื่องทุนการศึกษาให้แก่นิสิต	4.08	0.80	ดี
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันที	4.01	0.83	ดี
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ได้ใช้บริการ	4.00	0.80	ดี
4. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถให้นิสิตติดต่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว	4.15	0.74	ดี
5. บุคลากรผู้ให้บริการพร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ	4.01	0.91	ดี
รวมด้านความน่าเชื่อถือ	4.05	0.69	ดี
รวมการรับรู้คุณภาพการให้บริการ	4.03	0.63	ดี

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีในด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 4.05 4.05 4.02 และ 3.93 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามน่ารื่นรมย์ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เป็นระเบียบ สะดวกต่อการ

ให้บริการ สถานที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ มีที่นั่งพักรอเพียงพอ อุปกรณ์หรือวัสดุบริการมีความเพียงพอ และทันสมัยพร้อมใช้งานอยู่เสมอ และสถานที่ตั้งของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต มีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีป้ายบอกทางหรือบอกขั้นตอนอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 3.93 3.85 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านความเชื่อมั่น กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่น โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาที่นิสิตขอความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ต่อเนื่องสม่ำเสมอทุกครั้งที่ใช้บริการ บุคลากรผู้ให้บริการให้ความช่วยเหลือและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน และบุคลากรผู้ให้บริการให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก การปฏิบัติงานและบุคลิกมีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.06 4.03 และ 3.94 ตามลำดับ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อนิสิตที่มาขอรับบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือ บุคลากรผู้ให้บริการมีความเต็มใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการ และบุคลากรให้บริการนิสิตทันทีทันใดเมื่อนิสิตร้องขอความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และ 3.97 ตามลำดับ

ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการมีความใส่ใจในการตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับนิสิต มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ บุคลากรผู้ให้บริการยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนิสิต บุคลากรผู้ให้บริการมีความเข้าใจในปัญหาและมีความใส่ใจในการรับฟังปัญหา หรือคำร้องขอความช่วยเหลือจากนิสิต บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม และใช้วาจาที่สุภาพมีความเป็นมิตร และบุคลากรผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดของนิสิตผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 4.09 4.08 และ 4.01 ตามลำดับ

ด้านความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการสามารถให้นิสิตติดต่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือบุคลากรผู้ให้บริการได้ให้บริการตามที่ตกลงหรือสัญญาไว้เช่น ดำเนินการติดตามเรื่องทุนการศึกษาแก่นิสิต บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันที่ บุคลากรผู้ให้บริการพร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ และบุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ได้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.01 4.01 และ 4.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรม สื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

การวิเคราะห์การประสิทธิภาพการให้บริการ ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการเชิงรุก โดยการนำ เสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการให้บริการ

ประสิทธิภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน			
1. บุคลากรให้บริการแก่นิสิตอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ	4.15	0.92	ดี
2. บุคลากรให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง โดยไม่เลือกปฏิบัติ	4.21	0.86	ดีมาก
3. บุคลากรให้บริการโดยยึดถือความถูกต้องตามกฎหมายกติกาที่กำหนดไว้	4.23	0.85	ดีมาก
4. บุคลากรผู้ให้บริการ มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่นิสิตทุกคน	4.25	0.77	ดีมาก
รวมด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.21	0.73	ดีมาก
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา			
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบขั้นตอน และกระบวนการในการติดต่อที่สะดวกทำให้ระยะเวลาการรอคอยสั้น	3.99	0.87	ดี
2. บุคลากรให้บริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็ว	4.06	0.75	ดี
3. การแก้ไขปัญหาหรือดำเนินการตามคำร้องขอเป็นไปอย่างรวดเร็ว	4.08	0.85	ดี
4. บุคลากรผู้ให้บริการ สามารถดำเนินการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสำเร็จตามระยะเวลาที่แจ้งไว้	4.13	0.80	ดี
รวมด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	4.07	0.72	ดี
การให้บริการอย่างเพียงพอ			
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีบุคลากรที่เพียงพอต่อจำนวนนิสิตที่มาใช้บริการ	4.21	0.77	ดีมาก
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีที่สถานที่รับรองเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ห้องประชุมงานร่วมกับนิสิตเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น	3.99	0.84	ดี
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับบริการอย่างเพียงพอต่อผู้รับบริการ	4.19	0.77	ดี
รวมด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.13	0.70	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ประสิทธิภาพการให้บริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง			
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบจัดคิวให้บริการก่อน - หลัง	4.12	0.69	ดี
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงได้	4.11	0.78	ดี
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตติดตามเรื่องเพื่อช่วยเหลือนิสิตที่มารับบริการจนครบกระบวนการและสามารถแก้ไขปัญหาให้นิสิตจนครบกระบวนการ	4.07	0.71	ดี
รวมด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.10	0.61	ดี
การให้บริการเชิงรุก			
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีการบริการอย่างทันสมัยและใช้เทคโนโลยีในการบริการนิสิต	4.20	0.89	ดี
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตเป็นระยะผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย	4.16	0.83	ดี
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีทักษะในการแก้ไขปัญหาและมีทักษะการบริการที่ประโยชน์กับนิสิต	4.19	0.77	ดี
รวมด้านการให้บริการเชิงรุก	4.18	0.75	ดี
รวมประสิทธิภาพการให้บริการ	4.14	0.64	ดี

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ในขณะที่ด้านการให้บริการเชิงรุกด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว

ทันเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.13 4.10 และ 4.07 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยรวม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการ มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่นิสิตทุกคน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ บุคลากรให้บริการโดยยึดถือความถูกต้องตามกฎหมายที่กำหนดไว้ และ บุคลากรให้บริการตามลำดับก่อน - หลัง โดยไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และ 4.21 ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรให้บริการแก่นิสิตอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ บุคลากรผู้ให้บริการ สามารถดำเนินการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสำเร็จตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ การแก้ไขปัญหาหรือดำเนินการตามคำร้องขอเป็นไปอย่างรวดเร็ว บุคลากรให้บริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็ว และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบขั้นตอน และกระบวนการในการติดต่อที่สะดวกทำให้ระยะเวลาการรอคอยสั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.06 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีบุคลากรที่เพียงพอต่อจำนวนนิสิตที่มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.21 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับบริการอย่างเพียงพอต่อผู้รับบริการ และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีสถานที่รับรองเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ห้องประชุมงานร่วมกับนิสิตเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ 3.99 ตามลำดับ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ ฝ่ายพัฒนา

ศักยภาพนิสิตมีระบบจัดคิวให้บริการก่อน – หลัง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตติดตามเรื่องเพื่อช่วยเหลือนิสิตที่มารับบริการจนครบกระบวนการและสามารถแก้ไขปัญหาให้นิสิตจนครบกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ 4.07 ตามลำดับ

ด้านการให้บริการเชิงรุก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการเชิงรุก โดยรวม อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต มีการบริการอย่างทันสมัยและใช้เทคโนโลยีในการบริการนิสิต มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีทักษะในการแก้ไขปัญหาและมีทักษะการบริการที่ประโยชน์กับนิสิต และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตเป็นระยะผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ 4.16 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน จำแนกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 เพศ ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศ ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนเท่ากันให้ทดสอบด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนของแต่ละ

กลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test

ประสิทธิภาพการให้บริการ	Levene's Test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	0.302	2	303	0.740
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	0.664	2	303	0.516
การให้บริการอย่างเพียงพอ	0.608	2	303	0.545
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	0.113	2	303	0.893
การให้บริการเชิงรุก	0.117	2	303	0.890
โดยรวม	0.321	2	303	0.726

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 ผลการทดสอบ Levene Statistic Test เปรียบเทียบกลุ่มเพศกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเชิงรุก และโดยรวม มีค่า Sig.

เท่ากับ 0.740 0.516 0.545 0.893 0.890 และ 0.726 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ F-test ในตาราง One Way ANOVA ในการทดสอบ

ตาราง 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ F-test

F-test	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	ระหว่างกลุ่ม	2	10.239	5.119	10.141*	0.000
	ภายในกลุ่ม	303	152.959	0.505		
	รวม	305	163.198			
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	2	2.341	1.170	2.251	0.107
	ภายในกลุ่ม	303	157.536	0.520		
	รวม	305	159.877			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.271	0.136	0.275	0.760
	ภายในกลุ่ม	303	149.340	0.493		
	รวม	305	149.611			
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2	1.382	0.691	1.846	0.160
	ภายในกลุ่ม	303	113.454	0.374		
	รวม	305	114.837			
การให้บริการเชิงรุก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.719	1.360	2.454	0.088
	ภายในกลุ่ม	303	167.921	0.554		
	รวม	305	170.641			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.806	0.903	2.226	0.110
	ภายในกลุ่ม	303	122.921	0.406		
	รวม	305	124.727			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตาม เพศ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า เพศ มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการ ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบ ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดัง ตาราง 10

ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.107 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ต่างกันมี ผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.760 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ต่างกันมีผลต่อ ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.160 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ต่างกันมีผลต่อ ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อย่างไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการให้บริการเชิงรุก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.088 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ต่างกันมีผลต่อระดับ ความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการเชิงรุก อย่างไม่มีนัยสำคัญทาง สถิติ

โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน โดยรวม อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ LSD

เพศ	$\bar{x}$	ชาย	หญิง	ไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก
		3.95	4.33	4.44
ชาย	3.95	-	-0.38* (0.00)	-0.49 (0.06)
หญิง	4.33		-	-0.11 (0.68)
ไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก	4.44			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามเพศ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า เพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 3.95$ และ $\bar{x} = 4.33$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม เพศชาย ไม่แตกต่างจากไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก ($\bar{x} = 3.95$ และ $\bar{x} = 4.44$, $p = 0.10$) และเพศหญิง ไม่แตกต่างจากไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือก ($\bar{x} = 4.33$ และ $\bar{x} = 4.44$, $p = 0.10$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05

การตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม โดยใช้ Levene's test ซึ่ง ตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบ สมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่ม ซึ่งจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 ให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal variances assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ให้ทดสอบ ค่า t ด้วย Equal variances not assumed ซึ่งมีผลการทดสอบแสดงดังตาราง 10

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการ
นิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยจำแนกตามภูมิภาคนา
โดยใช้ Levene's test

ประสิทธิภาพการให้บริการ	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	0.159	0.961
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	0.235	0.628
การให้บริการอย่างเพียงพอ	1.461	0.228
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	0.141	0.708
การให้บริการเชิงรุก	0.936	0.334
โดยรวม	0.520	0.472

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแปรปรวนของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงาน
กิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยจำแนกตาม
ภูมิภาคนา โดยใช้ Levene's test พบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็ว
ทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเชิงรุก และโดยรวม
มีค่า Sig. เท่ากับ 0.961 0.628 0.228 0.708 0.334 และ 0.472 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05
นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าค่าความ
แปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน
(Equal variances assumed)

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามภูมิภาค

ประสิทธิภาพการให้บริการ	t-test for Equity of Means					
	ภูมิภาค	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	กรุงเทพมหานคร	4.19	0.73	-0.609	304	0.543
	และปริมณฑล					
	ต่างจังหวัด	4.24	0.74			
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	กรุงเทพมหานคร	3.98	0.75	-	304	0.007
	และปริมณฑล			2.733*		
	ต่างจังหวัด	4.21	0.65			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	กรุงเทพมหานคร	4.05	0.72	-	304	0.008
	และปริมณฑล			2.670*		
	ต่างจังหวัด	4.27	0.64			
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	กรุงเทพมหานคร	4.02	0.62	-	304	0.002
	และปริมณฑล			3.076*		
	ต่างจังหวัด	4.24	0.59			
การให้บริการเชิงรุก	กรุงเทพมหานคร	4.09	0.77	-	304	0.005
	และปริมณฑล			2.808*		
	ต่างจังหวัด	4.34	0.67			
โดยรวม	กรุงเทพมหานคร	4.07	0.66	-	304	0.010
	และปริมณฑล			2.587*		
	ต่างจังหวัด	4.26	0.59			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามภูมิภาค พบว่า

การให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภูมิลำเนาต่างจังหวัด มีประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มากกว่าภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การให้บริการเชิงรุก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร

สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการเชิงรุก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภูมิลำเนาต่างจังหวัด มีประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มากกว่าภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยภูมิลำเนาต่างจังหวัด มีประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม มากกว่าภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 สาขาวิชา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สาขาวิชา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชา ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนเท่ากันให้ทดสอบด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหา ว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสาขาวิชา โดยใช้ Levene's test

ประสิทธิภาพการให้บริการ	Levene's Test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	5.143*	2	303	0.006
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	1.747	2	303	0.176
การให้บริการอย่างเพียงพอ	2.409	2	303	0.092
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.111*	2	303	0.046
การให้บริการเชิงรุก	5.547*	2	303	0.004
โดยรวม	5.153*	2	303	0.006

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบ Levene Statistic Test เปรียบเทียบกลุ่มสาขาวิชา กับ ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเชิงรุก และโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 0.046 0.004 และ 0.006 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe สำหรับ การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.740 0.516 0.545 0.893 0.890 และ 0.726 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ F-test ในตาราง One Way ANOVA ในการทดสอบ

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ
F-test

F-test	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	2	0.769	0.385	0.733	0.482
	ภายในกลุ่ม	303	159.107	0.525		
	รวม	305	159.877			
การให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.027	0.014	0.027	0.973
	ภายในกลุ่ม	303	149.584	0.494		
	รวม	305	149.611			

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ F-test พบว่า

ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.482 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชาต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกันในด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.973 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชาต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกันในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ
Brown-Forsythe

Brown-Forsythe	Statistic	df1	df2	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	3.828*	2	209.718	0.023
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	1.555	2	221.527	0.213
การให้บริการเชิงรุก	0.916	2	205.292	0.402
โดยรวม	1.041	2	207.845	0.355

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการ
ด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตาม
สาขาวิชา โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า สาขาวิชา มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงาน
กิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้าน
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความ
แตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผล
ดังตาราง 15

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.213 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ
ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชา ต่างกันมีผล
ต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ
สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อย่าง
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการให้บริการเชิงรุก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.402 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชา ต่างกันมีผลต่อ
ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ

สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการเชิงรุก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.355 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สาขาวิชา ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน โดยรวม อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามสาขาวิชา โดยใช้สถิติ Dunnett's T3

สาขาวิชา	$\bar{x}$	สาขา นวัตกรรมการ สื่อสารสังคม	สาขาวิชา ภาพยนตร์ และสื่อดิจิทัล	สาขาวิชานวัตกรรม การสื่อสาร
		4.32	4.19	4.02
สาขานวัตกรรมการสื่อสารสังคม	4.32	-	0.13 (0.33)	0.30* (0.04)
สาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อ ดิจิทัล	4.19		-	0.17 (0.39)
สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร	4.02			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามสาขาวิชา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างสาขานวัตกรรมการสื่อสารสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 4.32$ และ $\bar{x} = 4.02$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม สาขานวัตกรรมสื่อสารสังคม ไม่แตกต่างจากสาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล ($\bar{x} = 4.32$ และ $\bar{x} = 4.19$, $p = 0.10$) และสาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล ไม่แตกต่างจากสาขาวิชานวัตกรรมสื่อสาร ($\bar{x} = 4.19$ และ $\bar{x} = 4.02$, $p = 0.10$)

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 ชั้นปี ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ชั้นปี ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ชั้นปี ต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test หรือ Brown-Forsythe การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน ถ้าความแปรปรวนเท่ากันให้ทดสอบด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานด้วย Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหา ว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน

ผลการทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 17 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มชั้นปี โดยใช้ Levene's test

ประสิทธิภาพการให้บริการ	Levene's Test for Equality of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	7.942*	3	302	0.000
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	6.905*	3	302	0.000
การให้บริการอย่างเพียงพอ	6.214*	3	302	0.000
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	15.930*	3	302	0.000
การให้บริการเชิงรุก	5.751*	3	302	0.001
โดยรวม	10.036*	3	302	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการทดสอบ Levene Statistic Test เปรียบเทียบกลุ่มชั้นปี กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเชิงรุก และโดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 0.000 0.000 0.000 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ

Brown-Forsythe

Brown-Forsythe	Statistic	df1	df2	Sig.
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.807*	3	275.045	0.003
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	3.766*	3	245.274	0.011
การให้บริการอย่างเพียงพอ	2.821*	3	252.113	0.039
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	5.465*	3	270.855	0.001
การให้บริการเชิงรุก	2.216	3	276.109	0.086
โดยรวม	3.608*	3	268.293	0.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการ
ด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำแนกตาม
ชั้นปี โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงาน
กิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน
ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบ
ความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่
ปรากฏผลดังตาราง 18

ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
หมายความว่า ชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการ
นิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการ
ให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความ
แตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผล
ดังตาราง 18

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 18

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 19

ด้านการให้บริการเชิงรุก มีค่า Sig. เท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปี ต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน ในด้านการให้บริการเชิงรุก อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.355 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย
นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3

ชั้นปี	$\bar{x}$	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
		3.97	4.30	4.37	4.20
ชั้นปีที่ 1	3.97	-	-0.33*	-0.40*	-0.23
			(0.03)	(0.01)	(0.38)
ชั้นปีที่ 2	4.30		-	-0.08	0.10
				(0.97)	(0.94)
ชั้นปีที่ 3	4.37			-	0.17
					(0.63)
ชั้นปีที่ 4	4.20				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการ
ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน จำแนกตามชั้นปี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 ($\bar{x} = 4.30$ และ $\bar{x} = 3.97$, $p < .05$)

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 ($\bar{x} = 4.37$ และ $\bar{x} = 3.97$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม ชั้นปีที่ 1 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 4 ($\bar{x} = 3.97$ และ $\bar{x} = 4.20$, $p =$
0.10) ชั้นปีที่ 2 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.30$ และ $\bar{x} = 4.37$ กับ $\bar{x} = 4.20$, $p =$
0.10) และชั้นปีที่ 3 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.37$ และ $\bar{x} = 4.20$, $p = 0.10$)

ตาราง 20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย
นวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3

ชั้นปี	$\bar{x}$	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
		3.87	4.24	4.12	4.05
ชั้นปีที่ 1	3.87	-	-0.37*	-0.25	-0.18
			(0.00)	(0.12)	(0.69)
ชั้นปีที่ 2	4.24		-	0.12	0.19
				(0.75)	(0.58)
ชั้นปีที่ 3	4.12			-	0.07
					(0.99)
ชั้นปีที่ 4	4.05				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการ
ให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา จำแนกตามชั้นปี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 ($\bar{x} = 4.24$ และ $\bar{x} = 3.87$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม ชั้นปีที่ 1 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 3.87$ และ $\bar{x} =$
4.12 กับ $\bar{x} = 4.05$, $p = 0.10$) ชั้นปีที่ 2 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.24$ และ $\bar{x} =$
4.12 กับ $\bar{x} = 4.05$, $p = 0.10$) และชั้นปี 3 ไม่แตกต่างจากชั้นปี 4 ($\bar{x} = 4.12$ และ $\bar{x} = 4.05$, $p =$
0.10)

ตาราง 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3

ชั้นปี	$\bar{x}$	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
		3.97	4.28	4.19	4.08
ชั้นปีที่ 1	3.97	-	-0.31*	-0.21	-0.11
			(0.02)	(0.21)	(0.95)
ชั้นปีที่ 2	4.28		-	0.09	0.19
				(0.91)	(0.53)
ชั้นปีที่ 3	4.19			-	0.10
					(0.95)
ชั้นปีที่ 4	4.08				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ จำแนกตามชั้นปี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 4.28$ และ $\bar{x} = 3.97$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม ชั้นปีที่ 1 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 3.97$ และ $\bar{x} = 4.19$ กับ $\bar{x} = 4.08$, $p = 0.10$) ชั้นปีที่ 2 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.28$ และ $\bar{x} = 4.19$ กับ $\bar{x} = 4.08$, $p = 0.10$) และชั้นปี 3 ไม่แตกต่างจากชั้นปี 4 ($\bar{x} = 4.19$ และ $\bar{x} = 4.08$, $p = 0.10$)

ตาราง 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ Dunnett's T3

ชั้นปี	$\bar{x}$	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
		3.93	4.31	4.07	4.10
ชั้นปีที่ 1	3.93	-	-0.38*	-0.14	-0.17
			(0.00)	(0.60)	(0.57)
ชั้นปีที่ 2	4.31		-	-0.24*	0.21
				(0.02)	(0.18)
ชั้นปีที่ 3	4.07			-	-0.03
					(1.00)
ชั้นปีที่ 4	4.10				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำแนกตามชั้นปี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 4.31$ และ $\bar{x} = 3.93$, $p < .05$)

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 4.31$ และ $\bar{x} = 4.07$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม ชั้นปีที่ 1 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และ 4 ($\bar{x} = 3.93$ และ $\bar{x} = 4.07$ กับ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$) ชั้นปีที่ 2 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.31$ และ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$) และชั้นปีที่ 3 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.07$ และ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$)

ตาราง 23 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม จำแนกตามชั้นปี โดยใช้สถิติ

Dunnett's T3

ชั้นปี	$\bar{x}$	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
		3.96	4.26	4.22	4.10
ชั้นปีที่ 1	3.96	-	-0.30*	-0.26	-0.14
			(0.02)	(0.06)	(0.80)
ชั้นปีที่ 2	4.26		-	0.04	0.16
				(0.99)	(0.58)
ชั้นปีที่ 3	4.22			-	0.12
					(0.86)
ชั้นปีที่ 4	4.10				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม จำแนกตามชั้นปี พบว่า

กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ชั้นปีที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\bar{x} = 4.26$ และ $\bar{x} = 3.96$, $p < .05$)

อย่างไรก็ตาม ชั้นปีที่ 1 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 3.96$ และ $\bar{x} = 4.22$ กับ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$) ชั้นปีที่ 2 ไม่แตกต่างจากชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ($\bar{x} = 4.26$ และ $\bar{x} = 4.22$ กับ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$) และชั้นปี 3 ไม่แตกต่างจากชั้นปี 4 ($\bar{x} = 4.22$ และ $\bar{x} = 4.10$, $p = 0.10$)

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สมมติฐานข้อที่ 2.1 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการ ให้บริการ		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ด้านการให้บริการ อย่างเท่าเทียมกัน			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม	0.568*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.765*	0.001	สูง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.740*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.817*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.858*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.835*	0.001	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.568 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงาน

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.858 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.835 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการให้บริการ		ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ให้บริการ			
	ด้านการให้บริการ			
	อย่างรวดเร็วทันเวลา			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม	0.658*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.779*	0.001	สูง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.724*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.793*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.830*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.840*	0.001	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.658 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการ

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.830 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.840 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.3 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการ ให้บริการ		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ด้านการให้บริการ			
	อย่างเพียงพอ			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม	0.636*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.655*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.645*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.752*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.761*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.765*	0.001	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.636 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ

ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงาน
กิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการ
อย่างเพียงพอ เพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.655 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.645 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสงคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.752 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสงคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.761 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.765 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ

95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการ ให้บริการ		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ด้านการให้บริการ อย่างต่อเนื่อง			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็น รูปธรรม	0.579*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.612*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.622*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.724*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.748*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.730*	0.001	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.748 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.730 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.5 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ

95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการ ให้บริการ		ระดับ	ทิศทาง
	ด้านการให้บริการ		ความสัมพันธ์	
	เชิงรุก			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็น รูปธรรม	0.597*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.702*	0.001	สูง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.680*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.769*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.756*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.779*	0.001	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก โดยมีความสัมพันธ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.597 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.756 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.779 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านการให้บริการเชิงรุก เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.6 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : การรับรู้คุณภาพบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม

H_1 : การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ประสิทธิภาพการ		ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
	ให้บริการ			
	โดยรวม			
	r	Sig.		
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม	0.669*	0.001	ปานกลาง	เดียวกัน
ความเชื่อมั่น	0.776*	0.001	สูง	เดียวกัน
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	0.753*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	0.850*	0.001	สูง	เดียวกัน
ความน่าเชื่อถือ	0.871*	0.001	สูง	เดียวกัน
โดยรวม	0.871*	0.000	สูง	เดียวกัน

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.669 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัย

นวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.776 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อมั่น มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.753 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.850 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการมากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.871 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า การรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.871 โดยมีความสัมพันธ์ระดับสูง และมีทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ถ้าการรับรู้คุณภาพบริการ โดยรวมมากขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวม เพิ่มมากขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรม สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล

ประสิทธิภาพการให้บริการ	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	เพศ	ภูมิลำเนา	สาขาวิชา	ชั้นปี
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	✓	✗	✓	✓
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	✗	✓	✗	✓
การให้บริการอย่างเพียงพอ	✗	✓	✗	✓
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง	✗	✓	✗	✓
การให้บริการเชิงรุก	✗	✓	✗	✗
โดยรวม	✗	✓	✗	✓

หมายเหตุ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน
 เครื่องหมาย ✗ หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตาราง 31 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการรับรู้คุณภาพการให้บริการ

ประสิทธิภาพการ ให้บริการ	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ					
	คุณภาพ ของการ ให้บริการ ที่เป็น รูปธรรม	ความ เชื่อมั่น ต่อ ผู้รับบริการ	การ ตอบสนอง ต่อ ผู้รับบริการ	ความเอา ใจใส่ต่อ ผู้รับบริการ	ความ น่าเชื่อถือ	โดยรวม
การให้บริการอย่าง เท่าเทียมกัน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การให้บริการอย่าง รวดเร็วทันเวลา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การให้บริการอย่าง เพียงพอ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การให้บริการเชิงรุก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
โดยรวม						

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน
 เครื่องหมาย ✗ หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีประเด็นสำคัญที่จะนำมาสรุป อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

ความมุ่งหมายการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพ และระดับการรับรู้ประสิทธิภาพการบริการงานกิจการนิสิต ระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการกับประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสำคัญการวิจัย

1. พนักงานในตำแหน่งที่ปฏิบัติงานกิจการนิสิตนำข้อมูลที่ค้นพบไปปรับปรุงการบริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนิสิต
2. ผู้บริหารงานกิจการนิสิตนำข้อมูลที่ค้นพบไปกำหนดวางแผนและวิธีการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของนิสิต

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน
2. การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนิสิตระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.38 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.01 และไม่ระบุเพศหรือเพศทางเลือกคิดเป็นร้อยละ 2.61 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเป็นกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 63.40 และเป็นต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 36.60 ตามลำดับ

สาขาวิชา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นสาขาวิชานวัตกรรมสื่อสารสังคม คิดเป็นร้อยละ 43.14 เป็นสาขาวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 34.31 และสาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 22.55 ตามลำดับ

ชั้นปี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 26.80 รองลงมาคือชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 25.49 ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 25.16 และชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 22.55 ตามลำดับ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต พบว่าระดับของการรับรู้คุณภาพบริการของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต เมื่อพิจารณาความคิดเห็น พบว่าโดยภาพรวมมีระดับการรับรู้คุณภาพบริการของพนักงานอยู่ในระดับดี โดยสามารถแยกเป็นรายด้านดังนี้ ดังนี้

1.2.1 ด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม โดยรวมมีการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาข้อพบว่าแต่ละข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม ดังนี้ การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามน่ารื่นรมย์ในการใช้บริการ อยู่ในระดับดี สถานที่ให้บริการมีความสะอาดเป็นระเบียบ สะดวกต่อการให้บริการ อยู่ในระดับดี สถานที่ที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น มีที่นั่งพักรอเพียงพออยู่ในระดับดี อุปกรณ์หรือวัสดุบริการมีความเพียงพอ และทันสมัยพร้อมใช้งานอยู่เสมอ มีอยู่ในระดับดี สถานที่ตั้งของฝ่ายพัฒนา

ศักยภาพนิสิต มีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีป้ายบอกทางหรือบอกขั้นตอนอย่างชัดเจน อยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.2.2 ด้านความเชื่อมั่น โดยรวมมีการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าแต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของด้านความเชื่อมั่น ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาที่นิสิตขอความช่วยเหลืออยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดี อย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่ใช้บริการอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการให้ความช่วยเหลือและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วนอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก การปฏิบัติงานและบุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถืออยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.2.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการโดยรวมมีการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการทางด้านด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อนิสิตที่มาขอรับบริการอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการมีความเต็มใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการอยู่ในระดับดี และบุคลากรให้บริการนิสิตทันทีทันใดเมื่อนิสิตร้องขอความช่วยเหลืออยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.2.4 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการโดยรวมมีการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการทางด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการมีความใส่ใจในการตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับนิสิตอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนิสิตอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการมีความเข้าใจในปัญหาและมีความใส่ใจในการรับฟังปัญหา หรือคำร้องขอความช่วยเหลือจากนิสิตอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มและใช้วาจาที่สุภาพ ความเป็นมิตรอยู่ในระดับดี และบุคลากรผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดของนิสิตผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดีอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.2.5 ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมมีการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพบริการทางด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการสามารถให้นิสิตติดต่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการได้ให้บริการ

ตามที่ตกลงหรือสัญญาไว้ เช่น ดำเนินการติดตามเรื่องทุนการศึกษาให้แก่นิสิตอยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันท่วงที่อยู่ในระดับดี บุคลากรผู้ให้บริการพร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการอยู่ในระดับดี และบุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ได้ใช้บริการอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต อันได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การบริการอย่างก้าวหน้า ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ระดับประสิทธิภาพการให้บริการต่อนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม ระดับปริญญาตรี ที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต เมื่อพิจารณาความคิดเห็นพบว่าโดยภาพรวมมีระดับประสิทธิภาพในการให้บริการอยู่ในระดับดี ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้

1.3.1 ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยรวมด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่นิสิตทุกคนอยู่ในระดับดีมาก บุคลากรให้บริการโดยยึดถือความถูกต้องตามกฎหมายกติกาที่กำหนดไว้อยู่ในระดับดีมาก บุคลากรให้บริการตามลำดับก่อน - หลัง โดยไม่เลือกปฏิบัติอยู่ในระดับดีมาก และบุคลากรให้บริการแก่นิสิตอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.3.2 ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยรวมด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลาอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าแต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บุคลากรผู้ให้บริการ สามารถดำเนินการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสำเร็จตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ในระดับดี การแก้ไขปัญหาหรือดำเนินการตามคำร้องขอเป็นไปอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับดี บุคลากรให้บริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็วอยู่ในระดับดี และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบขั้นตอนและกระบวนการในการติดต่อที่สะดวกทำให้ระยะเวลาการรอคอยสั้นอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.3.3 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวมประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพออยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีบุคลากรที่เพียงพอต่อจำนวน นิสิตที่มารับบริการอยู่ในระดับดีมาก ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับบริการอย่างเพียงพอต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับดี และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีที่สถานที่ รับรองเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ห้องประชุมงานร่วมกับนิสิตเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น อยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.3.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวมประสิทธิภาพการให้บริการ มีอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าแต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบจัดคิวให้บริการก่อน – หลังอยู่ในระดับดี ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ นิสิตมีระบบยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงได้โดยสร้างความเข้าใจในหลักการปฏิบัติงาน และให้ทุกคนยึดหลักการนี้ร่วมกันอยู่ในระดับดี และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตติดตามเรื่อง เพื่อช่วยเหลือนิสิตที่มารับบริการจนครบกระบวนการและสามารถแก้ไขปัญหาให้นิสิตจนครบ กระบวนการอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

1.3.5 ด้านการให้บริการเชิงรุก โดยรวมประสิทธิภาพการให้บริการ มีอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แต่ละข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการเชิงรุก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีการบริการอย่างทันสมัยและใช้เทคโนโลยีในการบริการนิสิต อยู่ในระดับดี ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีทักษะในการแก้ไขปัญหาและมีทักษะการบริการ ที่ประโยชน์กับนิสิตอยู่ในระดับดี และฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญ ที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตเป็นระยะผ่านช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ มีผลต่อระดับ ของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกันผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อ

ประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตโดยรวม ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิต ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพศชาย มีความแตกต่างจากระดับความคิดเห็นจากนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพศหญิง

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตโดยรวม ผลการวิเคราะห์พบว่าระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า และโดยรวม ของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างจากระดับความคิดเห็นจากนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภูมิลำเนาต่างจังหวัด

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตโดยรวม ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิต ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาวิชานวัตกรรมสื่อสารสังคม มีความแตกต่างจากระดับความคิดเห็นจากนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาวิชานวัตกรรมสื่อสาร

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิตโดยรวม ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการงานกิจการนิสิต ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูง หมายความว่า เมื่อนิสิตมี

การรับรู้คุณภาพบริการด้านในภาพรวมดีขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพิ่มขึ้นในระดับสูง สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับความสัมพันธ์ปานกลาง หมายความว่า เมื่อการรับรู้คุณภาพบริการด้านคุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรมขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูง หมายความว่า เมื่อการรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือดีขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูง หมายความว่า เมื่อการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการดีขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูง หมายความว่า เมื่อการรับรู้คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการดีขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับความสัมพันธ์สูง หมายความว่า เมื่อการรับรู้คุณภาพบริการด้านความไว้วางใจดีขึ้น จะทำให้ประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เพิ่มขึ้นในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา สาขาวิชา และชั้นปี มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต ไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากการใช้บริการของนิสิตเพศชาย หญิง และเพศทางเลือกต่างมีคล้ายคลึงกัน ซึ่งไม่ได้คำนึงถึงเรื่องเพศเป็นหลัก หากแต่เป็นการดำเนินการเกี่ยวกับผลประโยชน์ของนิสิตโดยตรง เพื่อให้นิสิตได้รับผลประโยชน์สูงสุด ประกอบกับยอมรับในบทบาทของพนักงานทุกเพศอย่างเท่าเทียมกัน จึงส่งผลให้ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิริติ บันดาลสิน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาสันทรายดำเนินพบว่า ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลให้ระดับความจงรักภักดีโดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมระดับปริญญาตรี ที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ส่วนใหญ่มักอยู่ในครอบครัวขยาย จึงมีลักษณะของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากกว่านิสิตในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบกับบทบาทของงานกิจการนิสิตด้านงานทุนการศึกษานิสิต อาทิ ให้คำปรึกษาแก่นิสิตที่มีความประสงค์จะกู้เงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ประสานงานการขอกู้ยืมไปยังส่วนกิจการนิสิต รวมถึงดำเนินการจัดการสัมภาษณ์ทุนการศึกษาทุกประเภท ทั้งจากทุนของทางวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม และทุนการศึกษาจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งส่วนใหญ่ผู้รับบริการมักเป็นนิสิตที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด จึงส่งผลให้ระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับจุฑาทิพย์ โพธิ์ลังกา (2557) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาสำนักทะเบียน และประมวลผล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์พบว่า นิสิตที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักทะเบียนและประมวลผล

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมระดับปริญญาตรี ที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต อาจเนื่องมาจาก นิสิตแต่ละสาขาต้องการการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน ซึ่งกิจกรรมของนิสิตแต่ละสาขา ไม่มีความแตกต่าง รวมถึงการให้บริการที่เป็นขั้นตอนชัดเจน มีความเท่าเทียมกัน และเพียงพอ ต่อความต้องการอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพิรพัทธ์ พิมพ์มาศ (2559) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า นิสิตที่ศึกษาในภาควิชาต่าง ๆ มีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนการสอน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมไม่แตกต่างกัน

นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมระดับปริญญาตรี ที่มีชั้นปีการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต เนื่องจากนิสิต แต่ละชั้นปีมีกิจกรรมที่แตกต่างกัน ทำให้รูปแบบการให้บริการแตกต่างกัน อาทิ การเข้าถึงงาน ทุนการศึกษานิสิต งานบริการแนะแนวให้คำปรึกษา และกิจกรรมนิสิตที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน อื่นๆ ทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งนิสิตที่ชั้นปีการศึกษามากขึ้นย่อมเข้าใจขั้นตอน และรูปแบบการให้บริการ เนื่องมาจากการใช้บริการอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดความความผูกพัน สนิทสนมนำไปสู่ความพึงพอใจในภายหลัง สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรนุช วงษ์อารักษ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนิสิตคณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า นิสิตที่ศึกษาในชั้นปีต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรโดยรวมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้คุณภาพบริการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพ การให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมมีความสัมพันธ์ กับประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและการรับรู้คุณภาพบริการรายด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการอย่างก้าวหน้า ทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานพนักงาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการที่การเข้ารับบริการนั้น ฝ่ายกิจการนิสิตอำนวยความสะดวกในการให้บริการผู้รับบริการ การประสานงานบริการที่รวดเร็ว

การแสดงความรักเอาใจใส่สนใจผู้รับบริการด้วยการให้ข้อมูลที่มากเพียงพอต่อผู้เข้ารับบริการ โดยการให้คำแนะนำประสานงานอย่างเป็นมิตร ซึ่งอยู่ในระดับของบริการที่มีการเผชิญหน้า ปานกลาง (Medium – Contract Service) บทบาทของฝ่ายกิจการนิสิตจึงมีสูงมากในการที่จะเป็นตัวกลางระหว่างคณะกับนิสิต เพื่อช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่นิสิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลวรรณ พกนันท (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เอไอเอส פריוויליג แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ เอไอเอส פריוויליג แอปพลิเคชัน มีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง ในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะด้านความเข้าใจเอาใจใส่ มีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน แสดงถึงความสำคัญของการบริการด้วยใจเพราะเมื่อการให้บริการนั้นบรรลุผลตามที่ต้องการแล้วผู้รับบริการย่อมประจักษ์ถึงประสิทธิภาพของผู้ให้บริการด้วยเช่นกัน เมื่อการรับรู้เกิดขึ้นในทิศทางบวกย่อมสะท้อนให้เห็นว่าการให้บริการนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับจิตพิสัย วรรณมทองดี (2558) ทำการศึกษาคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร พบว่า คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย ด้านบริการที่สัมผัสได้ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร ด้านการกลับมาใช้บริการสายการบินไทย และด้านแนะนำหรือบอกกล่าวผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินไทยในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพที่เป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ และความไว้วางใจ และควรคำนึงถึงการจัดลำดับในการรับบริการของผู้ใช้บริการให้เท่าเทียมกัน อาจมีการใช้บัตรคิวช่วยในการจัดลำดับ รวมถึงการกำหนดกรอบเวลาการดำเนินการต่องานรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีเพศและสาขาวิชาแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการให้บริการ ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แตกต่างกัน

2. ปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจกรรมนิสิต ในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านประสิทธิภาพการให้บริการโดยรวมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณภาพบริการ อาทิ ความคาดหวัง ความต้องการของผู้รับบริการ เป็นต้น เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
2. ควรศึกษาประเด็นอื่น ๆ ซึ่งมีความหลากหลาย อาทิ วัฒนธรรมองค์กร รูปแบบการบริหาร ความสุขในการทำงาน ความสัมพันธ์ของพนักงาน และสวัสดิการ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการต่อไป
3. ควรศึกษาในเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ทราบถึงความต้องการเชิงลึก เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขคุณภาพของการบริการให้ตรงความต้องการของผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Albrecht Terrance L, และ Adelman, M. B. (1987). *Communicating social support*: Sage Publications, Inc.
- Bernstein Basil. (1999). Vertical and horizontal discourse: An essay. *British journal of sociology of Education*, 20(2), 157-173.
- Berry Leonard L. (1980). Services marketing is different. *Business*, 30(3), 24-29.
- Damasio Antonio, และ Carvalho Gil B. (2013). The nature of feelings: evolutionary and neurobiological origins. *Nature reviews neuroscience*, 14(2), 143-152.
- Defleur M. L., และ Ball-Rokeach. (1996). *Theories of mass communication*. London: Longman.
- Hartung Joachim. (2001). *The Indian Journal of Statistics* (63): Sankhya.
- Heizer Jay, และ Render Barry. (1999). *Operations Management*, Prentice Hall. Englewood Cliffs, NJ.
- Katz D., และ Kahn R.L. (1978). *The Social Psychology of Organization*. New York : John Wiley & Sons.
- Kotler Phillip. (2000). *Marketing Management*. Englewood Chiffs : Prentice-Hall.
- Krejcie Robert V, และ Morgan Daryle W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Lovelock Christopher H, และ Yip George S. (1996). Developing global strategies for service businesses. *California management review*, 38(2), 64-86.
- Millett John David. (1954). *The Organization and Role of the Army Service Forces* (10): Government Printing Office.
- Parasuraman Ananthanarayanan, Zeithaml Valarie A, และ Berry Leonard L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Parasuraman Anantharanthan, Zeithaml Valarie A, และ Berry Leonard L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.

- Pride William M, และ Ferrell OC. (1989). *Marketing: concepts and strategies*.-6-th ed. In: Dallas, Geneva, Princeton, New Jersey: Houghton Mifflin Company.
- Robbins Stephen P. (2001). *Organisational behaviour: global and Southern African perspectives*: Pearson South Africa.
- Schiffman Leon G, Kanuk Leslie Lazar, และ Joseph, W. (2000). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River. J: Prentice Hall.
- Tenner Arthur R, และ DeToro Irving J. (1992). *Total quality management: Three steps to continuous improvement*: Addison-Wesley Longman.
- กীরติ บันดาลสิน. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน. (ปริญญานิพนธ์ บธ.ม.), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กันยา สุวรรณแสง. (2544). จิตวิทยาทั่วไป ((พิมพ์ครั้งที่ 5)). กรุงเทพฯ : อักษรพิทยา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). หลักสถิติ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ : : บริษัทธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. : บริษัทธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2,): กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- จิรนุช วงษ์อารักษ์. (2558). ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์. (ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารและการจัดการ การศึกษา)). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- จุฑาทิพย์ โพธิ์ลังกา. (2557). ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการกรณีศึกษาสำนักทะเบียน และประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชัชวาลย์ ทัดศิริข. (2552). การบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). การวิจัยเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : ทิปปบัลเคชั่น.
- ฐิติพงศ์ วรรณทองดี. (2558). คุณภาพการบริการบนเครื่องบินของการบินไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร. (สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ)). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- ทิพาดี เมฆสุวรรณ (2538). การส่งเสริมประสิทธิภาพในระบบราชการ. กรุงเทพฯ : สำนักงานก.พ.
- ธัญวลัย ชูติมาพัฒนานันท์. (2559). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นันทพร อารมณีนัน. (2558). ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาลเอกชนของพนักงานบริษัท MOCAP ในการใช้สิทธิประกันสังคม: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรีวัฒน์ จันทร์ทอง. (2561). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. (2540). สถิติเบื้องต้นสำหรับการวิจัยทางการบริหาร. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- พินคำ โรหิตเสถียร. (2551). การพัฒนาห้องสมุดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาวสุ สิริสิงห. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของห้องสมุดมารวย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มยุรี บุญบัง. (2554). ความคาดหวังและการรับรู้จริงของพนักงานต่อคุณภาพการให้บริการการจ้างงานบุคคลภายนอกของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน): มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัลลิกา บุญนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลวรรณ พกนนท์. (2558). การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เอไอเอส พรีเมียม แอปพลิเคชัน ของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ บธ.ม.), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร (พิมพ์ครั้งที่ 1): กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุภารัตน์ เสกประเสริฐ, พิมพ์วิทย์ วัฒนาทองยศ, และ พรรณี พิมาพันธุ์ศิริ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ในคุณภาพการให้บริการของกองบริหารวิทยาเขตจันทบุรี และกองบริหารวิทยาเขตสระแก้วสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุรมาศ อุดมศิริ. (2559). การศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษาต่อความพึงพอใจ ความจงรักภักดี และแรงจูงใจ ของนักศึกษา MBA ในประเทศไทย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ระพี แก้วเจริญ, และ ชิตยา สุวรรณะชญ. (2510). การแบ่งเวลาปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือน
ในระดับบริหารอาวุโส กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี.
- รุจิรา ตันเทอดพิทย. (2559). พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้าน ที่ซีเอส คาร์
แคร์ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ลิขิตกุล กุลรัตน์รักษ์. (2547). การศึกษาประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยของนิสิตจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย ตามการรับรู้ของนิสิต. (ปริญญานิพนธ์. กศ.ม. (การอุดมศึกษา)).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (บัณฑิตวิทยาลัย).
- วิไลวรรณ พกนนท์. (2558). การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เอไอเอส
ฟรีแลจ แอปพลิเคชัน ของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ บธ.
ม.(การตลาด)). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2539). ลักษณะการให้บริการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน: กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, และ ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). การจัดการและ
พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สถิต คำลาเลี้ยง. (2544). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของช่างอากาศยาน ศึกษาเฉพาะกรณี กอง
การบินทหารเรือ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมยศ นาวิการ. (2544). การบริหารเชิงกลยุทธ์ กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- สุพิรพัทธ์ พิมพ์มาศ. (2559). ความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน คณะ
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารและการ
จัดการการศึกษา)). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ. (บัณฑิตวิทยาลัย).
- อุบลวรรณ ภาวนานนท์. (2012). ลักษณะ ผู้นำ องค์กร ใน ประเทศไทย ช่วง พ. ศ. 2539-2554:
ศึกษา แบบ อภิ วิเคราะห์. *Journal of HR intelligence*, 7(1), 6-18.





แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการ ด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรีวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและประสิทธิภาพการให้บริการด้านงานกิจการนิสิตแก่นิสิตปริญญาตรี วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มศว การตอบคำถามไม่มีคำตอบถูกหรือผิด ขอให้นิสิตตอบคำถามตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อศึกษาแนวทางให้กับฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มศว ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่งานด้านกิจการนิสิต และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการแก่นิสิต

2. ข้อมูลของแต่ละบุคคลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม โดยผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลของบุคคลมาเปิดเผยในที่สาธารณะ อีกทั้งการให้ข้อมูลในครั้งนี้จะไม่มีผลใดๆ ต่อการให้บริการแก่นิสิต

3. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

ผู้วิจัยขอขอบคุณนิสิตทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

เพียงอ อ ศรแก้ว

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับลักษณะส่วนบุคคลของนิสิต

1. เพศ

() ชาย () หญิง () ไม่ระบุหรือเพศ
ทางเลือก

2. ภูมิลำเนา

() กรุงเทพมหานครและปริมณฑล () ต่างจังหวัด

3. สาขาวิชา

() สาขานวัตกรรมสื่อสารสังคม
() สาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล
() สาขานวัตกรรมการสื่อสาร

4. ชั้นปี

() ชั้นปีที่ 1
() ชั้นปีที่ 2
() ชั้นปีที่ 3
() ชั้นปีที่ 4
() ชั้นปีอื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมที่ใช้
บริการด้านงานกิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับลักษณะของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบ
เดียว

โดยมีความหมายในการเลือกดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง อยู่ในระดับการรับรู้มาก
- 3 คะแนน หมายถึง อยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง อยู่ในระดับการรับรู้น้อย
- 1 คะแนน หมายถึง อยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
คุณภาพของการให้บริการที่เป็นรูปธรรม					
1. สถานที่ที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ มีที่นั่งพักรอเพียงพอ					
2. สถานที่ให้บริการมีความสะอาด เป็นระเบียบ สะดวกต่อการให้บริการ					
3. อุปกรณ์หรือวัสดุบริการมีความเพียงพอ และทันสมัยพร้อมใช้งานอยู่เสมอ					
4. สถานที่ตั้งของฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต มีความสะดวกในการมาใช้บริการ มีป้ายบอกทางหรือบอกขั้นตอนอย่างชัดเจน					
5. การออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่มีความสวยงามน่ารื่นรมย์ในการใช้บริการ					
ความเชื่อมั่น					
1. บุคลากรผู้ให้บริการให้คำแนะนำหรือให้ข้อมูลถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก การปฏิบัติงานและบุคลิกลีมีความน่าเชื่อถือ					
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี					
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งที่ใช้บริการ					
4. บุคลากรผู้ให้บริการให้ความช่วยเหลือและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน					
5. บุคลากรผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาที่นิสิตขอความช่วยเหลือ					
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
1. บุคลากรผู้ให้บริการมีความเต็มใจและกระตือรือร้นที่จะให้บริการ					
2. บุคลากรให้บริการนิสิตทันทีทันใดเมื่อนิสิตร้องขอความช่วยเหลือ					
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อนิสิตที่มาขอรับบริการ					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ					
1. บุคลากรผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้บริการด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มและใช้วาจาที่สุภาพ มีความเป็นมิตร					
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถจดจำรายละเอียดของนิสิตผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี					
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีความใส่ใจในการตอบคำถาม และแก้ปัญหาให้กับนิสิต					
4. บุคลากรผู้ให้บริการมีความเข้าใจในปัญหาและมีความใส่ใจในการรับฟังปัญหา หรือคำร้องขอความช่วยเหลือจากนิสิต					
5. บุคลากรผู้ให้บริการยินดีรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของนิสิต					
ความน่าเชื่อถือ					
1. บุคลากรผู้ให้บริการได้ให้บริการตามที่ตกลงหรือสัญญาไว้ เช่น ดำเนินการติดตามเรื่องทุนการศึกษาให้แก่นิสิต					
2. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญห เฉพาะหน้าได้ทันที่					
3. บุคลากรผู้ให้บริการมีการให้บริการที่ดีเสมอต้นเสมอปลายทุกครั้งที่ได้ใช้บริการ					
4. บุคลากรผู้ให้บริการสามารถให้นิสิตติดต่อขอความช่วยเหลือฉุกเฉินได้อย่างรวดเร็ว					
5. บุคลากรผู้ให้บริการพร้อมรับผิดชอบหากเกิดข้อผิดพลาดในการให้บริการ					

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพการให้บริการแก่นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมที่ใช้บริการด้านงาน
กิจการนิสิต วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับลักษณะของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

โดยมีความหมายในการเลือกดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน					
1. บุคลากรให้บริการแก่นิสิตอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ					
2. บุคลากรให้บริการตามลำดับก่อน - หลัง โดยไม่เลือกปฏิบัติ					
3. บุคลากรให้บริการโดยยึดถือความถูกต้องตามกฎหมายที่กำหนดไว้					
4. บุคลากรผู้ให้บริการ มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพแก่นิสิตทุกคน					
การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา					
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบขั้นตอน และกระบวนการในการติดต่อที่สะดวกทำให้ระยะเวลาการรอคอยสั้น					
2. บุคลากรให้บริการอย่างเป็นระบบ และรวดเร็ว					
3. การแก้ไขปัญหาหรือดำเนินการตามคำร้องขอเป็นไปอย่างรวดเร็ว					
4. บุคลากรผู้ให้บริการ สามารถดำเนินการให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และสำเร็จตามระยะเวลาที่แจ้งไว้					
การให้บริการอย่างเพียงพอ					

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีบุคลากรที่เพียงพอต่อจำนวนนิสิตที่มารับบริการ					
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีที่สถานที่รับรองเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ ห้องประชุมงานร่วมกับนิสิตเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น					
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับบริการอย่างเพียงพอต่อผู้รับบริการ					
การให้บริการอย่างต่อเนื่อง					
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบจัดคิวให้บริการก่อน - หลัง					
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีระบบยืดหยุ่นรองรับการเปลี่ยนแปลงได้					
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตติดตามเรื่องเพื่อช่วยเหลือนิสิตที่มารับบริการจนครบกระบวนการ และสามารถแก้ไขปัญหาให้นิสิตจนครบกระบวนการ					
การให้บริการเชิงรุก					
1. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีการบริการอย่างทันสมัยและใช้เทคโนโลยีในการบริการนิสิต					
2. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตประชาสัมพันธ์ประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตเป็นระยะผ่านช่องทางสื่อสารที่ทันสมัย					
3. ฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิตมีทักษะในการแก้ไขปัญหาและมีทักษะการบริการที่ประโยชน์กับนิสิต					



ภาคผนวก ข

รายงานนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.ผกามาศ ชัยรัตน์	คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา
2. ผศ. ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ดร.เศรษฐวิทย์ พรหมสิทธิ์	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวเพ็ญอศ ศรแก้ว
วัน เดือน ปี เกิด	8 November 1990
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2555 ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาศิลปะการแสดง-นาฏศิลป์ไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ.2563 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	241 ถนนจรัญสนิทวงศ์ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กทม. 10700

