

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

SERVICE QUALITY FACTORS OF THE STUDENT DEVELOPMENT
DIVISION THAT AFFECT THE SATISFACTION OF STUDENTS IN
THE FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION AT RAJAMANGALA
UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI

ชนม์ณภัทร พูลบัว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชนม์ณภัทร พูลบัว

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาส่งผลต่อความพึงพอใจ
ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Service Quality Factors of the Student Development Division
that Affect the Satisfaction of Students in the Faculty of
Business Administration at Rajamangala University of
Technology Thanyaburi

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวชนม์ณภัทร พูลบัว

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, ประ.ด.

ปีการศึกษา

2567

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ จันทระภาเลิศ, D.B.A.)


..... กรรมการ
(อาจารย์สินิทธา สุขสวัสดิ์, ประ.ด.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, ประ.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ - นามสกุล

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาส่งผล
ต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

บริหารธุรกิจ (การตลาด)

รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, ประ.ด.

2567

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษาตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ หลักสูตร และสาขาวิชา และ 3) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 374 คน เครื่องมือวิจัยที่ใช้เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็นสามส่วน ครอบคลุมปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของนักศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t -test และ F -test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างกลุ่มพบว่า นักศึกษาหลักสูตร 2 ปีเทียบโอนมีความพึงพอใจสูงกว่านักศึกษาหลักสูตร 4 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักศึกษาชายและหญิงในระดับความพึงพอใจ และสำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการให้บริการพบว่า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ขณะที่ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) และการให้ความมั่นใจ (Assurance) ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ กิจกรรมนักศึกษา ความพึงพอใจ

Independent Study Title	Service Quality Factors of the Student Development Division that Affect the Satisfaction of Students in the Faculty of Business Administration at Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Name-Surname	Miss Chonnaphat Phunbua
Program	Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Khahan Na-Nan, Ph.D.
Academic Year	2024

ABSTRACT

This study aimed: 1) to examine the level of service quality factors provided by the student development division that affect the satisfaction of students in the Faculty of Business Administration at Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 2) to compare student satisfaction based on personal factors, such as gender, program, and field of study and 3) to study the influence of service quality on student satisfaction.

The samples consisted of 374 undergraduate students. The research instruments were questionnaires divided into three sections, covering personal factors, service quality, and student satisfaction. Data were analyzed using descriptive statistics, such as mean and standard deviation, *t*-test, *F*-test for comparing differences, and multiple regression analysis to examine the relationships between and influences of various factors.

The results for objective 1 indicated that the service quality provided by the student development division was at a high level, with the "empathy" dimension having the highest average score. For objective 2, the comparison of satisfaction between groups revealed that students in the 2-year transfer program were significantly more satisfied than those in the 4-year program, while there was no significant difference in satisfaction between male and female students. For objective 3, the analysis of the influence of service quality factors showed that "reliability," "responsiveness," and "empathy" all had a significant impact on student satisfaction, while "tangibles" and "assurance" did not have a significant effect.

Keywords: service quality, student development affairs, satisfaction

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขความถูกต้องจนกระทั่งการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ ประธานกรรมการสอบค้นคว้าอิสระ และ ดร.สินิทธา สุขสวัสดิ์ กรรมการสอบค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำ เพื่อเพิ่มความสมบูรณ์ของงานวิจัย รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือการวิจัย และสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ รองศาสตราจารย์ ยั่งยืน กัณอ่ำ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มะดาโอะ สุธง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธฤตยา กองแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพร อ่อนพุทธา และ ดร.ภูริณัฐ ยมกนิษฐ์ และขอขอบคุณนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบพระคุณอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความรู้คำแนะนำและให้การสนับสนุนการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยครั้งนี้ จะเป็นแนวทางในการศึกษาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาปรับปรุงระบบบริการ ในการดำเนินงานของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในการนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนทาง ในการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพของสังคมต่อไป หากมีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดส่วนใดเกิดขึ้นในงานวิจัยนี้ ขอน้อมรับไว้และจะปรับปรุงให้ดีขึ้นในโอกาสต่อไป

ชนมณัท พูลบัว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(10)
บทที่ 1 บทนำ.....	11
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	11
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	12
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	13
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	13
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality).....	16
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction).....	22
2.3 ข้อมูลของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.....	27
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	41
3.1 ประชากร.....	41
3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	43
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4.1 การนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	66
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	66
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	69
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	73
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	80
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	81
ภาคผนวก ข หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	86
ประวัติผู้วิจัย.....	92



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 จำนวนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.....	42
ตารางที่ 3.2 จำนวนการแบ่งชั้นภูมิของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	43
ตารางที่ 3.3 การแปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ย.....	46
ตารางที่ 3.4 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการคำนวณ ให้สอดคล้องภายในของแบบสอบถาม	48
ตารางที่ 3.5 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (รายด้าน).....	49
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	52
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	53
...	
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน.....	53
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักสูตรที่ศึกษาในปัจจุบัน.....	54
ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ (Tangibles).....	54
ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability).....	55
ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ (Responsiveness).....	56
ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance).....	56
ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy).....	57
ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในภาพรวม.....	58
ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.....	59
ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษา จำแนกตามเพศ.....	60
ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษา จำแนกตามหลักสูตร.....	61

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษาจำแนกตามสาขาวิชา	61
ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษาจำแนกตามชั้นปีการศึกษา	62
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยคุณภาพ การให้บริการ (ตัวแปรอิสระ) และความพึงพอใจของนักศึกษา (ตัวแปรตาม).....	63
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณขั้นตอนสุดท้าย โดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (ตัวแปรอิสระ) และ ความพึงพอใจของนักศึกษา (ตัวแปรตาม).....	64



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างคณะกรรมการธุรกิจ.....	32



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการให้บริการที่มีคุณภาพในระดับอุดมศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกหลักที่สามารถสนับสนุนความสำเร็จของการศึกษาในระดับสูงสุดได้ มหาวิทยาลัยทั่วโลกต่างต้องปรับปรุงระบบการให้บริการเพื่อรองรับความต้องการและความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นจากนักศึกษา ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของสถาบันการศึกษา บริบทนี้มีความสำคัญเป็นพิเศษในสภาพแวดล้อมของการศึกษาที่มีการแข่งขันสูง ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล (Parasuraman et al., 1988) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มทร. ธัญบุรี) เป็นหนึ่งในคณะที่มีชื่อเสียงและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากำลังคนที่มีความสามารถทางวิชาชีพ ในระดับประเทศ คณะนี้มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้และทักษะที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานยุคดิจิทัล และการสร้างผู้ประกอบการที่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานวัตกรรมและการจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันคณะบริหารธุรกิจมีนักศึกษากว่า 5,724 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2566 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี) ซึ่งถือเป็นคณะที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุดในมหาวิทยาลัย การให้บริการที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับคณะบริหารธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านวิชาการและกิจกรรมนอกหลักสูตร ฝ่ายพัฒนานักศึกษาของคณะมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนานักศึกษาในมิติต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษา การจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะ การให้บริการทุนการศึกษา และการประสานงานกับนักศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและชีวิตในมหาวิทยาลัย อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนนักศึกษาที่มากและความคาดหวังที่สูงจากนักศึกษา ทำให้การให้บริการเหล่านี้มีความท้าทายมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Al-Alak & Alnaser, 2020) ปัญหาที่สำคัญคือ การให้บริการที่มีคุณภาพในบริบทของมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ที่มีจำนวนนักศึกษามากมายและหลากหลาย เป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างยิ่ง ในกรณีของ มทร. ธัญบุรี คณะบริหารธุรกิจ ซึ่งมีนักศึกษากว่า 5,724 คน ได้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาต้องให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของฝ่ายพัฒนานักศึกษายังพบกับข้อจำกัดหลายประการ เช่น จำนวนบุคลากรที่มีไม่เพียงพอ การบริการที่อาจไม่ทั่วถึง และการประสานงานที่อาจล่าช้า ซึ่งส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจในหมู่นักศึกษา (Firdaus et al., 2021) แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในบริบทของการศึกษาระดับอุดมศึกษา แต่ยังมีช่องว่างในการวิจัยที่สำคัญที่ต้องได้รับการสำรวจเพิ่มเติม ได้แก่ การทำความเข้าใจถึงปัจจัยเฉพาะที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริบทของมหาวิทยาลัยที่มีขนาดใหญ่และมีความหลากหลายในกลุ่มนักศึกษา อีกทั้งยังไม่มีงานวิจัยที่ครอบคลุมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างคุณภาพการให้บริการในมหาวิทยาลัยที่มีข้อจำกัด

ทางด้านทรัพยากรบุคคลและการจัดการที่มีประสิทธิภาพต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาต้องเผชิญกับความท้าทายในการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักศึกษาจำนวนมาก (Sultan & Wong, 2019)

การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งเน้นที่จะสำรวจและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มทร. ธัญบุรี ซึ่งนอกจากจะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยให้มีความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริบทของมหาวิทยาลัยที่มีขนาดใหญ่ และมีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่อง **“ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี”** ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงระบบบริการ การดำเนินงานของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรในการนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนทาง ในการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพของสังคมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีผล ต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัย ส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา ที่แตกต่างกันในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผล ต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีผล ต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 1.2 หลักสูตรที่แตกต่างกันปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 สาขาวิชาที่แตกต่างกันปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยการตอบสนองผู้รับบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 5,724 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2566 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็น นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 374 คน (คำนวณโดยใช้สูตรโดยของ Yamane)

1.4.2 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา ประกอบด้วยปัจจัย ได้แก่

1.4.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา

1.4.2.2 คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจ และรู้จักผู้รับบริการ

1.4.2.3 คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.4.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เดือนธันวาคม 2566 - พฤศจิกายน 2567

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

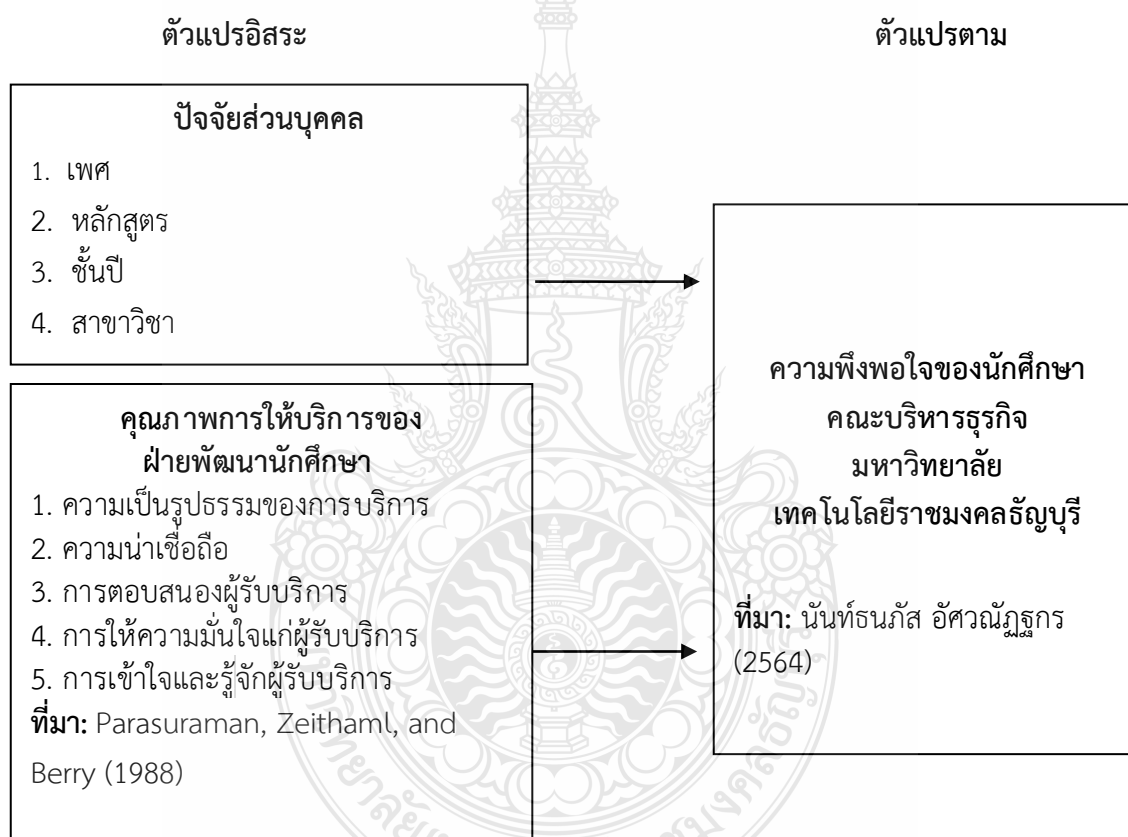
นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-5 ประจำปีการศึกษา 2563 - 2566 ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา หมายถึง การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม โดยพิจารณาจากการรับรู้และการประเมินของผู้รับบริการว่าบริการที่ได้รับตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือเกินกว่าที่คาดหวังมากน้อยเพียงใด

หากบริการที่ได้รับสูงกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะรู้สึกพึงพอใจ จนนำไปสู่การใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ ปัจจัยสำคัญของการให้บริการที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง หรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผลที่ได้รับจริง ตรงตามที่คาดหวังไว้ แต่ถ้าผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพ และ สถานการณ์ในการดำเนินงานของ ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.7.2 ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการของบุคลากรในฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการให้บริการ

1.7.3 ผลการศึกษาจะใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนในการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินงานของ ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มมากขึ้น

1.7.4 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สามารถนำข้อมูลการวิจัยไป การวางแผนกลยุทธ์ด้านการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและนำมาประกอบการวิเคราะห์ หาข้อสรุป ซึ่งแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)
- 2.3 ข้อมูลของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ความหมายของคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) ถือเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ต้องมีการติดตามและประเมินถึงอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากลูกค้า (ผู้มาใช้บริการ) ทุก ๆ คนต่างมีความต้องการและคาดหวังต่อการได้รับการบริการที่มีคุณภาพเมื่อเข้ามาใช้บริการที่องค์กรมีการดำเนินการ ส่งผลให้องค์กรที่ให้บริการต่างต้องกำหนดแนวทางในการดำเนินการในการติดตามถึงประเด็นและระดับของการบริการที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังจากบริการที่ได้รับจากองค์กรเพื่อปรับเปลี่ยนให้องค์กรยังคงความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังในระดับที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากคุณภาพการบริการเกิดขึ้นจากการรับรู้ของลูกค้าเมื่อได้เข้ารับบริการ และลูกค้าทำการเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับบริการจริงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและคาดหวังจากการเข้าไปใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นแนวคิดที่สำคัญและได้รับการศึกษาอย่างกว้างขวางในหลายภาคส่วน รวมถึงธุรกิจ การศึกษา การบริการสุขภาพ และการบริการสาธารณะ แนวคิดนี้เกิดขึ้นจากความต้องการในการตอบสนองและเกินความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว หนึ่งในโมเดลที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านคุณภาพการให้บริการคือโมเดล SERVQUAL ซึ่งพัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) โมเดลนี้ประกอบด้วย 5 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3) การตอบสนอง (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และ 5) การเข้าใจและใส่ใจลูกค้า (Empathy) แต่ละมิติเหล่านี้ถูกออกแบบมาเพื่อวัดประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อบริการและการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของพวกเขา (Parasuraman et al., 1988) นอกจากนี้โมเดล SERVQUAL แล้ว Grönroos (1984) ยังได้เสนอแนวคิดของคุณภาพการให้บริการที่แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ คุณภาพ

ทางเทคนิค (Technical Quality) และคุณภาพทางหน้าที่ (Functional Quality) คุณภาพทางเทคนิค หมายถึงผลลัพธ์ที่ลูกค้าได้รับจากการบริการ ส่วนคุณภาพทางหน้าที่เน้นไปที่วิธีการหรือกระบวนการที่บริการนั้นถูกส่งมอบให้กับลูกค้า ซึ่ง Grönroos ยืนยันว่าทั้งสององค์ประกอบนี้มีความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Grönroos, 1984) การศึกษาในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ขยายแนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการให้ครอบคลุมถึงการให้บริการในสภาพแวดล้อมดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของลูกค้าภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยี ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Hussain, Al Nasser และ Hussain (2015) ได้ตรวจสอบการประยุกต์ใช้ SERVQUAL ในบริบทของการให้บริการออนไลน์ และพบว่าคุณภาพการให้บริการในช่องทางดิจิทัลมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น แต่ยังคงต้องเน้นที่การสร้าง ความน่าเชื่อถือและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Hussain et al., 2015) นอกจากนี้ การศึกษาของ Ladhari (2009) ยังเสนอว่าคุณภาพการให้บริการมี บทบาทสำคัญในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าในบริบทที่การแข่งขันสูง งานวิจัยนี้ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลมาจากการรับรู้ในคุณภาพของการบริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความ จงรักภักดีต่อแบรนด์หรือองค์กร การสร้างประสบการณ์ที่ดีและการรักษามาตรฐานการบริการสูงจะช่วย ลดการเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่ง (Ladhari, 2009)

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) กำหนดความหมายของ "การบริการ" ว่าเป็นการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้สูงสุดเท่าที่เป็นไปได้ และมักแบ่ง ออกเป็นหลายประเภท เช่น การบริการทางการแพทย์ การศึกษา การคมนาคม การพัฒนาสังคมและ วัฒนธรรม เป็นต้น โดยมุ่งเสนอความสะดวกและการให้บริการในสถานการณ์ต่าง ๆ ตามความต้องการ ของสังคมและบุคคล ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาทั้งชุมชนและสังคมให้เจริญเติบโตไปอย่างยั่งยืน

วีรพงษ์ รามางกูร (2539) กล่าวในหนังสือ "การบริการทางการแพทย์" ว่า "บริการ คือ พฤติกรรมหรือกิจกรรมที่บุคคลหนึ่งทำขึ้นเพื่อส่งมอบหรือทำให้บุคคลอื่นได้รับการเสริมสร้างในด้านใด ด้านหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการส่งมอบที่เป็นการกระทำที่ทำให้ผู้รับบริการได้รับ ประโยชน์หรือความพึงพอใจในระดับใดระดับหนึ่ง

2.1.1 ความหมายของการบริการ

การบริการ หรือ Service ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน ดังนี้ ฉัตยาพร เสมอใจ (2555) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือ ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอราคาขาย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ให้ความหมายว่า การบริการ คือ การทำงานหรือการ ให้บริการที่ฝ่ายหนึ่งขององค์กรหรือบุคคลหนึ่งเสนอหรือให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยไม่มีการสร้างสิทธิในการ ครอบครองใด ๆ ให้แก่บุคคลใด ในรูปแบบที่สามารถจับต้องได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ให้ความหมายว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือ กระบวนการที่ธุรกิจส่งมอบสินค้าแบบไม่มีตัวตน ให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้อง สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้และนำไปสู่ความพึงพอใจของพวกเขาด้วย ซึ่งการ

บริการมักมีลักษณะที่ไม่สามารถสัมผัสได้และมีลักษณะที่มีการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการในขณะที่การบริการกำลังดำเนินอยู่

ปณินิกา วนากมล (2545) ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่า หมายถึง ระดับการให้บริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงในสถานการณ์นั้นเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และจะมาเป็นผู้รับบริการประจำและเป็นผู้ออกกล่าวส่งต่อผู้อื่นจากปากต่อปากต่อไป

เบญจพร พุดคำ (2547) กล่าวถึงคุณภาพบริการว่า หมายถึง ระดับความสามารถของบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังและรับรู้ต่อบริการนั้น การบริการที่มีคุณภาพจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการและคาดหวังของลูกค้าอย่างเหมาะสมและตรงจุด

เบญชญา แจ้งเวชฉาย (2561) กล่าวถึงการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพว่า หมายถึง การให้บริการที่สามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจที่ให้บริการรูปแบบเดียวกัน จึงต้องเน้นคุณภาพในการบริการ ซึ่งเป็นวิธีหนึ่งที่จะสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจได้ โดยความแตกต่างนี้สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภคได้ ดังนั้น การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตและยั่งยืนในตลาดที่แข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ

Hamari, Hanner, & Koivisto (2017) ให้ความหมายคุณภาพบริการว่า คือคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้จากการบริการแบบที่เป็นรูปธรรม การบริการออนไลน์ และการจัดจำหน่ายสินค้าดิจิทัล

James, Calderon, & Cook (2017) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการหมายถึงสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้จากการเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังจากบริษัทผู้ให้บริการ

Heskett, Sasser, & Schlesinger (1997) กล่าวว่าคุณภาพบริการมาจากนโยบายและการปฏิบัติงานภายในองค์กร และเป็นพื้นฐานสำคัญของความสำเร็จของบริษัท

สมชาติ กิจยรรยง (2543, อ้างถึงใน อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์, 2554) ให้ความหมายของการบริการว่า หมายถึง การช่วยเหลือ หรืออำนวยความสะดวก หรือให้ความสะดวกเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่นตามหน้าที่

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536, อ้างถึงใน อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์, 2554) ให้ความหมายของการบริการว่า คือกระบวนการที่กระทำขึ้นเพื่อผู้อื่นได้รับความสะดวกสบาย นอกจากนี้การบริการไม่เพียงแค่อำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่ต้องการ แต่ยังเน้นถึงความเข้าใจ ความอบอุ่น และความเอื้อเฟื้อในทางที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกถูกเอาใจใส่ด้วย

2.1.2 เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

การบริการเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้จึงเป็นการยากที่จะทำการประเมินคุณภาพของการบริการ แต่ก็มีคำนิยามและแนวทางการประเมินคุณภาพการบริการที่นักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ไว้ดังนี้

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1990) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง "การรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับสิ่งที่คาดหวังในการปฏิบัติงานที่มีต่อผู้รับบริการและสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง หรือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการนั้นจะไม่ขัดแย้งกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ"

Douglas (2007) คุณภาพบริการ (Service quality) หมายถึง ทักษะที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการ ประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด

ปณิกา วนากมล (2545) คุณภาพบริการ หมายถึง ระดับความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังและการรับรู้ต่อบริการนั้น บริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงในสถานการณ์นั้นเท่ากับหรือมากกว่าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และจะมาเป็นผู้รับบริการประจำและเป็นผู้บอกกล่าวส่งต่อผู้อื่นจากปากต่อปากต่อไป

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1990) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการ ในการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพ จึงได้กำหนดเครื่องมือการวัดคุณภาพการบริการไว้ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ การให้บริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้และมีลักษณะทางกายภาพที่เห็นได้อย่างชัดเจน เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน การตกแต่งและสภาพแวดล้อม รวมถึงการแต่งกายของพนักงาน และความสะอาดของสิ่งแวดล้อม ที่ตั้งของธุรกิจ ความเป็นรูปธรรมเหล่านี้ช่วยให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการ

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การบริการควรมีความเชื่อถือ ให้บริการตามที่ตกลงหรือตามคำสัญญากับลูกค้า ความน่าเชื่อถือของการบริการมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าต้องการมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการที่พวกเขาได้รับจะมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพตามที่ตกลงไว้ นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือยังเกี่ยวข้องกับการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้าและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและมั่นใจในการซื้อสินค้าหรือบริการในอนาคต

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) คือ ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการหรือความจำเป็นของลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงการต้อนรับลูกค้าอย่างใจดี ที่การให้คำแนะนำ การแก้ไขปัญหา หรือการตอบสนองต่อข้อคำถามของลูกค้า โดยไม่ให้รอนาน และให้บริการอย่างมีคุณภาพในระดับที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การตอบสนองลูกค้าอย่างเหมาะสมสามารถสร้างความพึงพอใจและความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าได้ นอกจากนี้การตอบสนองลูกค้าที่ดียังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าซึ่งอาจช่วยเพิ่มยอดขายและลูกค้าที่ยั่งยืนในระยะยาวได้

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) คือ การบริการที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเชื่อมั่นและความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยมุ่งเน้นในด้านความสามารถและความพร้อมของบริการ ซึ่งประกอบด้วย พนักงานควรมีความรู้และทักษะในการให้บริการที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยการให้คำแนะนำและการช่วยเหลืออย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการเลือกใช้บริการของธุรกิจ รวมถึงการติดต่อระหว่างพนักงานและลูกค้าควรเป็นไปตามหลักการที่ดี ซึ่งรวมถึงการสื่อสารที่ชัดเจนและสุภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและธุรกิจควรรักษาความปลอดภัยและความเป็นลับของข้อมูลลูกค้าอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าข้อมูลของพวกเขาจะไม่ถูกหลอกลวงหรือนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) คือ การให้ความสำคัญและการเข้าใจต่อความรู้สึก อารมณ์ และประสบการณ์ของลูกค้าอย่างเต็มที่ การเข้าใจและรับรู้ถึงความรู้สึก ความต้องการ และปัญหาของลูกค้าโดยตรง เป็นการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดีขึ้นระหว่างฝ่ายบริการและลูกค้า พนักงานควรแสดงความเอาใจใส่และเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยการปรับตัวให้เหมาะสมตามสถานการณ์และบริบทที่แตกต่างกันไป การสร้างความเข้าใจและความเป็นกันเองมักจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสุขของลูกค้า โดยพนักงานสามารถทำได้โดยการฟังอย่างจริงจัง การให้คำปรึกษา การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสมและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ซีวธรณ เจริญสุข (2563) ได้กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นโดย Parasuraman, Zeithaml, & Berry เพื่อวัดคุณภาพบริการจากมุมมองของผู้รับบริการมี 5 มิติหลักที่ใช้เพื่อวัดคุณภาพบริการได้แก่

1. เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Tangibles) คือ การวัดคุณภาพของสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทั้งหลายที่เป็นทรัพย์สินสัมผัส เช่น การตกแต่ง ความสะอาด ความเป็นระเบียบ หรือเทคโนโลยีที่ใช้ เช่น ความสะดวกสบายของสถานที่ให้บริการ การตกแต่งที่สวยงาม และคุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

2. ความสามารถ ในการแก้ไขปัญหา (Reliability) คือ การให้บริการ การทำตามนัดหมาย, และความมั่นใจในการแก้ไขปัญหา เช่น ความเที่ยงตรงในการให้บริการตามนัดหมาย ความถูกต้องในการนำเสนอข้อมูล และความมั่นใจในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

3. ความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือ (Responsiveness) คือ การวัดความรวดเร็วในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เช่น ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อคำถาม การให้ข้อมูลที่ชัดเจน, และการแสดงความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือ

4. ความเข้าใจต่อความต้องการ (Assurance) คือ การวัดความมั่นใจในการให้บริการ การรักษาความลับ, และความเข้าใจต่อความต้องการ เช่น การให้คำแนะนำที่มีความสามารถ การรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า และความมั่นใจในการให้บริการที่มีคุณภาพ

5. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Empathy) คือ การวัดความต้องการของลูกค้า เช่น การแสดงความเข้าใจต่อความต้องการและความต้องการของลูกค้า การให้คำปรึกษาที่เหมาะสมและการแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการ

2.1.3 การวัดคุณภาพในการให้บริการ

มีนักวิชาการบางท่านได้เสนอความเห็นในเรื่องของการวัดคุณภาพการให้บริการไว้ว่า

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1990) การวัดคุณภาพในการให้บริการ (Service Quality Measurement) หมายถึง กระบวนการในการประเมินและติดตามระดับคุณภาพของการบริการที่องค์กรจัดให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยมีจุดประสงค์เพื่อควบคุมและรักษามาตรฐานการให้บริการให้อยู่ในระดับที่น่าพอใจสำหรับลูกค้า ค้นหาจุดบกพร่องหรือข้อบกพร่องในกระบวนการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการบริการ ระบุโอกาสในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพ

การบริการให้ดียิ่งขึ้น ในการวัดคุณภาพการให้บริการนั้น เรามักจะใช้วิธีการวัดดัชนีความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Index) ของลูกค้าหรือผู้รับบริการภายหลังจากที่ได้รับบริการนั้น แต่โดยทั่วไปปัญหาในการวัดคุณภาพการ ให้บริการมักจะขึ้นอยู่กับวิธีการวัดเงื่อนไขที่นำมาสู่การสะท้อนคุณภาพการให้บริการ ซึ่งก็คือการตอบสนองหรือเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นความพึงพอใจที่ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้รับมานั้นสอดคล้องกับความคาดหวังที่วางไว้หรือที่ได้รับรู้มา เช่น การได้รับบริการจากบุคคลโดยตรง (The One-On-One) การได้รับบริการจากแบบเผชิญหน้า (Face-To-Face) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการแต่การวัดคุณภาพการให้บริการจะสามารถพิจารณาได้จากทัศนคติของนักวิชาการ ว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้าง

Koehler & Pankowski (1996) ได้ให้หลักการสำคัญในการวัดคุณภาพของสินค้าหรือบริการโดยจะต้องพิจารณา มีประเด็นสำคัญ 4 ข้อดังนี้

1. ความคาดหวังของผู้บริการ (Customer Expectations) องค์กรต้องทำความเข้าใจและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า รวมถึงสร้างความประทับใจเกินความคาดหวัง การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยวัดผลในส่วนนี้ได้
2. ภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership) ผู้นำในทุกระดับขององค์กรต้องแสดงความมุ่งมั่นสู่คุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการจัดสรรทรัพยากรและการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
3. การปรับปรุงขั้นตอน (Process Improvements) องค์กรต้องพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่องผ่านการปรับปรุงขั้นตอน เครื่องมือ และการติดตามผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น
4. การจัดการกับแหล่งข้อมูลที่สำคัญ (Meaningful Data) องค์กรต้องเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าจากหลากหลายช่องทาง ทั้งอีเมล โทรศัพท์ การสัมภาษณ์ จดหมายร้องเรียน และรายงานต่าง ๆ

ในภาพรวม หลักการทั้ง 4 ข้อนี้มุ่งเน้นที่ลูกค้าและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง หากองค์กรสามารถทำให้ความคาดหวังของลูกค้าเป็นจริงและสร้างความประทับใจเกินความคาดหวัง ก็จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพการให้บริการที่ดีที่สุดในที่สุด ทั้งนี้ผู้นำขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมคุณภาพและการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการใช้ข้อมูลเชิงลึกจากลูกค้าในการตัดสินใจและปรับปรุงคุณภาพ

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นคุณภาพการบริการ สามารถสรุปได้ดังนี้ คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม โดยพิจารณาจากการรับรู้และการประเมินของผู้รับบริการว่าบริการที่ได้รับตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือเกินกว่าที่คาดหวังมากน้อยเพียงใด หากบริการที่ได้รับสูงกว่าหรือเท่ากับที่คาดหวัง ผู้รับบริการจะรู้สึกพึงพอใจ จนนำไปสู่การใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ ปัจจัยสำคัญของการให้บริการที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจในการให้บริการ (Service Satisfaction) เป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในงานวิจัยด้านการตลาดและการบริหารธุรกิจ เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของบริการที่องค์กรมอบให้แก่ลูกค้า ความพึงพอใจในการให้บริการเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการ และมีความสำคัญเนื่องจากมันส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ความภักดีต่อแบรนด์ และการทำซ้ำธุรกรรมในอนาคต (Oliver, 1980) แนวคิดของความพึงพอใจในการให้บริการมักถูกอธิบายด้วยโมเดลความคาดหวัง-ความไม่พอใจ (Expectancy-Disconfirmation Model) ซึ่งเสนอโดย Oliver (1980) โมเดลนี้ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นเมื่อบริการที่ได้รับเกินหรือเท่ากับความคาดหวังที่มีอยู่ ในทางกลับกันหากบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะรู้สึกไม่พึงพอใจ โมเดลนี้เน้นว่าการเข้าใจและจัดการความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Oliver, 1980) นอกจากนี้ การศึกษาของ Zeithaml, Berry, และ Parasuraman (1996) ได้เน้นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า การวิจัยของพวกเขาแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในการให้บริการเป็นผลมาจากการรับรู้คุณภาพของบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับความจงรักภักดีต่อแบรนด์ และการแนะนำปากต่อปาก (Zeithaml et al., 1996) ความพึงพอใจในการให้บริการยังได้รับการศึกษาในบริบทของการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล การวิจัยล่าสุดโดย Collier และ Bienstock (2006) ชี้ให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยลดความไม่สะดวกและเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการให้บริการ ผลลัพธ์เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยี มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในยุคปัจจุบัน (Collier & Bienstock, 2006) นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการให้บริการยังถูกศึกษาผ่านมิติของความรู้สึกส่วนตัวและประสบการณ์ที่มีต่อการบริการ การวิจัยของ Homburg, Koschate & Hoyer (2006) แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ส่วนตัวของลูกค้าต่อบริการนั้นมีผลต่อระดับความพึงพอใจ การตอบสนองที่รวดเร็วและการมีส่วนร่วมของลูกค้าส่งผลให้เกิดความรู้สึก ในทางบวกต่อบริการที่ได้รับ ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีและความพึงพอใจที่สูงขึ้น (Homburg et al., 2006)

ในทางปฏิบัติ องค์กรที่มุ่งมั่นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้และการจัดการประสบการณ์ของลูกค้า การสร้างบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว (Homburg et al., 2006) การทบทวนวรรณกรรมนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านต่าง ๆ ทั้งในแง่ของการคงลูกค้า ความภักดีต่อแบรนด์ และการขยายธุรกิจผ่านการแนะนำจากลูกค้าในเชิงบวก การวิจัยที่เกี่ยวข้องยังชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีและการจัดการประสบการณ์ลูกค้าในการเพิ่มระดับความพึงพอใจให้สูงขึ้นในยุคดิจิทัลปัจจุบัน (Collier & Bienstock, 2006; Homburg et al., 2006)

งานวิจัยหลายชิ้นได้สำรวจถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริการ โดยทั่วไปแล้วปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ และการประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภค งานวิจัยของ Mittal & Kamakura (2001) พบว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของลูกค้าในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมักจะมีคาดหวังต่อการบริการที่สูงกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งทำให้ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีความไวต่อคุณภาพการบริการมากกว่า (Mittal & Kamakura,

2001) นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang, Hemmington & Kim (2015) ยังพบว่าเพศและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจในการบริการ โดยผู้บริโภคหญิงมักจะให้ความสำคัญกับการตอบสนองทางอารมณ์และการให้บริการที่อบอุ่น ในขณะที่ผู้บริโภคชายมักจะเน้นที่ประสิทธิภาพและความรวดเร็วของการให้บริการ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันยังส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยผู้บริโภคจากวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการบริการที่เอาใจใส่มากกว่า มักจะ มีความคาดหวังที่สูงขึ้นและมีความพึงพอใจที่ลดลงหากไม่ได้รับการบริการตามที่คาดหวัง (Wang et al., 2015) ทั้งนี้ หากองค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้มากเท่าใด ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อแบรนด์ก็จะเพิ่มขึ้นเท่านั้น (Ladhari, 2009) จากการทบทวนวรรณกรรมนี้ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการให้บริการต่างมีบทบาทสำคัญในการกำหนดระดับความพึงพอใจของลูกค้า องค์กรจึงควรพิจารณาทั้งสองปัจจัยนี้ในการวางแผนและปรับปรุงการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว (Mittal & Kamakura, 2001; Parasuraman et al., 1988; Wang et al., 2015)

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของงานตามที่บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเกิดจากการตอบสนองต่อแรงจูงใจ หรือความต้องการของแต่ละบุคคลในทิศทางที่เขาต้องการ ความพึงพอใจทั่วไปจะสอดคล้องกับคำว่า "Satisfaction" ความหมายคำว่า "ความพึงพอใจ" สรุป ดังนี้

ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) คือ ความพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับจากธุรกิจหรือองค์กรใด ๆ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการวัดและติดตามประสิทธิภาพของธุรกิจหรือบริการ ความพึงพอใจสามารถวัดได้ผ่านการสำรวจ การให้คะแนน หรือการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า ความพึงพอใจที่สูงจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในการกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการอีกครั้งในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเหมาะสมเพื่อรับความคิดเห็นตรงจากลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรืออาจใช้วิธีการสัมภาษณ์เพื่อเข้าใจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้าส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ (Eklof, Podkorytova, & Malova, 2018)

1. คุณภาพบริการ คือ มาตรฐานคุณภาพ ในการให้บริการ ที่ลูกค้าจะได้รับ
2. ประสบการณ์ในการใช้บริก ร คือ การวัดประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับในการใช้บริการ
3. การตอบสนอง ความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของ (Ong, Nguyen, & Alwi, 2017)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ คำว่า “พึง” เป็นคำกริยาอื่น หมายความว่า ยอมตาม เช่น พึงใจ และคำว่า “พอใจ” หมายถึงสมชอบ ชอบใจ

วิลลิสท์ ทรายงกูร (2549) ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกของเราและมีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับ ความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกเลว – ดีพอใจ - ไม่พอใจ สนใจ - ไม่สนใจ เป็นต้น

โสพิณ ปันกาญจน์โต (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีที่ผู้รับบริการแสดงออกถึงความพอใจในทิศทางที่เป็นบวกเมื่อได้รับผลประโยชน์ในด้านจิตใจและวัตถุ และจะแสดงออกในทิศทางลบเมื่อเกิดความไม่พอใจ ซึ่งเกิดจากสิ่งเร้าที่เป็นตัวกระตุ้นภายในความพึงพอใจในด้านบริการคือ ความรู้สึกของอารมณ์ที่เป็นสุขซึ่งได้รับการบริการทั้งด้านการจัดการที่ดี ความสะอาด การบริการที่เสมอภาค และความถูกต้อง รวดเร็ว การรับรู้เหล่านี้ส่งผลต่อทัศนคติที่เชื่อมโยงกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับในทางบวกหรือลบโดยตรง ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจของพวกเขาในระยะยาวด้วยความสำคัญที่ต่างกันของแต่ละด้านบริการที่ถูกประเมินให้ดีหรือไม่ดีในสมดุลของผู้รับบริการ และบริษัทหรือองค์กรที่ให้บริการนั้น

ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นหลังจากลูกค้าเกิดการซื้อ และประเมินสิ่งที่ได้รับความพอใจในการให้บริการกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (Marinkovic, Senic, Kocic, & Sapic, 2013)

ความพึงพอใจ คือ ผลประเมินโดยรวมในลักษณะของความรู้สึกเมื่อพอใจในราคาที่เทียบกับ คุณภาพที่ได้รับ (Díaz, 2017)

สุภัทรา มิ่งปรีชา (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคล นั้นได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป

Kotler & Keller (2016) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากความคาดหวังในคุณภาพการบริการ ซึ่งการตัดสินใจใช้บริการจะเกิดจากการรับรู้ในการให้บริการ โดยการนำเสนอบริการออกมาเป็นรูปธรรม ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจจากผู้ให้บริการ

มูทิตา สร้อยเพชร และพรพรรณ บัวทอง (2564) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจ ที่มีการดำเนินการเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง เพราะสามารถช่วยให้ผู้ให้บริการเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ถ้าลูกค้ามีความรู้สึกไม่พอใจหรือผิดหวัง เป็นผลมาจากการผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังก็จะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลการทำงานหรือผลลัพธ์ เป็นไปตามที่คาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ การทำความเข้าใจถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงบริการและสร้างความพึงพอใจในลูกค้า ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและความสำเร็จในการทำงาน และมีผลต่อความก้าวหน้าของธุรกิจด้วยเช่นกัน

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Gronroos (1990) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วย องค์ประกอบ 2 ประการคือ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าหรือการบริการคือการที่ผู้รับบริการจะรับรู้ได้ว่าสินค้าหรือการบริการที่ได้รับมีลักษณะตามคำมั่นสัญญาของกิจกรรม หรือการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ 2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการคือ ผู้รับบริการจะรับรู้่วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

Rust & Oliver (1994) กล่าวว่า ความพึงพอใจสามารถสะท้อนให้เห็นได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เชื่อว่าประสบการณ์เป็นตัวทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นการตอบสนองของอารมณ์ โดยรวมที่เกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการ

2.2.3 การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) คือ การให้บริการด้วยความยุติธรรมและเท่าเทียมแก่ผู้ใช้บริการทุกคน โดยไม่แบ่งแยกกีดกัน และใช้มาตรฐานเดียวกัน
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) คือ การให้บริการสาธารณะอย่างตรงเวลา เพราะถ้าไม่ตรงเวลา จะทำให้ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจ
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) คือ การจัดการให้บริการในจำนวนและสถานที่ที่เหมาะสมเพียงพอ ไม่เช่นนั้น ความเสมอภาคและทันเวลาจะไม่มีความหมายเลย
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) คือ การให้บริการสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรผู้ให้บริการว่าจะหยุดเมื่อไหร่

การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) คือ การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้ทำหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเดิม

พิทักษ์ ตรุษทิพย์ (2551) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น

2.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

พิมล เมชสวัสดิ์ (2549) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ประกอบด้วยดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจต่อผู้มาใช้บริการ
2. ราคาค่าบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ การกำหนดราคาค่าบริการอย่างเหมาะสมสามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในลูกค้าได้ตามบริการที่ได้รับและความคุ้มค่าที่ได้จากการใช้บริการนั้น ๆ ราคาที่เหมาะสมควรสอดคล้องกับคุณภาพของบริการและความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความพึงพอใจในระยะยาวในลูกค้า การกำหนดราคาค่าบริการเกี่ยวข้องกับกำไรที่ต้องการทำได้

3. สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอ และคำนึงถึงกรอำนวยความสะดวกให้แก่

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความตระหนักและเพิ่มการรับรู้ของลูกค้าต่อบริการของธุรกิจ ด้วยวิธีการต่าง ๆ ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยในการตัดสินใจในการมาใช้บริการต่อไป และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ

5. ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งการแสดงพฤติกรรมในการให้บริการ และนำเสนอบริการ การเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องจัดสถานที่ที่มีความสะอาดและสบายตา การมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอและทันสมัย มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสะอาดในพื้นที่บริการ เพราะสภาพแวดล้อมในการให้บริการเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริการ เนื่องจากมันมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

7. กระบวนการในการให้บริการ เป็นขั้นตอนหรือกิจกรรมที่ทำให้บริการถูกดำเนินไปอย่างเป็นระบบและมีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจ เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

2.2.5 ลักษณะและวิธีการประเมินความพึงพอใจ

พรนภา เตียสุทธิกุล และคณะ (2561) ได้อธิบายวิธีการประเมินความพึงพอใจได้ดังนี้

1. การสังเกต เป็นวิธีการสำหรับใช้ตรวจสอบบุคคลอื่น โดยการสังเกตพฤติกรรมและจดบันทึกความพึงพอใจที่แสดงออกมาในประเด็นที่ต้องการประเมินอย่างมีแบบแผน โดยผู้สังเกตจะไม่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติหรือมีส่วนร่วมกับผู้ถูกสังเกต แล้วจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ สรุปตามวัตถุประสงค์ของการประเมิน เป็นวิธีที่นิยมใช้อย่างมากที่ใช้สำหรับการศึกษาในกรณีศึกษา เท่านั้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้ประเมินจะต้องออกไปพูดคุยกับบุคคลนั้น ๆ โดยตรง มีการเตรียมแผนล่วงหน้า เป็นการถามให้ตอบปากเปล่า แต่อาจไม่ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากผู้ตอบ เนื่องจากผู้ตอบอาจรู้สึกไม่อิสระในการตอบหรือไม่คุ้นเคยกับผู้ถาม ควรเตรียมตัวให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ ควรลงพื้นที่เพื่อทำความคุ้นเคยก่อนเพื่อให้เกิดความสนิท สนม และความไว้วางใจ ซึ่งจะให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

3. การใช้แบบสอบถาม ประเมินค่า เป็นการประเมินโดยใช้เครื่องมือที่เป็นการสร้างประโยคข้อความต่าง ๆ ทั้งที่เป็นข้อความ ทางบวกและข้อความทางลบ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ต้องการประเมิน โดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นว่า เห็นด้วยหรือไม่กับข้อความแต่ละข้อนั้น โดยใช้มาตรประเมินแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale)

เนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวก สามารถเก็บข้อมูลได้รวดเร็วซึ่งวิธีประเมินที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินงานในการประเมินระดับความพึงพอใจ ควรใช้วิธีประเมิน ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแบบมาตร ประมาณค่า ซึ่งจะประเมินความพึงพอใจได้ตรงตามวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการนำไปใช้

จากความหมายต่าง ๆ ความพึงพอใจ (Satisfaction) ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง หรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผลที่ได้รับจริงตรงตามที่คาดหวังไว้ แต่ถ้าผลลัพธ์ต่ำกว่าที่คาดหวังก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจ

2.3 ข้อมูลของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประวัติความเป็นมา

ปี 2518

- พระราชบัญญัติวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ.2518 และประกาศใช้เป็นครั้งแรก โดยรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีรุ่นแรก พ.ศ.2518

- โดยเปิดรับนักศึกษา 4 ภาควิชา ธุรกิจศึกษาและสัมพันธ์ การตลาด การบัญชี และการจัดการ

ดังต่อไปนี้

1. ภาควิชาธุรกิจศึกษาและสัมพันธ์ รองศาสตราจารย์อานวย แสงจันทร์
2. ภาควิชาการตลาด รองศาสตราจารย์ประภาศรี อมรสิน
3. ภาควิชาการบัญชี ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาจิตต์ จันทโนทก
4. ภาควิชาการจัดการ นายพิเศษ วัฒนวิฑูกร

ปี 2519

- เปิดทำการสอนในภาควิชาสารสนเทศขึ้นเป็นปีแรก
- มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างบุคลากรทางด้านสารสนเทศ และเทคโนโลยีทางด้านนี้
ออกสู่ตลาดและสังคม

- หัวหน้าภาควิชาคนแรก ได้แก่ นายพชร ธีราธร

ปี 2522

- ได้รับงบประมาณให้ทำการสร้างสำนักงานอธิการบดีของวิทยาลัยขึ้นภายในพื้นที่ของวิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ เป็นอาคาร 8 ชั้น และต่อมาใช้เป็นสถานที่ในการจัดการเรียนการสอนของคณะบริหารธุรกิจเป็นครั้งแรก

ปี 2527

- ได้รับพระราชทานนามจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และสถาบันฯ ได้มีนโยบายในการจัดสร้างศูนย์กลางการเรียนการสอน ในระดับปริญญาตรี ที่ตำบลคลองหก อำเภोधัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้ชื่อเรียกว่า ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล หรือเรียกย่อ ๆ ว่า ศรม.

- ส่วนคณะบริหารธุรกิจที่อาคาร 8 ชั้น ถนนวิภาวดีรังสิต ภายในวิทยาเขตจรัลพงษ์ภูวนารถ ยังคงจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี 5 ภาควิชา ได้แก่

1. ธุรกิจศึกษาและสัมพันธ์
2. การตลาด
3. การบัญชี
4. การจัดการ
5. ระบบสารสนเทศ (ประมวลผลข้อมูล)

ปี 2533

- คณะบริหารธุรกิจ เล็งเห็นความต้องการของบุคลากรประจำการที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องการพัฒนาคุณวุฒิและนำความรู้ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน

- จัดให้มีโครงการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี ภาคสมทบ

- จัดการเรียนการสอนในเวลา 18.00 น. – 20.30 น. เป็นครั้งแรก หรือเรียกว่า “ภาคสมทบ” ใช้เวลาในช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ในการจัดการเรียนการสอน

- สำหรับสถานที่ที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน คณะใช้อาคารเรียน 8 ชั้น ของคณะที่ตั้งอยู่ที่ ถ.วิภาวดีรังสิต ในพื้นที่วิทยาเขตจรัลพงษ์ภูวนารถในการจัดการเรียนการสอน

- วัตถุประสงค์ของการจัดการเรียนการสอนตามโครงการพัฒนาบุคลากรประจำการได้จัดขึ้น เพื่อให้ความรู้ ผักผ่อนทักษะความสามารถทางด้านธุรกิจ และเทคโนโลยี ให้กับบุคลากรประจำการของทั้ง ภาครัฐและเอกชน

ปี 2535

- มีการย้ายการจัดการเรียนการสอน อุปกรณ์การเรียนการสอน คณาจารย์ และการบริหารงานของคณะบริหารธุรกิจ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณวิทยาเขตจรัลพงษ์ภูวนารถมา ยังคณะบริหารธุรกิจ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คลองหก เต็มรูปแบบ โดยใช้อาคาร 1 อาคาร 2 และอาคาร 3 จัดการเรียนการสอนในเวลาราชการ และยังคงจัดการเรียนการสอนภาคสมทบ ในเวลา 18.00-20.30 น ณ อาคาร 8 ชั้นในบริเวณวิทยาเขตจรัลพงษ์ภูวนารถ

ปี 2538

- คณะบริหารธุรกิจได้ทำการเปิดสอนนักศึกษาเพิ่มในหลักสูตร 4 ปี ที่รับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ และนักศึกษาที่จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) เข้ามาเป็นนักศึกษาโดยใช้วิธีการสอบคัดเลือกผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อของสถาบัน

- ภาควิชาที่รับนักศึกษาในหลักสูตร 4 ปี เพียง 3 ภาควิชา ได้แก่ ภาควิชาการตลาด , ภาควิชาการบัญชี , ภาควิชาระบบสารสนเทศ

ปี 2539

- คณะได้เปิดรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปวส. เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาตรี วิชาเอกการเงิน เพิ่มเติมอีก 1 สาขา

ปี 2540

- จัดการเรียนการสอนที่คลองหกเพียงแห่งเดียว และยุติการเรียนการสอนที่วิทยาเขตจักรพงษ์ ภูวนารถ ถนนวิภาวดีรังสิต นอกจากนี้แล้วในปีนี้ทางคณะได้มีการเปิดรับ นักศึกษาหลักสูตร 4 ปี

- รุ่นแรกรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช. และ ม.6 เพิ่มจากเดิม ได้แก่ ภาควิชา ภาษาอังกฤษธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ และภาควิชาการจัดการ

ปี 2542

- ดำเนินการจัดตั้งภาควิชาเพิ่มขึ้นอีก 2 ภาควิชา คือ ภาควิชาการเงิน และภาควิชา เศรษฐศาสตร์ โดยมีหัวหน้าภาควิชาคนแรก ได้แก่ ภาควิชาการเงิน รองศาสตราจารย์ วันเพ็ญ วสินารมณ และภาควิชาเศรษฐศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ดร. สุกใจ ทุลพานิชย์กิจ

- จัดให้มีการร่วมมือกับโรงเรียนเทคโนโลยีภาคตะวันออก ในการจัดการเรียนการสอนระดับ ปริญญาตรี 2 ปีต่อเนื่อง สาขาวิชาการบัญชี การตลาด การจัดการ และระบบสารสนเทศ

ปี 2545

- ได้เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตเป็นครั้งแรก แบ่งเป็น 2 สาขาวิชา คือ ธุรกิจ ระหว่างประเทศ และภาษาอังกฤษธุรกิจ และเป็นจุดเริ่มต้นของบัณฑิตศึกษา และ อาคาร 4 สำเร็จ และ ย้ายเข้าใช้งานได้

ปี 2546

- ดำเนินการจัดตั้งภาควิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ แต่เดิมสังกัดอยู่กับภาควิชา การจัดการหัวหน้าภาควิชาคนแรก ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุดาพร กุณชลบุตร

- ดำเนินการจัดตั้งโครงการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรนานาชาติ (IBBA International Program) ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยการรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ การตลาด ระบบ สารสนเทศ และธุรกิจระหว่างประเทศ

- รับผู้สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เข้าศึกษาต่อตามหลักสูตร 4 ปี

- Web Site ของคณะบริหารธุรกิจมีสองภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

- มีการลงนามความร่วมมือระหว่างประเทศ (Memorandum of Understanding) กับ มหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศเป็นครั้งแรก ได้แก่ มหาวิทยาลัย Auckland University of Technology (AUT) New Zealand ประเทศนิวซีแลนด์ โดยมีการนำคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เข้าฟังการบรรยายทาง วิชาการ ด้านการบริหารธุรกิจ จากคณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Auckland University of Technology ตาม หลักสูตรที่มหาวิทยาลัยกำหนด เมื่อสิ้นสุดการศึกษาแล้ว

ปี 2548

- ดำเนินการจัดการศึกษาในระดับปริญญาโท นับเป็นคณะแรกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลทุกแห่ง ที่จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาโทเต็มรูปแบบ นับตั้งแต่มีก่อตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยี และอาชีวศึกษานับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518

- มีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ขออนุญาตนำหลักสูตร ที่บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะร่าง ขึ้นไปใช้ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดารณี พิมพ์ช่างทอง เป็นผู้รับผิดชอบ โครงการ

- มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย Edith Cowen เมือง Perth ประเทศออสเตรเลีย โดยมีการ ลงนามความร่วมมือในด้านต่าง ๆ (memorandum of understanding) และต่อมามีการนำคณาจารย์เข้า สัมมนา และมีการนำนักศึกษาระดับปริญญาโท เข้าศึกษาตามหลักสูตรพิเศษที่จัดขึ้นโดยเข้าฟังการบรรยาย ในชั้นเรียน

ปี 2551

- ได้รับอนุมัติให้เปิดสอนหลักสูตรดุขภูิบัณฑิต จากสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี นับเป็นครั้งแรกของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้งหมดนับ ตั้งแต่มีการก่อตั้ง วิทยาลัย เทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ในปี พ.ศ. 2518

- เริ่มการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาเอก เริ่มดำเนินการรับสมัครได้ตั้งแต่ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2551 โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์วันชัย ประเสริฐศรี เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ

ปี 2552

- เดือนมีนาคม มีการรับพระราชทานปริญญา โดยในครั้งนี้นักบริหารธุรกิจมีผู้สำเร็จปริญญา โทเข้ารับปริญญามหาบัณฑิต นับเป็นครั้งแรกตั้งแต่มีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มี มหาบัณฑิตเข้ารับพระราชทานปริญญามหาบัณฑิต

- วันที่ 13 พฤษภาคม มีการประชุมคณะกรรมการคณะครั้งที่ 1 นับเป็นการประชุมครั้งแรก ตั้งแต่มีการก่อตั้งคณะบริหารธุรกิจคณะกรรมการคณะชุดแรก

- เดือนกันยายน นักศึกษาปริญญาเอกรุ่นแรกของคณะบริหารธุรกิจ เดินทางไปศึกษาระยะสั้น ที่ De Montfort University ประเทศอังกฤษ

- ดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์รายแรกของคณะบริหารธุรกิจ ชื่อคุณชาลอต โทณวนิก รับ พระราชทานวันที่ 15 ธันวาคม 2552

ปัจจุบันคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เปิดการเรียนการสอน ดังนี้ หลักสูตรปริญญาตรี

1. บธ.บ. การตลาด
2. บธ.บ. การจัดการ
3. บธ.บ. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
4. บธ.บ. การเงิน
5. บธ.บ. การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
6. บธ.บ. การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
7. บช.บ. การบัญชี
8. ศ.บ. เศรษฐศาสตร์บัณฑิต
9. หลักสูตรนานาชาติ
10. International Program (Content english)
11. International Program (เนื้อหาภาษาไทย)

หลักสูตร

1. ปริญญาโท
2. ปริญญาโท (MBA)
3. ปริญญาเอก
4. ปริญญาเอก (Ph.D.)

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เป็นคณะชั้นนำด้านการพัฒนาผู้ประกอบการยุคดิจิทัล และกำลังคนมืออาชีพระดับประเทศ”

ปรัชญา (Philosophy)

“ทุ่มเทศักยภาพเพื่อพัฒนากำลังคนมืออาชีพสู่สังคม”

“Dedicate potential to develop professional workforce for society”

ปรัชญาการศึกษา (Educational Philosophy)

“สร้างมืออาชีพ”

“Develop Professional”

ปณิธาน (Determination)

“มุ่งมั่นยกระดับและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในศาสตร์การบริหารให้มีคุณภาพบนพื้นฐานเทคโนโลยีและจริยธรรม”

“Committed to upgrading and continuously developing in the science of management to have quality based on technology and ethics.”

เอกลักษณ์ (Uniqueness)

“นักปฏิบัติมืออาชีพด้านบริหารธุรกิจ”

“Professional practitioner in business administration”

อัตลักษณ์ (Identity)

“นักปฏิบัติที่มุ่งมั่น สู้งาน สร้างสรรค์นวัตกรรม”

“Committed practitioners, fighting, creating innovations”(มุ่งมั่น หมายถึง ตั้งใจ ไม่ย่อ ท้อ สู้งาน หมายถึง อดทน ไม่เกียจงาน /สร้างสรรค์นวัตกรรม หมายถึง ปรับปรุงกระบวนการทำงาน)

พันธกิจ (Mission)

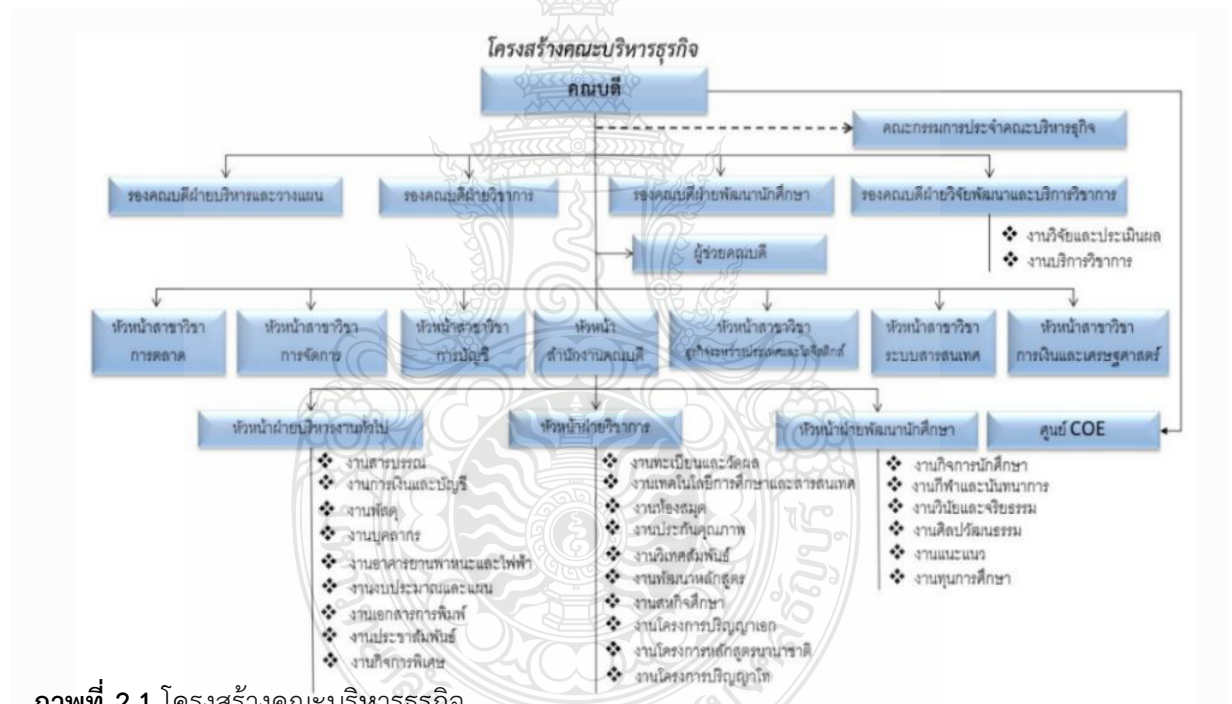
1. จัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนให้เป็นมืออาชีพ ตอบสนองความต้องการของสังคม สามารถสร้างหรือประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางการบริหาร
2. ผลิตผลงานวิจัย และสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านบริหารธุรกิจ เพื่อการพัฒนาชุมชน ภาคอุตสาหกรรม และสังคม
3. บริการวิชาการแก่ชุมชน ภาคอุตสาหกรรม และสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนทำนุบำรุง ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
4. บริหารอย่างมีธรรมาภิบาลเพิ่มประสิทธิภาพด้วยนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

ค่านิยมองค์กร (Core values)

1. การให้ความสำคัญกับคน (Valuing People)
2. มุ่งเน้นความสำเร็จ (Focus on Puccess)
3. การจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง (Management by fact)
4. ความเป็นเลิศที่มุ่งเน้นผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student- and Customer-centered Excellence)

วัฒนธรรมองค์กร (Organization Working Culture)

1. วัฒนธรรมทีมงาน (Team Culture)
2. วัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continues Learning Culture)
3. วัฒนธรรมการปรับตัวและความเร็วในการทำงาน (Adaptive and Agile Culture)



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างคณะบริหารธุรกิจ

ที่มา: www.bus.rmutt.ac.th

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรารักษ์ ไทยมา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง "คุณภาพการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร" โดยศึกษาคุณภาพการให้บริการใน 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเข้าใจ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษาในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

สุภัทธร ทวีจันทร์ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อการให้บริการของสำนักงานวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม" ซึ่งพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานวิชาการในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านระบบสารสนเทศ

นิพนธ์ เรื่องหิรัญนิช, วรณิ เนียมหอม และสันติ ศรีสวนแดง (2560) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาตรี 392 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านหอพักและอนามัยมากที่สุด ด้านบริการและสวัสดิการรองลงมา และด้านกีฬาและนันทนาการน้อยที่สุด นอกจากนี้ นักศึกษาในคณะและวิทยาเขตต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลสำคัญที่สามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของกองกิจการนักศึกษาให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษามากขึ้น

จักรแก้ว นามเมือง และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการในมิติด้านคุณภาพการให้บริการของศูนย์ไอซีทีเทศบาลตำบลแม่ปืม อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในบริการ โดยศูนย์มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอทั้งในด้านวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ และเวลา มีการให้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสมทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ มีเทคโนโลยีทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ เช่น มีแบบฟอร์มที่สะดวกและง่ายต่อการกรอกข้อมูล มีเอกสารประชาสัมพันธ์หรือป้ายแนะนำขั้นตอนการทำงาน มีสภาพแสง เสียง อากาศ และอุณหภูมิที่เหมาะสม มีคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอและพร้อมใช้งาน รวมถึงมีเอกสารสำหรับค้นคว้าข้อมูลอย่างเพียงพอ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของสถานที่และอุปกรณ์ในการให้บริการ

อุบลรัตน์ หริณวรรณ และ พิชราภรณ์ ล้นวงษา (2560) ได้ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง" ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสถานที่ ด้านระยะเวลา และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

สุนันทา เลาหนันท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม" ได้เผยให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา การศึกษาพบว่ามีปัจจัยหลัก 3 ประการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) นักศึกษาให้ความสำคัญกับการได้รับบริการที่ตรงตามสัญญา ถูกต้อง และตรงเวลา รวมถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลและเอกสารที่ได้รับ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ความเต็มใจและความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ตลอดจนความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองต่อคำร้องขอ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) นักศึกษาประเมินความพึงพอใจจากความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลที่

ถูกต้อง และการสร้างความมั่นใจในการให้บริการ สรุปรายงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ การตอบสนองที่รวดเร็ว และการสร้างความมั่นใจในการให้บริการ เป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการบริการในสถาบันอุดมศึกษา การพัฒนาในด้านเหล่านี้จะช่วยเพิ่มคุณภาพการศึกษาและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักศึกษาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาใน

สุตารัตน์ สุวรรณชาติ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา พบว่าการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษามีความสม่ำเสมอและครอบคลุมสำหรับนักศึกษาทุกกลุ่ม โดยไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับความพึงพอใจระหว่างนักศึกษาตามเพศและสาขาวิชาต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนว่ากองพัฒนานักศึกษาได้ให้บริการที่มีมาตรฐานเดียวกันสำหรับนักศึกษาทุกกลุ่มและสาขา ผลการศึกษานี้สนับสนุนว่าการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษามีความสม่ำเสมอในระดับสูง ครอบคลุมทั้งในด้านการให้คำปรึกษา การสนับสนุนต่าง ๆ และการจัดกิจกรรม ส่งผลให้นักศึกษาทุกกลุ่มรับรู้ถึงคุณภาพการบริการในระดับที่คล้ายคลึงกัน

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2561) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกที่น่าสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของนักศึกษา โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) สิ่งที่ต้องได้มีผลต่อความประทับใจแรกของนักศึกษา ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ที่ทันสมัย หรือสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ล้วนส่งผลต่อประสบการณ์การใช้บริการของนักศึกษาด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการให้บริการที่ตรงตามสัญญา มีความถูกต้องแม่นยำ และตรงต่อเวลา สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักศึกษา ด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการรักษาคำมั่นสัญญาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในระยะยาวและการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ความเต็มใจและความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ รวมถึงความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษา เป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจและความพึงพอใจได้อย่างมาก การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษา โดยเฉพาะในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ สถาบันการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านเหล่านี้จะสามารถยกระดับความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์และความสำเร็จของสถาบันในระยะยาว

พรรณี คอนจ่อหอ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยพบว่ามี 3 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งนักศึกษาให้ความสำคัญกับความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลและบุคลากร ซึ่งเป็นรากฐานในการสร้างความไว้วางใจ ปัจจัยที่สองคือ การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ที่นักศึกษาคาดหวังการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพของการบริการที่ดี ปัจจัยสุดท้ายคือ การให้ความมั่นใจ (Assurance)

ซึ่งเกิดจากความเชี่ยวชาญและทัศนคติที่ดีของบุคลากร ทำให้นักศึกษารู้สึกมั่นใจในบริการที่ได้รับ ผลการวิจัยสรุปว่า การสร้างความพึงพอใจให้กับนักศึกษาเป็นผลมาจากการให้ความสำคัญกับทั้งสามปัจจัยนี้ ซึ่งไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่เป็นกระบวนการที่สามารถพัฒนาได้ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือผ่านข้อมูลที่ถูกต้องและการรักษาคำมั่นสัญญา พัฒนาระบบการตอบสนองที่รวดเร็ว และเสริมสร้างความมั่นใจด้วยการพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากร ทั้งนี้ การนำแนวทางเหล่านี้ไปปฏิบัติจะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการ เพิ่มความพึงพอใจของนักศึกษา และส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันในระยะยาว

วัชรินทร์ จันทรสีมาวรณ, ทดมัล แสงสว่าง และรุ่งนภา กิตติลาภ (2562) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของงานจัดเก็บรายได้การประปาส่วนภูมิภาค สาขามหาสารคาม พบว่า โดยมุ่งเน้นปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการและการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้น้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ ผลการวิจัยพบปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ใช้น้ำคาดหวังการให้บริการที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ โดยเฉพาะการคำนวณค่าน้ำที่แม่นยำ และไม่มีข้อผิดพลาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ความตอบสนอง (Responsiveness) ผู้ใช้น้ำต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาหรือการตอบคำถามเกี่ยวกับการบริการ การตอบสนองที่ดีช่วยลดความไม่พึงพอใจ ความเชี่ยวชาญ (Competence) บุคลากรต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดเก็บรายได้ และการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความถูกต้องในการทำงาน และความเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ใช้น้ำคาดหวังให้บุคลากรใส่ใจและเข้าใจในปัญหาของผู้มารับบริการ การให้บริการที่เป็นมิตรและเอาใจใส่ช่วยสร้างความพึงพอใจ และผลการวิจัยได้เสนอแนวทางพัฒนา แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความแม่นยำและรวดเร็วในการจัดเก็บรายได้ ฝึกอบรมบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญและพัฒนาทักษะการสื่อสารในการให้บริการ การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ ลดข้อผิดพลาดในการบริการ และส่งเสริมความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำในระยะยาว การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาทั้งด้านเทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ในการยกระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรบริการสาธารณะอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

กฤติมา เสรีรัฐ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดลำพูน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ 4 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าการบริการจะถูกต้องตรงเวลา และสามารถเชื่อถือได้ ซึ่งรวมถึงการทำงานตามขั้นตอนและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องจากเจ้าหน้าที่ ความตอบสนอง (Responsiveness) ผู้ใช้บริการต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วและการช่วยเหลือที่ทันต่อความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดปัญหาหรือข้อสงสัยในการรับบริการ ความเชี่ยวชาญ (Competence) เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ความสามารถในการทำงานและสามารถให้คำปรึกษาหรือข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และข้อกำหนดต่าง ๆ ของประกันสังคม

การเอาใจใส่ (Empathy) ผู้ใช้บริการต้องการการดูแลและความเอาใจใส่จากเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาหรือช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการ งานวิจัยนี้สรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการสามารถทำได้โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนอง การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และการดูแลที่เอาใจใส่ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจและเชื่อมั่นในบริการของสำนักงานประกันสังคมมากขึ้น

วิฑูรย์ ขาวดี และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจและวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานท้องถิ่นนี้ ผลการวิจัยพบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจแบ่งเป็น 5 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ชั้นปี และคณะที่ศึกษา มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยหลัก 4 ประการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความสม่ำเสมอของบริการที่ได้รับ โดยต้องการให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามที่สัญญาไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรวดเร็วและการตอบสนอง (Responsiveness) ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและทันเวลาในกรณีที่มีการร้องขอความช่วยเหลือหรือขอคำปรึกษาจากเจ้าหน้าที่ความเชี่ยวชาญ (Competence) ความสามารถและความเชี่ยวชาญของเจ้าหน้าที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและการแก้ไขปัญหาได้อย่างมืออาชีพ การเอาใจใส่ (Empathy) ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับการดูแลและความเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะการฟังและแก้ไขปัญหาตามความต้องการของผู้รับบริการอย่างเหมาะสม สรุปได้ว่าการเพิ่มคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลยี่สารสามารถทำได้โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนอง ความแม่นยำในการให้ข้อมูล และการดูแลที่เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อหน่วยงาน

วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์ และ คณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยหลัก 3 ประการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) นักศึกษาให้ความสำคัญกับการได้รับบริการที่ถูกต้องและตรงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ การตอบสนอง (Responsiveness) การตอบสนองที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพจากบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญ นักศึกษาคาดหวังว่าบริการจะสามารถตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว การเอาใจใส่ (Empathy) นักศึกษาคาดหวังให้บุคลากรแสดงความเอาใจใส่และมีความเป็นมิตรในการให้บริการ รวมถึงการเข้าใจในปัญหาและความต้องการของนักศึกษา และการศึกษายังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ชั้นปี และคณะที่ศึกษา มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน จึงสรุปได้ว่าการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองที่

รวดเร็ว และการเอาใจใส่นักศึกษา ซึ่งจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของนักศึกษาและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย รวมทั้งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา เพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักศึกษาและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร

รัตนกุล เสือเริง (2563) ได้ศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะในด้านความสุภาพ อ่อนน้อม และความเต็มใจในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก โดยเน้นที่ความรวดเร็วและความเป็นระบบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักศึกษาพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะความสะอาดและความเป็นระเบียบของสถานที่ ด้านคุณภาพการให้บริการ ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก โดยเน้นที่ความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล การวิจัยยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชั้นปี และคณะที่ศึกษา มีผลต่อระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษาเพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักศึกษาให้สูงขึ้น

พัชรภรณ์ บุญมี (2561) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการให้บริการงานกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พบว่านักศึกษามีความคาดหวังและความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามกลุ่มการศึกษา โดยเฉพาะนักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรเทียบโอนมีความพึงพอใจสูงกว่านักศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทั่วไป ซึ่งอาจเนื่องมาจากนักศึกษากลุ่มนี้มีประสบการณ์การศึกษามาก่อน ทำให้มีมุมมองและความคาดหวังที่แตกต่างจากนักศึกษาทั่วไป อีกทั้งยังอาจมองว่าคุณภาพการให้บริการของฝ่ายกิจการนักศึกษาเหนือกว่าความคาดหวังของพวกเขา ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการวิจัยในหัวข้อเดียวกันที่ชี้ให้เห็นถึงการรับรู้และความคาดหวังที่สูงกว่าของนักศึกษาหลักสูตรเทียบโอน ซึ่งสะท้อนถึงการที่นักศึกษากลุ่มนี้มองว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพที่เหนือกว่าเนื่องจากประสบการณ์และความคาดหวังที่ต่างจากกลุ่มนักศึกษาในหลักสูตรปริญญาตรีทั่วไป

ณภัทร ภูนาขาว และ ทตมัล แสงสว่าง (2563) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินและบัญชี ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น และได้พัฒนาแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจและหาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับสูงสุดในการสนองตอบลูกค้า โดยการให้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ รวมถึงมีการติดต่อสื่อสารและให้ข้อมูลผ่านหลายช่องทาง ด้านความใส่ใจ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับสูง โดยเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเสมอภาค แก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม และเปิดรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ ด้านความเชื่อมั่น พบว่าเจ้าหน้าที่มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน มีระบบการเก็บรักษาเอกสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

มีการให้บริการมีขั้นตอนที่ง่าย ไม่ซับซ้อน มีจุดบริการครบวงจร ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ มีการกำหนดระยะเวลาการให้บริการที่ชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้ สรุปได้ว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจคือการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และน่าเชื่อถือ ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการงานการเงินและบัญชีในสถานศึกษา ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

นันทธนภัส อัสวณัฐกร (2564) การวิจัยเรื่อง "อิทธิพลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี" ได้ทำการสำรวจนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 375 คน เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับสูง และมีผลการวิเคราะห์ทางสถิติแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.05$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ถึงร้อยละ 62.4 ($R^2 = 0.624$) นอกจากนี้ ยังพบว่าสาขาวิชาที่นักศึกษา กำลังศึกษามีผลต่อระดับความพึงพอใจ โดยนักศึกษาสาขาการตลาดมีความพึงพอใจต่อการบริการมากกว่าสาขาอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยอื่น ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ สรุป การพัฒนาคุณภาพการบริการในสถาบันอุดมศึกษาไม่เพียงแต่จะเพิ่มความพึงพอใจของนักศึกษาเท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและการพัฒนานักศึกษาในระยะยาว การให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการ การสร้างความเข้าใจ และการให้ความมั่นใจแก่นักศึกษา จะเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสถาบันการศึกษาในอนาคต

กุสุมา แยมเกตุ ทิพวรรณ เดชสงค์ และ นิชาภัทร จาวิสูตร 2565 ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษา โดยใช้กรณีศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงมาเป็นด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณภาพการให้บริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และประเภทของผู้รับบริการไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการรับบริการงานวิจัยนี้ยังให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถ การปรับปรุงป้ายบอกทาง และการจัดให้มีจุดประชาสัมพันธ์หรือเคาน์เตอร์บริการแบบครบวงจร ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการของกองบริการการศึกษา พร้อมทั้งชี้ให้เห็นโอกาสในการพัฒนาการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) ในบทความ "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality" วารสาร Journal of Retailing

สามารถสรุปได้ดังนี้ มีการพัฒนาเครื่องมือ SERVQUAL ซึ่งเป็นมาตรวัดคุณภาพการบริการที่ประกอบด้วยข้อคำถาม 22 ข้อ ครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และมาตรวัดการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยง (Reliability) มีความสามารถในการนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการให้บริการหลากหลายประเภท โดยมีปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการในภาพรวม พบว่ามิติความน่าเชื่อถือนี้อิทธิพลมากที่สุดในการอธิบายคุณภาพการบริการ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการประเมินคุณภาพการบริการและการวินิจฉัยปัญหาคุณภาพการบริการ ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการขององค์กรได้งานวิจัยนี้ถือเป็นงานวิจัยชิ้นสำคัญที่ริเริ่มพัฒนาเครื่องมือการบริการ ซึ่งได้รับการนำไปใช้อย่างแพร่หลายในงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในเวลาต่อมา และถือเป็นรากฐานสำคัญของการวิจัยด้านคุณภาพการบริการในปัจจุบัน

Martins, Carvalho, Ramos, & Fael (2015) ได้ศึกษาเรื่อง "Assessing Obstetrics Perceived Service Quality at a Public Hospital" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการบริการที่รับรู้ของผู้ป่วยในแผนกสูติกรรมของโรงพยาบาลรัฐแห่งหนึ่งในประเทศโปรตุเกส เป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการโดยใช้มาตรวัด SERVPERF ผลการศึกษาพบว่า มิติคุณภาพการบริการที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) รองลงมาคือ การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) ความเอาใจใส่ (Empathy) และความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ตามลำดับ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า ระดับการศึกษาและอายุของผู้ป่วยมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกัน โดยผู้ป่วยที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามีแนวโน้มให้คะแนนคุณภาพการบริการต่ำกว่า ในขณะที่ผู้ป่วยที่มีอายุมากกว่ามักให้คะแนนคุณภาพการบริการสูงกว่า จากผลการศึกษาได้เสนอแนะให้โรงพยาบาลปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยเน้นการพัฒนาด้านความเป็นรูปธรรม เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ทางการแพทย์ และสภาพแวดล้อมของโรงพยาบาล นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเอาใจใส่และความเข้าใจต่อผู้ป่วยเป็นรายบุคคล จึงสรุปได้ว่า งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้มาตรวัด SERVPERF ในการประเมินคุณภาพการบริการของโรงพยาบาล ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับมุมมองของผู้ป่วยและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น

Ali, Kim, & Ryu (2016) ได้ศึกษาเรื่อง "The effect of physical environment on passenger delight and satisfaction: Moderating effect of national identity" ที่เกี่ยวกับอิทธิพลสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความสุขและความพึงพอใจของผู้โดยสาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้โดยสารในสนามบินกัวลาลัมเปอร์ อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำนวน 271 คน พบว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามบิน ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมเชิงสัญลักษณ์ สภาพแวดล้อมทางสังคม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทั้งความพึงพอใจและความประทับใจของผู้โดยสารเมื่อผู้โดยสารเกิดความประทับใจแล้ว จะส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมด้วย ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับผู้โดยสารอัตลักษณ์ทาง มีบทบาทในการกำกับความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางกายภาพและความพึงพอใจ โดยอัตลักษณ์ทางชาติที่แตกต่าง

กันจะทำให้ผู้โดยสารมีการรับรู้และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน จากงานวิจัยสรุปได้ว่าอิทธิพลของสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร

Josiam & Henry (2014) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "Eatertainment: Utilitarian and hedonic motivations for patronizing fun experience restaurants" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจเชิงอรรถประโยชน์ และแรงจูงใจเชิงอัตตะ ในการใช้บริการร้านอาหารที่มีรูปแบบความบันเทิงหรือ "fun experience restaurants" ซึ่งเป็นร้านอาหารที่มีการผสมผสานระหว่างอาหารและความบันเทิงเข้าด้วยกัน โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคชาวอเมริกันจำนวน 302 คน ที่มีแรงจูงใจเชิงอรรถประโยชน์ และแรงจูงใจเชิงอัตตะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้บริการร้านอาหารรูปแบบนี้ โดยแรงจูงใจเชิงอัตตะ ได้แก่ ความต้องการความตื่นเต้น ความแปลกใหม่ และประสบการณ์ที่น่าจดจำ ในขณะที่แรงจูงใจเชิงอรรถประโยชน์ ได้แก่ คุณภาพอาหาร ความสะอาดสบาย และความคุ้มค่าเงิน ความแตกต่างของประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ และแรงจูงใจในการรับประทานอาหารนอกบ้าน มีผลต่อการตอบสนองต่อร้านอาหารประเภทนี้แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจเชิงอัตตะสูงจะมีแนวโน้มที่จะใช้บริการมากกว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ร้านอาหารรูปแบบนี้ในเชิงบวก โดยมองว่าเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการรับประทานอาหารและความบันเทิงร่วมกับครอบครัวและเพื่อน รวมถึงสามารถตอบสนองความต้องการทั้งด้านอรรถประโยชน์และอัตตะไปพร้อมๆ กัน ผลการศึกษานี้ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารเข้าใจแรงจูงใจและความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยควรให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพอาหาร ความบันเทิง และการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค

จากการศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการให้บริการและความพึงพอใจต่างๆ มาประยุกต์เป็นกรอบการวิจัยเพื่อพัฒนาการกำหนดตัวแปรเป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี”

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีลำดับขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากร
- 3.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ในครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เนื่องฝ่ายพัฒนานักศึกษา เป็นหน่วยงานในสังกัดของ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีนักศึกษาภายในคณะฯ ทุกชั้นปีมาใช้บริการในด้านต่าง ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตประชากรในการวิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ รวมทั้งสิ้น 5,724 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2566 สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 5,724 คน

สาขาวิชาคณะบริหารธุรกิจ	จำนวนนักศึกษาทั้งหมด ระดับปริญญาตรี					
	ปีการศึกษา 2566					รวม ทั้งหมด
	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	ชั้นปีที่ 5 ขึ้นไป	
การเงิน ภาคปกติ	168	115	96	113	2	494
การจัดการ - การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภาคปกติ	107	89	100	96	3	395
การจัดการ - การจัดการทั่วไป ภาคปกติ	0	0	0	0	2	2
การจัดการ - นวัตกรรมการจัดการธุรกิจ ภาคปกติ	135	77	110	124	12	458
การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ภาคปกติ	194	125	129	133	6	587
การตลาด - การค้าปลีก ภาคปกติ	54	56	0	0	0	110
การตลาด - การจัดการนิทรรศการ และการตลาดเชิง กิจกรรม ภาคปกติ	42	42	61	47	0	192
การตลาด - การตลาด ภาคปกติ	252	145	162	162	20	741
การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ ภาคปกติ	154	109	119	128	7	517
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ภาคปกติ	149	109	139	127	8	532
บัญชีบัณฑิต ภาคปกติ	131	109	142	149	14	545
เศรษฐศาสตร์ - เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาคปกติ	130	52	72	58	2	314
International Business Administration ภาคปกติ	23	15	8	27	5	78
Logistics and Supply Chain Management ภาค ปกติ	20	7	6	3	0	36
การจัดการ - การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (รับวุฒิ ปวส. เทียบโอน)	67	43	2	0	0	112
การจัดการ - นวัตกรรมการจัดการธุรกิจ (รับวุฒิ ปวส. เทียบโอน)	92	39	12	0	0	143
การตลาด - การตลาด (รับวุฒิ ปวส. เทียบโอน)	0	0	8	1	0	9
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (รับวุฒิ ปวส. เทียบโอน)	82	82	8	2	1	175
บัญชีบัณฑิต (รับวุฒิ ปวส. เทียบโอน)	95	74	13	0	0	182
การตลาด ภาคพิเศษ	0	0	0	0	3	3
การตลาด - การค้าปลีก ภาคพิเศษ	0	0	44	47	1	92
การตลาด - การตลาด ภาคพิเศษ	0	0	0	0	4	4
รวมทั้งหมด	1,895	1,288	1,231	1,217	93	5,724

ที่มา: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กันยายน 2566)

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดระดับความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

กำหนดให้ n = จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

N = จำนวนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

e = ระดับความผิดพลาดเท่ากับ .05

แทนค่า $n = \frac{5,724}{1+(5,724)(.05)^2}$

$$n = 373.87$$

ดังนั้น การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 373.87 ตัวอย่าง ดังนั้น จึงมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาปัดตามจำนวนเต็มที่คำนวณได้ คือ จำนวน 374 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 6.51 ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระดับปริญญาตรี ดังจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนการแบ่งชั้นภูมิของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับที่	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
ชั้นปีที่ 1	$\frac{1,895 \times 374}{5,724} = 124$
ชั้นปีที่ 2	$\frac{1,288 \times 374}{5,724} = 84$
ชั้นปีที่ 3	$\frac{1,231 \times 374}{5,724} = 81$
ชั้นปีที่ 4	$\frac{1,219 \times 374}{5,724} = 78$
ชั้นปีที่ 5	$\frac{93 \times 374}{5,724} = 7$
รวม	374

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามชนิดเลือกตอบเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัย ได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed Ended Question) เป็นคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา เป็นลักษณะคำถามแบบสำรวจรายการ มีจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

คำถามข้อที่ 1 เพศชาย/หญิง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

คำถามข้อที่ 2 หลักสูตร โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกเป็นแบบรายการ ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. หลักสูตร 4 ปี
2. หลักสูตร 2 ปีเทียบโอน

คำถามข้อที่ 3 ชั้นปี โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกเป็นแบบรายการ ซึ่งเป็นการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ชั้นปีที่ 1
2. ชั้นปีที่ 2
3. ชั้นปีที่ 3
4. ชั้นปีที่ 4
5. มากกว่าชั้นปีที่ 4 (ปีที่ 5)

คำถามข้อที่ 4 สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบเพียงข้อเดียว จากคำตอบที่มีให้เลือกเป็นแบบรายการ ซึ่งเป็นการวัด ข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. สาขาวิชาการเงิน
2. สาขาวิชาการจัดการ
3. สาขาวิชาการตลาด
4. สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์
5. สาขาวิชาการบัญชี
6. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
7. สาขาวิชาระบบสารสนเทศ
9. สาขาวิชาหลักสูตรนานาชาติ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองผู้รับ บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ และนำการวัดคะแนนตามแบบมาตราวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) เรียกว่า วิธีการประเมินแบบรวมค่า (Method of Summated Rating) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการน้อย
- 3 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการมาก
- 5 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการมากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของ นันทธนัท อัครฉวีภูธร (2564) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยประยุกต์กรวัดคะแนนตามแบบมาตราวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) เรียกว่า วิธีการประเมินแบบรวมค่า (Method of Summated Rating) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

การแปลความหมายระดับคะแนน

การแปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ยที่มี 5 ระดับ ได้แก่ คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการ บริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและ รู้จักผู้รับบริการ และความพึงพอใจต่อ คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 การแปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ย

ระดับความคิดเห็น	ข้อคำถามเชิงบวก (คะแนน)
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับความคิดเห็นโดยยึดเกณฑ์ตามที่ได้จากสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นได้ ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยของปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับมาก
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับน้อย
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ค่าเฉลี่ยของปัจจัยความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
 ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

แนวทางในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษา “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี” ได้ศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี บทความวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาข้อคำถามจากแบบสอบถามในงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความสอดคล้อง ครอบคลุมและตรงประเด็นกับแนวคิดและทฤษฎีที่ต้องศึกษาในเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี และนำข้อคำถามมาจัดให้อยู่ในรูปแบบของแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้

3. ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบข้อคำถามว่าครอบคลุมเนื้อหาและ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่

3.2 นำแบบสอบถามมาทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยทำการหาค่าความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Item - Objective Congruence Index : IOC) และให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เป็นผู้ประเมินข้อคำถามในแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้องเหมาะสม กับสิ่งที่ต้องการวัดในแต่ละด้าน และตรงประเด็นที่ต้องการศึกษาหรือไม่ หลักจากผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินแบบสอบถามแล้ว จึงนำแบบสอบถามมาหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแต่ละข้อคำถาม หากข้อคำถามใดมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีคุณภาพและสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ส่วนข้อคำถามใดที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาต่ำกว่า 0.5ให้นำแบบสอบถามนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามเกณฑ์ โดยใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

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

เมื่อ	IOC	หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง
	R	หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
	N	หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
หมายเหตุ		
	ค่า +1	หมายถึง ข้อคำถามที่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน
	ค่า 0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้
	ค่า -1	หมายถึง ข้อคำถามที่ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

โดยผลความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ได้ในงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการคำนวณให้
สอดคล้องภายในของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ลำดับ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญประเมิน					ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		1	2	3	4	5		
คุณภาพการให้บริการ ของฝ่ายพัฒนานักศึกษา	1	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	4	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ผ่าน
	5	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	6	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	7	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	8	+1	+1	+1	+1	0	0.80	ผ่าน
	9	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	10	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	11	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	12	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	13	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	14	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ผ่าน
	15	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	16	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ผ่าน
	17	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	18	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	19	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	20	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ผ่าน
	21	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
ความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ	1	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ผ่าน

3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
ซึ่งเป็น นักศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถาม
ไปหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Olpha) ของ Cronbach's alpha ซึ่งค่า

ความเชื่อมั่นจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมมีค่า = 0.99 และมีค่าความเชื่อมั่นรายด้านดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (รายด้าน)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา	21	0.99
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	5	0.94
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4	0.95
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4	0.96
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	4	0.96
การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)	4	0.96
ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ	3	0.96

เมื่อได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 374 คน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยัง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล

3.4.2 เตรียมแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลให้เพียงพอและอยู่ในสภาพที่เรียบร้อย

3.4.3 ผู้วิจัยเป็นผู้แจกแบบสอบถามตามประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 374 ชุด ในระหว่างเดือนธันวาคม 2566 - พฤศจิกายน 2567

3.4.4 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หากมีความสมบูรณ์ในการตอบจึงนำไปวิเคราะห์ต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา และความพึงพอใจของนักศึกษา โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งใช้วิธีวิเคราะห์ ข้อมูลโดยคำนวณความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศ หลักสูตรที่กำลังศึกษา สาขาวิชาที่กำลังศึกษา และระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา

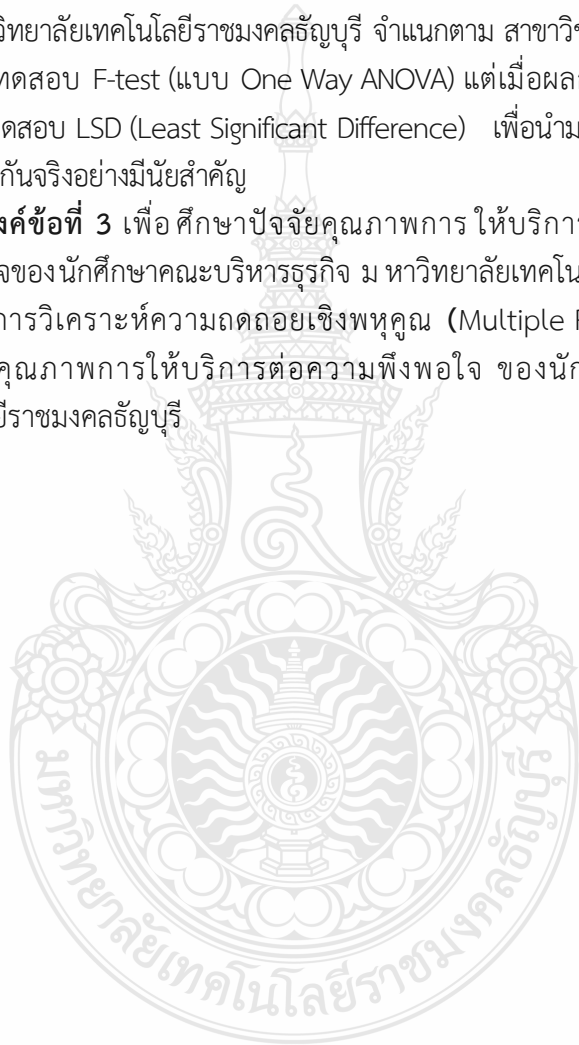
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชาที่แตกต่างกัน ในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี แบ่งออกเป็น

- การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็น ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตามเพศ และหลักสูตร โดยการทดสอบ t-test (แบบ Independent Sample Group)

- การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตาม สาขาวิชาที่กำลังศึกษา ระดับชั้นปีที่กำลังศึกษา โดยการทดสอบ F-test (แบบ One Way ANOVA) แต่เมื่อผลการทดสอบ F-test พบว่า มีนัยสำคัญจะต้องนำมาทดสอบ LSD (Least Significant Difference) เพื่อนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหา คู่ของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันจริงอย่างมีนัยสำคัญ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการ ให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

- ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 374 ชุด ที่ผ่านการตรวจคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา ที่แตกต่างกันในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพ การให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ โดยแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD)

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

1. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยใช้สถิติ t-test สำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และกรณีตัวแปรกลุ่มย่อย 3 กลุ่มนี้ขึ้นไปใช้ One Way ANOVA เป็นเครื่องมือทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบพหุพจน์ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหาคู่ของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันจริงอย่างมีนัยสำคัญ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยได้นำสถิติมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) แบบ ENTER

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรว่าถูกต้องหรือไม่
R^2	หมายถึง	กำลังสองของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณหรือร้อยละของความแปรผันร่วมกันของตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์
Adjusted R^2	หมายถึง	ค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
a	หมายถึง	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
b	หมายถึง	ค่าน้ำหนักสามสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ (Score Weight)
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standard Regression Coefficients)
Sig	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติ p -value (Significance)
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบสอบถาม ได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน ชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน หลักสูตรที่ศึกษาในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	75	20.10
หญิง	299	79.90
รวม	374	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีเพศหญิง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 79.90 และมีเพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน

สาขาวิชา	ความถี่	ร้อยละ
การตลาด	55	14.7
การจัดการ	80	21.4
การบัญชี	55	14.7
การเงิน	87	23.3
เศรษฐศาสตร์	15	4.0
ระบบสารสนเทศ	33	8.8
ธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์	27	7.2
หลักสูตรนานาชาติ	22	5.9
รวม	374	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการเงิน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมานักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดและสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาระบบสารสนเทศ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และจำนวนน้อยที่สุดเป็นนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน

ชั้นปี	ความถี่	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	124	33.2
ชั้นปีที่ 2	84	22.5
ชั้นปีที่ 3	81	21.7
ชั้นปีที่ 4	78	20.9
มากกว่าชั้นปีที่ 4	7	1.9
รวม	374	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และจำนวนน้อยที่สุดเป็นนักศึกษามากกว่าชั้นปีที่ 4 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหลักสูตรที่ศึกษาในปัจจุบัน

หลักสูตรที่ศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
หลักสูตร 4 ปี	315	84.2
หลักสูตรเทียบโอน 2 ปี	59	15.8
รวม	374	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหลักสูตร 4 ปีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 และนักศึกษาหลักสูตรเทียบโอน 2 ปี ปีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ผู้วิจัยประเมินข้อมูลจากองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ การวิเคราะห์แสดงตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยี และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการที่ เหมาะสม และทันสมัย	4.26	0.78	มากที่สุด	3
2. ทำเลที่ตั้งของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม มีป้ายบอกให้เห็นอย่างชัดเจน มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง	4.25	0.80	มากที่สุด	4
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.32	0.76	มากที่สุด	2
4. สำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการจัดวางเอกสารอย่างเป็นระเบียบ	4.33	0.75	มากที่สุด	1
5. การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศปลอดโปร่ง	4.32	0.76	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.30	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.30

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษามีการจัดวางเอกสารอย่างเป็นระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมาคือด้าน เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และการตกแต่งและสภาพแวดล้อมของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศปลอดโปร่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านทำเลที่ตั้งของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม มีป้ายบอกให้เห็นอย่างชัดเจน มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีเวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้	4.40	0.69	มากที่สุด	1
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความรอบคอบ ถูกต้องและน่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ	4.36	0.75	มากที่สุด	3
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเต็มใจในการแก้ไขปัญหาให้กับนักศึกษาเรื่องต่าง ๆ	4.36	0.77	มากที่สุด	3
4. ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ	4.38	0.72	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.38	0.68	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีเวลา เปิด-ปิด ในการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมาคือฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความรอบคอบ ถูกต้องและน่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ และ เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเต็มใจในการแก้ไขปัญหาให้กับนักศึกษาเรื่องต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการตอบสนองต่อ
ผู้รับบริการ (Responsiveness)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ	4.27	0.79	มากที่สุด	4
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะให้บริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่	4.30	0.78	มากที่สุด	2
3. กระบวนการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ เป็นระบบและมีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.28	0.78	มากที่สุด	3
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ให้การต้อนรับและพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้มารับบริการ	4.36	0.76	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.30	0.73	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ให้การต้อนรับและพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะให้บริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 และลำดับน้อยที่สุดคือความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจแก่
ผู้รับบริการ (Assurance)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความรู้ที่เหมาะสมกับงาน เช่น เรื่องการเบิกจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา	4.36	0.72	มากที่สุด	2
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ	4.34	0.77	มากที่สุด	3

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) (ต่อ)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
3. ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ มีป้ายหรือกล่องรับเรื่องการให้บริการเป็นระบบตามลำดับก่อน-หลัง	4.38	0.73	มากที่สุด	1
4. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีทักษะในการทำงาน สามารถ ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่าง ถูกต้องตรงกับความต้องการ	4.38	0.73	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.37	0.68	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ มีป้ายหรือกล่องรับเรื่องการให้บริการเป็นระบบตามลำดับก่อน-หลัง และเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีทักษะในการทำงาน สามารถ ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่าง ถูกต้องตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความรู้ที่เหมาะสมกับงาน เช่นเรื่องการเบิกจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาค	4.36	0.72	มากที่สุด	2
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความเอาใจใส่รับฟังผู้มาใช้บริการอย่างตั้งใจ	4.37	0.76	มากที่สุด	1
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับนักศึกษา	4.37	0.74	มากที่สุด	1
4. ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ให้ทราบอยู่เสมอและหลากหลายช่องทาง	4.37	0.75	มากที่สุด	1
ภาพรวม	4.37	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดที่เท่ากันคือ 2.เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความเอาใจใส่รับฟังผู้มาใช้บริการอย่างตั้งใจ เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับนักศึกษาและฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ให้ทราบอยู่เสมอและหลากหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในภาพรวม

คุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	4.30	0.69	มากที่สุด	3
2.ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.38	0.68	มากที่สุด	1
3.ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	4.30	0.73	มากที่สุด	3
4.ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	4.37	0.69	มากที่สุด	2
5.ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)	4.37	0.69	มากที่สุด	2
ภาพรวม	4.43	0.66	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 รองลงมาด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การวิเคราะห์แสดงตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{x}$	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	4.35	0.73	มากที่สุด	1
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้	4.33	0.72	มากที่สุด	2
3. ท่านมั่นใจว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดีกว่าที่ท่านคาดหวังไว้	4.32	0.74	มากที่สุด	3
ภาพรวม	4.33	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมของฝ่ายพัฒนานักศึกษามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาด้านการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านความมั่นใจว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษาดีกว่าที่ท่านคาดหวังไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

1. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยใช้สถิติ t-test สำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และกรณีตัวแปรกลุ่มย่อย 3 กลุ่มนี้ขึ้นไปใช้ One Way ANOVA เป็นเครื่องมือทางสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อนำมาเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหาคู่ของค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันจริงอย่างมีนัยสำคัญ ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชาที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยใช้ Independent Sample t-test ในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามกำหนด โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	Independent samples t-test					
	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ความพึงพอใจของนักศึกษา	ชาย	75	4.23	0.745	-1.519	0.130
	หญิง	299	4.36	0.677		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักศึกษาชาย ($n = 75$) อยู่ที่ 4.23 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.745 ขณะที่นักศึกษาหญิง ($n = 299$) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.36 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.677 นอกจากนี้ ค่าทดสอบทางสถิติ t มีค่าเท่ากับ -1.519 และค่า Sig. หรือ p -value เท่ากับ 0.130 ซึ่งมีค่าสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ดังนั้น จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ดังนั้น สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายถึง ความพึงพอใจของนักศึกษาชายและหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.2 หลักสูตรที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

H_0 : หลักสูตรที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : หลักสูตรที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยใช้ Independent sample t-test ในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา
จำแนกตามหลักสูตร

ตัวแปร	Independent samples t-test					
	หลักสูตร	N	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ความพึงพอใจของ นักศึกษา	หลักสูตร 4 ปี	315	4.29	0.707	2.888	0.004*
	หลักสูตรเทียบ	59	4.57	0.553		
	โอน 2 ปี					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักศึกษาในหลักสูตร 4 ปี ($n = 315$) อยู่ที่ 4.29 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.707 ขณะที่นักศึกษาในหลักสูตรเทียบโอน 2 ปี ($n = 59$) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.57 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.553 นอกจากนี้ค่าทดสอบทางสถิติ t มีค่าเท่ากับ 2.888 และค่า Sig. หรือ p -value เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 ดังนั้น จึงสามารถปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับ H_1 จึงสรุปได้ว่า หลักสูตรที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายถึง นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน 2 ปี มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 สาขาวิชาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

H_0 : สาขาวิชาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยใช้ One-way ANOVA ในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามกำหนด โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาจำแนกตามสาขาวิชา

หลักสูตร	One-way ANOVA (F-test)			
	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
การตลาด	4.21	0.729	1.343	0.229
การจัดการ	4.42	0.662		
การบัญชี	4.41	0.592		
การเงิน	4.37	0.602		
เศรษฐศาสตร์	4.37	0.561		
ระบบสารสนเทศ	4.26	0.725		
ธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์	4.40	0.893		
หลักสูตรนานาชาติ	4.01	0.951		
Total	4.33	0.692		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา จำแนกตามสาขาวิชาที่เรียน โดยภาพรวมพบว่า p -value เท่ากับ 1.343 และค่า Sig. เท่ากับ 0.229 เมื่อเปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 นั้น พบว่าค่า Sig. มีค่าสูงกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า สมมติฐานหลัก (H_0) ไม่สามารถถูกปฏิเสธได้ หมายความว่า สาขาวิชาแต่ละสาขามีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

H_0 : ชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยใช้ One-way ANOVA ในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามกำหนด โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

หลักสูตร	One-way ANOVA (F-test)			
	$\bar{x}$	SD	t	Sig.
ชั้นปีที่ 1	4.43	0.605	1.192	0.314
ชั้นปีที่ 2	4.35	0.626		
ชั้นปีที่ 3	4.25	0.764		
ชั้นปีที่ 4	4.25	0.769		
มากกว่าชั้นปีที่ 4	4.33	1.054		
Total	4.33	0.692		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่าที่ 4.15 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา จำแนกตามสาขาวิชาที่เรียน โดยภาพรวมพบว่า p -value เท่ากับ 1.192 และค่า Sig. เท่ากับ 0.314 เมื่อเปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 นั้น พบว่าค่า Sig. มีค่าสูงกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า สมมติฐานหลัก (H_0) ไม่สามารถถูกปฏิเสธได้ หมายความว่า ชั้นปีที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

H_0 : ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

H_1 : ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้วิจัยใช้ Multiple Regression Analysis แบบ Enter ในการวิเคราะห์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (ตัวแปรอิสระ) และความพึงพอใจของนักศึกษา (ตัวแปรตาม)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Sig.
1	0.922 ^a	0.849	0.847	0.270	1.894	0.000

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาและความพึงพอใจของนักศึกษาเท่ากับ 0.922 ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่สูงมากระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นอกจากนี้ ค่าความแปรปรวนรวม (R^2) เท่ากับ 0.849 หมายความว่า 84.9% ของความแปรปรวนในความพึงพอใจของนักศึกษาสามารถอธิบายได้โดยปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา เมื่อมีการปรับค่าให้เหมาะสมกับจำนวนตัวแปรในโมเดล ค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.847 ซึ่งยังคงแสดงถึงความสามารถในการทำนายที่สูง นอกจากนี้ ค่า Std. Error of Estimate เท่ากับ 0.270 บ่งบอกถึงความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ต่ำระหว่างค่าที่คาดการณ์และค่าจริงของความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งแสดงถึงการคาดการณ์ที่มีความแม่นยำสูง ส่วนค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.894 ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสม (ใกล้เคียง 2) แสดงว่าไม่มีปัญหาเรื่องอัตโนมัติสัมพันธ์ (Autocorrelation) ในตัวแบบนี้ ในส่วน ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณขั้นตอนสุดท้ายโดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (ตัวแปรอิสระ) และความพึงพอใจของนักศึกษา (ตัวแปรตาม)

คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนา นักศึกษา	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant) ค่าคงที่	0.202	0.095			2.119	0.035
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.035	0.036	0.036		0.984	0.326
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.269	0.058	0.267		4.615	0.000
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)	0.141	0.052	0.150		2.731	0.007
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)	0.091	0.061	0.090		1.496	0.135
การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)	0.412	0.059	0.417		6.977	0.000

จากตารางที่ 4.17 พบผลการวิเคราะห์การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณขั้นตอนสุดท้ายโดยวิธี Enter ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของนักศึกษาซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) มีค่า Unstandardized Coefficient B เท่ากับ 0.035 และค่า S.E. เท่ากับ 0.036 โดยมีค่า Beta (Standardized Coefficient) เท่ากับ 0.036 และ t-value เท่ากับ .984 อย่างไรก็ตาม ค่า p-value เท่ากับ 0.326 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.05) ทำให้ปัจจัยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่า Unstandardized Coefficient B เท่ากับ 0.269 และค่า S.E. เท่ากับ 0.058 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.267 และ t-value เท่ากับ 4.615 โดยมี p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งบอกว่าปัจจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติและส่งผลกระทบบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) มีค่า Unstandardized Coefficient B เท่ากับ 0.141 และค่า S.E. เท่ากับ 0.052 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.150 และ t-value เท่ากับ 2.731 โดยมี p-value เท่ากับ 0.007 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด บ่งบอกว่าปัจจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) มีค่า Unstandardized Coefficient B เท่ากับ 0.091 และค่า S.E. เท่ากับ 0.061 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.090 และ t-value

เท่ากับ 1.496 โดยมี p-value เท่ากับ 0.135 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ทำให้ปัจจัยนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

5. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) มีค่า Unstandardized Coefficient B เท่ากับ .412 และค่า S.E. เท่ากับ 0.059 โดยมีค่า Beta เท่ากับ 0.417 และ t-value เท่ากับ 6.977 โดยมี p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งบอกว่าปัจจัยนี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมาก

สมการถดถอยที่คำนวณได้โดยคะแนนดิบ

ความพึงพอใจของนักศึกษา = $0.202 + 0.269$ (ความน่าเชื่อถือ) + 0.141 (การตอบสนองต่อผู้รับบริการ) + 0.412 (การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ)

สมการถดถอยที่คำนวณได้โดยคะแนนมาตรฐาน

ความพึงพอใจของนักศึกษา = 0.267 (ความน่าเชื่อถือ) + 0.150 (การตอบสนองต่อผู้รับบริการ) + 0.417 (การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ)

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญคือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) ในขณะที่ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) และการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการให้ บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัย ส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา ที่แตกต่างกันในการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผล ต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3) เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพ การให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 374 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนการประเมินค่า Rating scale มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.991 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสถิติ t-test สำหรับตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม และกรณีตัวแปรกลุ่มย่อย 3 กลุ่มขึ้นไปใช้ One-Way ANOVA และใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยสรุป ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 374 ชุด โดยวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยคือเพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุป ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบสอบถาม ได้แก่ เพศ สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน ชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน หลักสูตรที่ศึกษาในปัจจุบัน

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีเพศหญิง จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 79.90 และมีเพศชาย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.10

สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา สาขาวิชาการเงิน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมานักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาการตลาดและสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาระบบสารสนเทศ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมาเป็นนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์ จำนวน 27 คน

คิดเป็นร้อยละ 7.2 และจำนวนน้อยที่สุดเป็นนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 และจำนวนน้อยที่สุดเป็นศึกษามากกว่าชั้นปีที่ 4 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ที่ศึกษาในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหลักสูตร 4 ปีจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 และนักศึกษาหลักสูตรเทียบโอน 2 ปี ปีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในภาพรวม พบว่าการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านต่าง ๆ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 รองลงมาด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาารายด้านและรายข้อของคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีการจัดวางเอกสารอย่างเป็นระเบียบมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 รองลงมาคือด้าน เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ แต่งกายสุภาพเรียบร้อย และการตกแต่งและสภาพแวดล้อมของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศปลอดโปร่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านทำเลที่ตั้งของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม มีป้ายบอกให้เห็นอย่างชัดเจน มีช่องทางการติดต่อหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ตามลำดับ

2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุดคือฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีเวลา เปิด-ปิด ในการให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมาคือฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความรอบคอบ ถูกต้อง และน่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ และ เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเต็มใจในการแก้ไขปัญหาให้กับนักศึกษาเรื่องต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้การต้อนรับและพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะให้บริการได้อย่างทันท่วงที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 และลำดับน้อยที่สุดคือความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 ตามลำดับ

4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ มีป้ายหรือกล่องรับเรื่องการให้บริการเป็นระบบตามลำดับก่อน-หลัง และเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีทักษะในการทำงาน สามารถ ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่าง ถูกต้องตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความรู้ที่เหมาะสมกับงาน เช่น เรื่องการเบิกจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความสุภาพเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 ตามลำดับ

5. ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) พบว่า การบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจในการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดที่เท่ากันคือ2.เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วยความเอาใจใส่รับฟังผู้มาใช้บริการอย่างตั้งใจ เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับนักศึกษาและฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านต่าง ๆ ให้ทราบอยู่เสมอและหลากหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีพบว่าความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่า 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และเมื่อวิเคราะห์รายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยสูงที่สุดด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมของฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาด้านการให้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และลำดับน้อยที่สุดคือด้านความมั่นใจว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษาดีกว่าที่ท่านคาดหวังไว้ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ หลักสูตร ชั้นปี สาขาวิชา ที่มีต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

-ปัจจัยส่วนบุคคล เพศและสาขาวิชาไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่หลักสูตรมีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

-ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และการเข้าใจในความต้องการของผู้รับบริการ มีผลสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ในขณะที่ปัจจัยความเป็นรูปธรรมและการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของนักศึกษาในอนาคต

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้สามารถเชื่อมโยงกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหลายประการ โดยการอภิปรายผลในครั้งนี้จะแบ่งออกเป็นสามประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากผลการวิจัย การศึกษาระดับปัจจัยใจคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาพบว่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการเข้าใจและใส่ใจผู้รับบริการ (Empathy) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml, และ Berry (1988) ที่ระบุว่า การเข้าใจความต้องการและการใส่ใจผู้รับบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า การที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาสามารถให้บริการที่ใส่ใจนักศึกษาอย่างจริงจัง ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักศึกษากับหน่วยงานพัฒนานักศึกษาได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ

Grönroos (1990) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อบริการที่ได้รับตรงตามหรือเกินความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงนักศึกษา ที่มองว่าการบริการจากฝ่ายพัฒนานักศึกษาอยู่ในระดับที่ตอบโจทยความต้องการของพวกเขาได้อย่างดีข้อค้นพบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานพัฒนานักศึกษา และหน่วยงานอื่น ๆ ในสถาบันการศึกษา โดยมุ่งเน้นการสร้างที่น่าเชื่อถือ การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง การรักษาความลับสัญญา และการแสดงความเชี่ยวชาญในงานบริการการตอบสนองที่รวดเร็ว ลดระยะเวลารอคอย การแก้ปัญหาอย่างทันท่วงที รวมถึงการมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก และการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ การรับฟังความคิดเห็น การปรับบริการให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะบุคคล และการแสดงความเอาใจใส่ เพื่อยกระดับความพึงพอใจและประสบการณ์ของนักศึกษา ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์และประสิทธิภาพโดยรวมของสถาบันการศึกษา นอกจากนี้การที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาได้รับการประเมินในระดับสูงยังเป็นการสะท้อนถึงความสำเร็จในการจัดการบริการที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) และการให้ความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งยังไม่ได้รับการประเมินในระดับสูง เพื่อปรับปรุงให้บริการมีความครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักศึกษา ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น เพศ หลักสูตร และสาขาวิชา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางกรณี นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรเทียบโอน 2 ปี แสดงความพึงพอใจสูงกว่านักศึกษาในหลักสูตร 4 ปีอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความคาดหวังและประสบการณ์ที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มเหล่านี้ นักศึกษาหลักสูตรเทียบโอนอาจมีประสบการณ์การศึกษาในระดับก่อนหน้าและอาจมองว่าบริการที่ได้รับจากฝ่ายพัฒนานักศึกษามีคุณภาพสูงกว่าที่คาดหวัง ทำให้เมื่อได้รับบริการที่ดีจากฝ่ายพัฒนานักศึกษา ก็อาจจะรู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพที่เหนือกว่าความคาดหวังของตนเอง ขณะที่นักศึกษาหลักสูตร 4 ปี อาจจะคุ้นเคยกับระบบบริการตั้งแต่เริ่มต้นในระดับปริญญาตรี และไม่รู้สึกละเลยความเปลี่ยนแปลงหรือการบริการที่แตกต่างเท่ากับกลุ่มนักศึกษาเทียบโอน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในมิติของเพศ ผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักศึกษาชายและหญิงในด้านความพึงพอใจ ซึ่งอาจชี้ให้เห็นว่าปัจจัยเพศไม่ได้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการในบริบทนี้ นอกจากนี้ ผลการเปรียบเทียบตามสาขาวิชาที่ศึกษาไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษาจากสาขาวิชาต่าง ๆ มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาในระดับที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งบ่งบอกว่าการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษามีความสม่ำเสมอและครอบคลุมสำหรับนักศึกษาทุกสาขา ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษา การช่วยเหลือ หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สิ่งนี้อาจเกิดจากการที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา มีการวางแผนและดำเนินงานในการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันสำหรับนักศึกษาทุกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของสุตารัตน์ สุวรรณชาติ (2560) ที่แสดงให้เห็นว่าฝ่ายพัฒนานักศึกษามีการให้บริการที่สม่ำเสมอและครอบคลุมโดยไม่มีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจระหว่างเพศและสาขาวิชา ซึ่งชี้ให้เห็นถึงมาตรฐานในการให้บริการที่คงที่ นอกจากนี้งานวิจัยของ พิชราภรณ์ บุญมี (2561) ได้สนับสนุนผลการศึกษานี้โดยพบว่า นักศึกษาหลักสูตรเทียบโอนมีความพึงพอใจสูงกว่านักศึกษาหลักสูตรทั่วไป ซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มนักศึกษาที่มีประสบการณ์การศึกษามาก่อนมีความคาดหวังและการรับรู้ที่สูงขึ้น เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการ พวกเขาจึงรู้สึกมีความ พึงพอใจมากขึ้น จึง

เป็นการบ่งชี้ว่าประสบการณ์การศึกษาในระดับก่อนหน้าอาจส่งผลให้มีการคาดหวังที่ต่างออกไป โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาที่ผ่านการศึกษาระดับอื่นมาก่อน เช่น นักศึกษาเทียบโอน จากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่า ฝ่ายพัฒนานักศึกษาได้วางแผนและดำเนินงานบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ ครอบคลุมทุกกลุ่มนักศึกษาอย่างเท่าเทียม ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาหลักสูตรทั่วไปหรือนักศึกษาหลักสูตรเทียบโอน การให้บริการที่เป็นมาตรฐานและเสมอภาคนี้ช่วยให้ฝ่ายพัฒนานักศึกษาสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ฝ่ายพัฒนานักศึกษาควรเน้นการปรับปรุงในด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการและให้ความสำคัญกับความรู้สึกของนักศึกษา เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจในบริการให้มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่ามีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างชัดเจน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากนักศึกษาคาดหวังว่าฝ่ายพัฒนานักศึกษาจะให้บริการอย่างสม่ำเสมอและน่าไว้วางใจเป็นสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังและให้ความสำคัญ การให้บริการที่ตรงต่อเวลาและเชื่อถือได้ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจของนักศึกษาที่มีต่อการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ เพราะนักศึกษาต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพเมื่อต้องการความช่วยเหลือทำให้พวกเขารู้สึกว่าฝ่ายพัฒนานักศึกษาใส่ใจ และพร้อมช่วยเหลือในทุกสถานการณ์ นอกจากนี้ ในด้านการเข้าใจและใส่ใจในความต้องการของนักศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมาก โดยมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการให้บริการที่แสดงถึงความเข้าใจในปัญหาและความต้องการของนักศึกษาทำให้นักศึกษารู้สึกว่าได้รับการดูแลและใส่ใจอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (เช่น การตกแต่งสถานที่) และการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งอาจเกิดจากนักศึกษาให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริการมากกว่าเรื่องของสภาพแวดล้อมทางกายภาพหรือสิ่งอำนวยความสะดวก และ อาจเป็นเพราะนักศึกษามองว่าการให้ความมั่นใจเป็นสิ่งที่คาดหวังได้อยู่แล้วจากฝ่ายพัฒนานักศึกษา ซึ่งผลการศึกษาปัจจัยเหล่านี้มีความสอดคล้องกับทฤษฎี SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry ที่เน้นการประเมินคุณภาพการให้บริการที่ย้ำว่านักศึกษาคณะบริหารธุรกิจให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือและการตอบสนองที่รวดเร็ว รวมถึงการแสดงความเข้าใจและใส่ใจในผู้รับบริการ ซึ่งถือว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของนักศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของสุนันทา เลาहनันท์ (2560) และ วราภรณ์ ไทมา (2559) ที่ชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือและการตอบสนองที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา อีกทั้งแนวคิดจาก Heskett, Sasser & Schlesinger (1997) ยังเน้นถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) และการให้ความมั่นใจ (Assurance) ไม่ได้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งอาจเป็นเพราะนักศึกษา

ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการมากกว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความคาดหวังของนักศึกษายุคใหม่ที่น่าสนใจ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยี แม้ว่าฝ่ายพัฒนานักศึกษาจะมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย แต่นักศึกษามองว่าเป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานที่ควรมี ไม่ใช่สิ่งที่สร้างความประทับใจพิเศษ สิ่งที่สำคัญกว่าคือการใช้งานได้จริงและตอบสนองความต้องการ เช่นเดียวกับทำเลที่ตั้งและการเข้าถึง แม้จะมีความสะดวกและมีป้ายชัดเจน แต่นักศึกษาปัจจุบันคุ้นเคยกับการติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่า รวมทั้งในด้านการแต่งกายของเจ้าหน้าที่และการจัดการสำนักงาน ถือเป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานปกติ โดยนักศึกษาให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ ทักษะการสื่อสาร และความรวดเร็วในการแก้ปัญหามากกว่าภาพลักษณ์ภายนอก สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษายุคใหม่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและการตอบสนองความต้องการมากกว่าความสวยงามทางกายภาพ ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญต่อการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในด้านการลงทุนและการพัฒนา คณะฯ ควรพิจารณาจัดสรรทรัพยากรไปที่การพัฒนาคุณภาพการบริการและทักษะบุคลากรมากกว่าการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ และควรมุ่งเน้นพัฒนาระบบดิจิทัลควบคู่กับการบริการแบบดั้งเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษายุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงสรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพบริการในปัจจุบันควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการให้บริการ การแก้ปัญหา และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมากกว่าการมุ่งเน้นความเป็นรูปธรรมหรือภาพลักษณ์ภายนอก เพื่อสร้างความพึงพอใจที่แท้จริงให้กับนักศึกษา และในด้านการให้ความมั่นใจในบริการ เมื่อมาตรฐานไม่เพียงพอต่อความพึงพอใจยังสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของความคาดหวังในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาที่มองว่าความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ความสุภาพในการให้บริการ และระบบการจัดการที่เป็นระเบียบ เป็นเพียงมาตรฐานขั้นพื้นฐานที่ควรมีในด้านความรู้และความสามารถของเจ้าหน้าที่แม้จะมีความเชี่ยวชาญในเรื่องระเบียบ แต่นักศึกษากลับให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหา และความรวดเร็วในการให้บริการมากกว่า เช่นเดียวกับด้าน การบริการที่ความสุภาพ ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ควรได้รับโดยไม่ต้องเน้นย้ำ ระบบการให้บริการแบบดั้งเดิม เช่น การจัดคิวและลำดับการให้บริการ ไม่สามารถสร้างความประทับใจได้อีกต่อไป นักศึกษายุคใหม่คาดหวังระบบที่ทันสมัยมากกว่า เช่น การจองคิวออนไลน์ หรือการติดตามสถานการณ์ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาคุณภาพบริการในปัจจุบันต้องก้าวข้ามมาตรฐานพื้นฐาน สู่อการสร้างประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมาย ทั้งในด้านนวัตกรรมบริการ การพัฒนาระบบที่ช่วยให้นักศึกษาพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น และการฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะที่สูงกว่ามาตรฐานทั่วไป จึงสรุปได้ว่าการสร้างความพึงพอใจในยุคปัจจุบันต้องอาศัยการพัฒนาที่มากกว่าการให้ความมั่นใจแบบพื้นฐาน แต่ต้องมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและประสบการณ์พิเศษที่ตอบโจทย์ความต้องการที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนักศึกษายุคใหม่

จากการศึกษาจึงสรุปได้ว่า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างที่น่าเชื่อถือ โดยการให้บริการที่สม่ำเสมอและไว้วางใจได้ มีการตอบสนองที่รวดเร็ว ต่อข้อร้องเรียนหรือความต้องการของนักศึกษา มีการพัฒนาระบบที่ช่วยให้นักศึกษาพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น และเพิ่มการเข้าใจในความต้องการของนักศึกษาอย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการพัฒนาปรับปรุงในด้านต่างๆ เหล่านี้จะช่วยให้

ฝ่ายพัฒนานักศึกษาสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของนักศึกษาได้ดียิ่งขึ้น และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษา ส่งผลให้เกิดประสบการณ์การรับบริการที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจในระยะยาวจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

5.3.1 การเพิ่มความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) ควรพิจารณาเพิ่มความชัดเจนและความสม่ำเสมอในการให้บริการ เช่น การเปิด-ปิดสำนักงานให้ตรงตามเวลาที่กำหนด และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่ายฝ่ายพัฒนานักศึกษาเป็นหน่วยงานที่สามารถไว้วางใจได้

5.3.2 การปรับปรุงการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดให้มีการให้บริการออนไลน์หรือผ่านแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการให้บริการ

5.3.3 การเสริมสร้างความเข้าใจและการใส่ใจผู้รับบริการ (Empathy) ควรมีการจัดกิจกรรมหรือโครงการที่เน้นการฟังความคิดเห็นและความต้องการของนักศึกษา เพื่อให้ฝ่ายพัฒนานักศึกษาสามารถเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารและให้คำปรึกษา เช่น การจัดตั้งกลุ่มไลน์หรือเฟสบุ๊กสำหรับนักศึกษาในแต่ละสาขา อาจช่วยให้สามารถติดตามปัญหาและให้ความช่วยเหลือได้ทันที

5.3.4 การปรับปรุงความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ควรพิจารณาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ในสำนักงานให้ทันสมัยและเพียงพอต่อการใช้งาน เช่น การจัดเตรียมพื้นที่สำหรับนักศึกษาให้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้สะดวก รวมถึงการจัดทำป้ายบอกทางและข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดสรรทรัพยากรเน้นการพัฒนาคุณภาพบริการและทักษะบุคลากร พัฒนาระบบดิจิทัลควบคู่กับการบริการแบบดั้งเดิม มุ่งสร้างประสบการณ์ที่เหนือความคาดหมายและตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อน เพื่อพัฒนาระบบที่ช่วยให้นักศึกษาพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น

สรุปข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ ควรพัฒนาความน่าเชื่อถือของบริการโดยการปรับปรุงและรักษามาตรฐานการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเสริมสร้างความเข้าใจในนักศึกษาควรผ่านการฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะในการเข้าใจและให้คำปรึกษาที่ตอบโจทยตามความต้องการที่แตกต่างกันของนักศึกษา แม้ความเป็นรูปธรรมของการบริการจะไม่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ แต่การรักษาความสะอาดสภาพแวดล้อมที่ดี และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกยังคงมีความสำคัญในการสนับสนุนการให้บริการที่มีคุณภาพโดยรวม

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.4.1 การขยายขอบเขตการวิจัย ควรพิจารณาทำการวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักศึกษาจากคณะอื่น ๆ หรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริบทที่ต่างกัน

5.4.2 การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจในระบบการศึกษา คุณภาพของหลักสูตร การจัดการเวลาเรียน-การเรียน และปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

5.4.3 การพัฒนาวิธีการวัดผลและเก็บข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้นควรพิจารณาการใช้เครื่องมือวัดผลที่สามารถประเมินความพึงพอใจได้ละเอียดและครอบคลุมมากขึ้น รวมถึงการใช้การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่มเพื่อเข้าใจมุมมองและความคิดเห็นของนักศึกษาในเชิงลึก

5.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงควรพิจารณาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในบริการกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น ผลการเรียนรู้ ความสุขในการศึกษา หรือการพัฒนาทักษะชีวิตของนักศึกษา

สรุปข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักศึกษาจากคณะหรือมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริบทที่ต่างกัน นอกจากนี้ ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพึงพอใจในระบบการศึกษา คุณภาพหลักสูตร และการจัดการเวลาเรียน ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา รวมถึงพัฒนาวิธีการวัดผลและเก็บข้อมูลที่ละเอียดขึ้น เช่น การสัมภาษณ์หรือสนทนากลุ่ม เพื่อเข้าใจมุมมองของนักศึกษาในเชิงลึก อีกทั้งควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและผลลัพธ์ เช่น ผลการเรียนรู้หรือความสุขในการศึกษา และควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการที่ยังไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เช่น ความเป็นรูปธรรมของบริการและการให้ความมั่นใจ รวมถึงประเด็นที่นักศึกษาหลักสูตร 2 ปีเทียบโอนและหลักสูตร 4 ปีมีระดับความพึงพอใจที่ต่างกัน

บรรณานุกรม

- กฤติมา เสรีรัฐ. (2562). คุณภาพการให้บริการของสำนักงานประกันสังคมจังหวัดลำพูน. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- กุสุมา แยมเกตุ, ทิพวรรณ เดชสงค์, และ นิชาภัทร จาวีสูตร. (2565). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่งเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา, 34(121), 19-27.
- จักรแก้ว นามเมือง, สุนทร คล้ายอำ และวาสนา จรูญศรีโชติกำจร. (2560). ความพึงพอใจของผู้รับบริการในมิติด้านคุณภาพการให้บริการของศูนย์ไอซีทีเทศบาลตำบลแม่ปืม อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 10(1), 165-176.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2555). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ณภัทร ภูนาขาว และ ทตมัล แสงสว่าง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินและบัญชีในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น. วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์, 12(2), 215-230.
- ทักษ์ ตรุษทิม. (2551). ความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลบางพัง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. (ปัญหาปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- นันทธณภัส อัสวณัฐกร. (2564). อิทธิพลคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิพนธ์ เรืองหิรัญนิช, วรรณิ์ เนียมหอม และสันติ ศรีสวนแดง. (2560). คุณภาพการให้บริการของกองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร. Silpakorn Educational Research Journal, 9(1), 74-89.
- เบญจพร พุดคำ. (2547). คุณภาพการให้บริการและความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยบูรพา).
- เบญชญา แจ้งเวชฉาย. (2561). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปัทมิกา วนากมล. (2545). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการรักษาพยาบาลแผนกอุบัติเหตุและฉุกเฉิน โรงพยาบาลสงขลานครินทร์. (สารนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ปัทมิกา วนากมล. (2545). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการรักษาพยาบาลแผนกอุบัติเหตุและฉุกเฉิน โรงพยาบาลสงขลานครินทร์. (สารนิพนธ์ปริญญา,มหาวิทยาลัยศรีปทุม)
- พรรณี คอนจจอ. (2562). ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2549). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดสมุทรสาคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม).
- พัชรภรณ์ บุญมี. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการให้บริการงานกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- มุทิตา สร้อยเพชร และ พรพรรณ บัวทอง. (2564). แนวทางการสร้างความพึงพอใจสำหรับลูกค้าในธุรกิจบริการ. วารสารเกษมบัณฑิต, 22(1), 225-236.
- รณภา เตียสุทธิกุล, สุดใจ จันทนามศักดิ์, และ ศศิธร เปลี่ยนแก้ว. (2561). การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงต่อการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 12(1), 67-75.
- รัตนกุล เสือโงะ. (2563). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ กำแพงเพชร. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ, 7(1), 111-119.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์.
- วรภรณ์ ไทยมา. (2559). คุณภาพการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 5(1), 87-100.
- วัชรินทร์ จันทร์สีมาวรณ, ทดมัล แสงสว่าง และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2562). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของงานจัดเก็บรายได้การประปาส่วนภูมิภาค สาขามหาสารคาม. วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์, 11(1), 88-104.
- วิฑูรย์ ขาวดี, วรสิทธิ์ ชูชัยวัฒนา, และ พนิทย์ มั่งสุวรรณ. (2563). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ องค์การบริหารส่วนตำบลยี่สาร อำเภอดำรงวิทยาวจัน จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 9(2), 194-210.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์, ภัทราวดี ธนวัฒนชัย, พระครูวินัยธรกฤตชัย คุณวโร, และ บุญชัย กิตติธรรกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. **วารสารวิจัยและพัฒนาโดยองค์กรฯ ในพระบรมราชูปถัมภ์. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 14(1), 88-98.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร. (2549). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม: มุลฐานทางพฤติกรรมเพื่อการออกแบบและวางแผน (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรพงษ์ รามางกูร. (2539). การบริการทางการแพทย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนันทา เลาหันนทร์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- สุภัทธร ทวีจันทร์. (2559). ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีต่อการให้บริการของสำนักงานวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 9(1), 1005-1021.
- สุภัทรา มิ่งปรีชา. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ ของสำนักงานที่ดินจังหวัดขอนแก่น สาขาพล. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- สุดารัตน์ สุวรรณชาติ. (2560). การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- โสพิณ ปันกาญจน์โต. (2550). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อคุณภาพการให้บริการของพยาบาลวิชาชีพ ในงานผู้ป่วยนอกของหน่วยบริการสุขภาพปฐมภูมิ (Primary Care Unit) (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). หลักการตลาด (Marketing Principles). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์. (2554). การบริการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อุบลรัตน์ หริณวรรณ และพัชราภรณ์ ล้นวงษา. (2560). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของกองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**, 6(2), 35-48.
- Díaz, M. (2017). Satisfaction and Price Acceptance for Private Labels: Do Risk and Social Benefits Matter?. **Journal of Food Products Marketing**, 23(5), 535-552.
- Douglas, L. (2007). **The effective nurse: Leader and manager**. St. Louis, Mo: Mosby.
- Eklöf, J., Podkorytova, O., & Malova, A. (2018). Linking customer satisfaction with financial performance: an empirical study of Scandinavian banks. **Total Quality Management & Business Excellence**, 31(15-16), 1684-1702.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Gronroos, C. (1990). **Service management and marketing: Managing the moments of truth in service competition**. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium services but not if they go premium: An empirical study in free-to-play games. **International Journal of Information Management**, 37(1), 1449-1459.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1997). **The service profit chain: How leading companies link profit and growth to loyalty, satisfaction, and value**. New York: The Free Press.
- James, O., Calderon, E. D. V., & Cook, D. F. (2017). Exploring patient perceptions of healthcare service quality through analysis of unstructured feedback. **Expert Systems with Applications**, 71, 479-492.
- Koehler, J. W., & Pankowski, J. M. (1996). **Quality government: Designing, developing, and implementing TQM**. Delray Beach, FL: St. Lucie Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing Management** (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management** (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Marinkovic, V., Senic, V., Kocic, M., & Sapic, S. (2013). Investigating the impact of SERVQUAL dimensions on customer satisfaction: The lessons learnt from Serbian travel agencies. **International Journal of Tourism Research**, 15(2), 184-196.
- Collier, J. E., & Bienstock, C. C. (2006). Measuring service quality in e-retailing. **Journal of Service Research**, 8(3), 260-275.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. **Journal of Marketing**, 56(3), 55-68.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**, 18(4), 36-44.
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2006). The role of cognition and affect in the formation of customer satisfaction: A dynamic perspective. **Journal of Marketing**, 70(3), 21-31.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. **Journal of Air Transport Management**, 42, 167-175.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198.
- Martins, A. L., Carvalho, J. C., Ramos, T., & Fael, J. (2015). Assessing Obstetrics Perceived Service Quality at a Public Hospital. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 414-422.
- Martins, A. L., Carvalho, J. C., Ramos, T., & Fael, J. (2015). **Assessing Obstetrics Perceived Service Quality at a Public Hospital**. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 414-422.
- Millet, J. D. (2012). **Management in the public service: The quest for effective performance**. Literary Licensing, LLC.
- Mittal, V., & Kamakura, W. A. (2001). Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: Investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131-142.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Ong, M.H.A., Nguyen, T.H., & Syed Alwi, S.F. (2017). Consumer-based virtual brand personality (CBVBP), customer satisfaction and brand loyalty in the online banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 370-390.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: The Free Press.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), **Service quality: New directions in theory and practice** (pp. 1-19). SAGE Publications.
- Wang, X., Hemmington, N., & Kim, M. (2015). The impact of cultural differences on customer satisfaction and service quality perceptions: A case study in the hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, 60-67.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: The Free Press.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2013). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. New York: Simon and Schuster.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 3 ส่วน เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์และความถูกต้องในการวิจัย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ และนำข้อมูลที่ได้มานำเสนอในภาพรวมเท่านั้น และ ขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย✓ลงในช่อง ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

3. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. หลักสูตรที่ศึกษาในปัจจุบัน

- ☐ 1 หลักสูตร 4 ปี ☐ 2. หลักสูตรเทียบโอน 2 ปี

3. สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน

- ☐ 1. การตลาด ☐ 2. การจัดการ
☐ 3. การบัญชี ☐ 4. การเงิน
☐ 5. เศรษฐศาสตร์ ☐ 6. ระบบสารสนเทศ
☐ 7. ธุรกิจระหว่างประเทศและโลจิสติกส์
☐ 8. หลักสูตรนานาชาติ

4. ชั้นปีที่ศึกษาในปัจจุบัน

- ☐ 1. ชั้นปีที่ 1 ☐ 2. ชั้นปีที่ 2
☐ 3. ชั้นปีที่ 3 ☐ 4. ชั้นปีที่ 4
☐ 5. มากกว่าชั้นปีที่ 4

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ที่	ข้อคำถาม	ระดับคะแนน				
		5	4	3	2	1
1	ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)					
1.1	ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยี และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการที่ เหมาะสม และทันสมัย					
1.2	ทำเลที่ตั้งของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม มีป้ายบอกให้เห็นอย่างชัดเจน มีช่องทางการติดต่อ หลายช่องทาง					
1.3	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย					
1.4	สำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการจัดวาง เอกสารอย่างเป็นระเบียบ					
1.5	การตกแต่งและสภาพแวดล้อมของสำนักงานฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความเหมาะสม เช่น มีแสงสว่างเพียงพอ อากาศปลอดโปร่ง					
2	ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
2.1	ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีเวลาเปิด-ปิด ในการ ให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้					
2.2	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วย ความรอบคอบ ถูกต้องและน่าเชื่อถืออย่างเป็นระบบ					
2.3	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความเต็มใจใน การแก้ไขปัญหาให้กับนักศึกษาเรื่องต่างๆ					
2.4	ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการ อย่างเพียงพอ					
3	การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)					
3.1	ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ					
3.2	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความ กระตือรือร้น พร้อมที่จะให้บริการได้อย่างทันท่วงที					

3.3	กระบวนการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ เป็นระบบและมีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
3.4	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้การต้อนรับและ พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้มารับบริการ					
4	การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)					
4.1	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความรู้ที่ เหมาะสมกับงาน เช่น เรื่องการเบิกจ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ นักศึกษา					
4.2	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วย ความสุภาพเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ					
4.3	ผู้รับบริการรู้สึกมั่นใจในการมาใช้บริการ มีป้ายหรือกล่องรับเรื่อง การให้บริการเป็นระบบตามลำดับก่อน-หลัง					
4.4	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีทักษะในการ ทำงาน สามารถ ให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามได้อย่าง ถูกต้อง ตรงกับความต้องการ					
5	การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Empathy)					
5.1	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความสำคัญ กับผู้รับบริการทุกคนอย่างเสมอภาค					
5.2	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้บริการด้วย ความเอาใจใส่รับฟังผู้มาใช้บริการอย่างตั้งใจ					
5.3	เจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับนักศึกษา					
5.4	ฝ่ายพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารด้านต่างๆ ให้ทราบอยู่เสมอและหลากหลายช่องทาง					

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ท่านรู้สึกพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมของฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี					
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้					
3. ท่านมั่นใจว่าการใช้บริการกับฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีดีกว่าที่ท่านคาดหวังไว้					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๓๒๓๒



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน รองศาสตราจารย์วสันต์ กันอำ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวชนมณภัทร พูลบัว นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัย คุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติสร ฉายแสง

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

โทร. ๐๙๓ ๔๔๒ ๓๙๖๒

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/ ๓๒๓๓



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

ทท พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญญา กองแก้ว

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวชนมณภัทร พูลบัว นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

ฉัตร ฉวงแก้ว

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

โทร. ๐๙๓ ๔๔๒ ๓๙๖๒

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๔๕๖๔



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มะดาโอะ สุธง

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวชนมณภัทร พูลบัว นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์อดิสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

โทร. ๐๙๓ ๔๔๒ ๓๙๖๒

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๕๕๓๕



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลำลูกหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

กรกฎาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพร อ่อนพุทธา

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวชนมณภัทร พูลบัว นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยาณ ญ น่าน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๙ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

โทร. ๐๙๓ ๔๔๒ ๓๙๖๒

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/๓๒๓๑



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๗

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.ภูริณัฐ ยมกนิษฐ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวชนมณภัทร พูลบัว นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของฝ่ายพัฒนานักศึกษา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณาน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติพร ฉงนแสง
(อาจารย์อติพร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวชนมณภัทร พูลบัว

โทร. ๐๙๓ ๔๔๒ ๓๙๖๒

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวชนมณภัทร พูลบัว
วัน เดือน ปี เกิด	20 พฤศจิกายน 2532
ที่อยู่	39/346 หมู่ 2 ตำบลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประวัติการทำงาน	2556 - ปัจจุบัน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี
เบอร์โทรศัพท์	093-4423962
อีเมล	Chonnaphat_p@rmutt.ac.th

