

คุณภาพการบริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ
จังหวัดเชียงใหม่

Service quality Ramkhamhaeng University Chalermprakiet Academic
Resources Chiang Mai Province

ณภร ศรีเจริญ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ 2) เปรียบเทียบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ที่แตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และกลุ่มผู้ใช้บริการ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กรณีพบความแตกต่างทำการทดสอบโดยใช้วิธี LSD และกรณีที่ไม่พบความแตกต่าง ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 35 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท ประกอบอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองทันที อยู่ในระดับดีมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนด้านความวางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับดีมากตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกัน จึงทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพบริการ พบว่า องค์ประกอบคุณภาพการบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความคิดเห็น, การรับรู้

ABSTRACT

The purposes of this research are 1) To study the service quality of Ramkhamhaeng University Chalermparakiet Academic Resources Chiang Mai Province 2) To compare the service quality of Ramkhamhaeng University in the Academic Resources Division Chiang Mai Province, which is different between each personal factors of users in Chiang Mai and 3) To study the relationship between the quality of service components of Ramkhamhaeng University Chalermparakiet Academic Resources Chiang Mai Province. This is quantitative research, the population in this study is 400 people who are undergraduate student, graduate student and service receiver group. The data is collected by using questionnaires, the statistical method used for analysis is a percentage, frequency, mean and standard deviation. Then using T-test and one-way variance testing. Using the LSD method in case of the result shows a significant difference. And using Pearson's correlation coefficient to test the relationship between service quality components in case of the result shows no significant difference. The results of the research showed that the majority of users are female between 31-35 years old, single, bachelor's degree and currently studying at the master's degree level, working as civil servants and state enterprises and have average monthly income 20,001 - 30,000 baht. The overall user's opinions on the quality of service of Ramkhamhaeng University Chalermparakiet Academic Resources Chiang Mai Province are at the best level. When considering to each aspect, it was found that assurance, empathy and responsiveness are at the highest level. While reliability and tangibility are at a very good level. The hypothesis test found that users with different personal factors have different perceptions of service quality. Therefore, following by the testing of the relationship between the components of service quality. The result showed that every aspect of service quality have a positive relationship and are in the same direction at statistical significance level .01

Keywords: service quality, opinion, perception

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคน เพื่อยกระดับการศึกษา และวิทยฐานะของคนในสังคมให้สูงขึ้น ปัจจุบันจึงนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาบริหารจัดการองค์กรทางการศึกษา โดยมุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพการบริการที่ได้มาตรฐาน สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ คุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานขององค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว (จุฑาทิพย์ โปธิลังกา, 2557)

ซึ่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นสถานศึกษาของรัฐที่มุ่งเน้นการเรียนการสอนแบบ “ตลาดวิชา” เน้นเปิดโอกาสและให้ความเสมอภาคทางการศึกษา ขยายโอกาสทางการศึกษาสู่ภูมิภาค ซึ่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางการศึกษาส่วนภูมิภาค การให้บริการต้องมีการวางแผนการดำเนินงาน ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด แต่การให้บริการปัจจุบันยังพบปัญหาเรื่องของความล่าช้าในการให้บริการ ความสะดวกในการรับบริการ อุปสรรคต่อการเรียนการสอนมีความขัดข้องบ่อย ดังนั้นมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ต้องริบดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงโดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัย 5 ด้าน คือ ความพอใจได้ ความเชื่อถือได้ ความเอาใจใส่ การตอบสนองทันที และความเป็นรูปธรรมของการไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงและยกระดับคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ให้ดียิ่งขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้ารับบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันด้านสถานศึกษา และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ใช้บริการ ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน
2. องค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

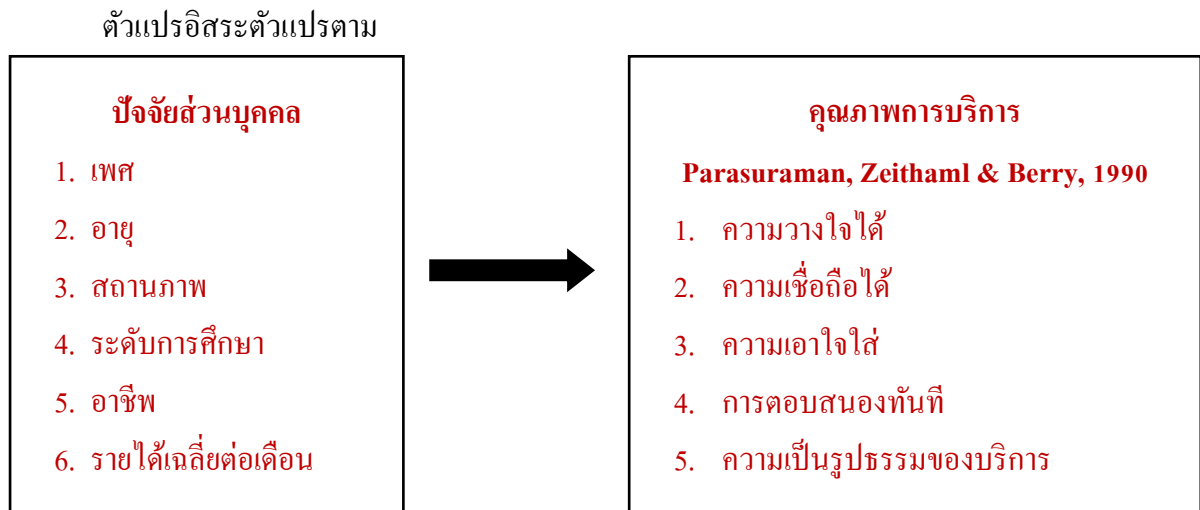
ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แนวคิด ทฤษฎีคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ของ พาราสุรามาณ แซทแฮม และเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ซึ่งสามารถกำหนดเป็นตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตัวแปรตาม คือ คุณภาพการบริการ

5 ด้าน ได้แก่ ด้านความวางใจได้ (Reliability) ด้านความเชื่อถือได้ (Assurance) ด้านความเอาใจใส่ (Empathy) ด้านการตอบสนองทันที (Responsiveness) และด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และผู้ที่เข้ามาใช้บริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่ชัด ระยะเวลาดำเนินการศึกษางานวิจัย ตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริการ (Service) หมายถึง การกระทำ หรือการดำเนินกิจกรรมบางอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ผู้ให้บริการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล หรือองค์กร เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ ทั้งผู้ให้บริการ และผู้ที่ได้รับการบริการ เนื่องจากผลสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับ “ความพึงพอใจ” ซึ่งเป็นเรื่องของ “ความรู้สึก” ที่ไม่มีหน่วยวัดที่ชัดเจน และการบริการยังเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนองค์กรในการขับเคลื่อนพัฒนางานบริการให้มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ

คุณภาพการให้บริการ เป็นการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่าง การบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับที่สูงกว่า ที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการพินดา เพชรรัตน์ (2556) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นตามหลัก 6 ประการ ของ Gronroos (Gronroos, 1982) กล่าวคือ

1) การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ ในการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบแบบแผน ให้ผู้รับบริการ ได้รับความรู้ และเข้าใจได้จากการเข้ารับบริการ

2) ทักษะและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3) การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ ผู้รับบริการจะพิจารณา จากสถานที่ตั้ง และเวลาที่ได้รับการบริการ รวมถึงระบบการบริการที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4) ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับ บริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับ การตกลงกันไว้

5) การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่ภาวะปกติ จะพิจารณาจากการแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิดไว้ล่วงหน้า ได้อย่างทันท่วงที

6) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการ ที่ผู้ให้บริการได้ดำเนินการด้วยดีมาตลอด

การประเมินคุณภาพโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL จากการพัฒนาของพาราสุรามาน ไชทาม และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ หรือความเป็นรูปธรรม (Tangibles) คือ สิ่งที่จับต้องได้ สัมผัสได้ สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวก ได้แก่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคคล และเครื่องใช้ในการติดต่อสื่อสาร สิ่งอำนวยความสะดวก และวัสดุสื่อสาร ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการรับรู้ได้ เห็นได้ชัดเจน จนเกิดความประทับใจต่อผู้เข้ารับบริการ

2. ความน่าเชื่อถือของการให้บริการ (Reliability) คือ ความสามารถในการปฏิบัติได้ตามสัญญาที่ให้ไว้ในการให้บริการ การสร้างความไว้วางใจ ความถูกต้อง และความสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าไว้วางใจได้ และได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการให้ความช่วยเหลือลูกค้า และจัดหาบริการได้ตามสัญญา

4. ความไว้วางใจ (Assurance) คือ การมีความรู้ความสามารถ ความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ การให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ และการทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ

5. การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) คือ ความเป็นห่วงและสนใจต่อผู้รับบริการแต่ละคน และมีความตั้งใจที่จะหาสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ศึกษาคุณภาพการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-35,000 บาท นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจ โดยรวม

อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันในส่วนของปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ พบว่ามีความสัมพันธ์กันทุกด้านและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ศึกษาคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ปัจจัยด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ความเอาใจใส่ การบริหารความสัมพันธ์ส่งผลต่อความไว้วางใจส่วนปัจจัยด้านการตอบสนอง ความมั่นใจ และความไว้วางใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจ และปัจจัยด้านความมั่นใจ การบริหารความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ส่งผลต่อความภักดี

ศุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์ (2562) ศึกษารูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคธุรกิจสปาในประเทศไทย รูปแบบคือคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และภาพลักษณ์องค์กร ภาพลักษณ์องค์กรมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงปัจจัยความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านภาพลักษณ์องค์กร โดยองค์ประกอบคุณภาพการบริการ 5 ด้านสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในสถานประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้บริกรรมมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท และกลุ่มประชากรที่เป็นบุคคลภายนอกที่มีความสนใจเข้ามาติดต่อสอบถามข้อมูล ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (Cochran, 1977) กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Stage sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 สัปดาห์ กำหนดสัปดาห์ละ 200 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ ผู้ใช้บริการในวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เนื่องจากผู้บริกรรมมีจำนวนน้อยจึงเลือกแจกแบบสอบถามจำนวน 20 คน และกลุ่มที่สองคือ ผู้บริกรรมในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ซึ่งมีผู้บริกรรมจำนวนมากเพราะมีการเรียนการสอน จึงแจกแบบสอบถาม จำนวน 180 คน แบ่งเป็นวันเสาร์จำนวน 90 คน

ช่วงเช้าเวลา 9.00 – 12.00 น. จำนวน 45 คน และช่วงบ่ายเวลา 13.00 ถึง 16.00 น. จำนวน 45คน โดยเลือกสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท และบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิกการศึกษาสูงสุด ณ ปัจจุบัน ระดับการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษา/สนใจศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามลักษณะปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มเติม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)ศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ใช้สถิติเชิงปริมาณในการหาค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าส่วนเบี่ยงเบนจากมาตรฐาน SD (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)ทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of variance) ในกรณีที่พบความแตกต่าง จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD และในกรณีที่ไม่มีพบความแตกต่าง ทำการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการ โดยใช้สถิติ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.25 ที่มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 68.00 ผู้ใช้บริการจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.25 และกำลังศึกษาในระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 68.25 และยังพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 41.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.75

2. ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่าความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด มี 3 ด้าน คือด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองทันที ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก มี 2 ด้าน คือ ด้านความวางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านความวางใจได้	4.17	.60	ดีมาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.31	.61	ดีมากที่สุด
3. ด้านความเอาใจใส่	4.30	.62	ดีมากที่สุด
4. ด้านการตอบสนองทันที	4.28	.63	ดีมากที่สุด
5. ด้านความเป็นรูปธรรม	4.13	.65	ดีมาก
รวม	4.24	.56	ดีมากที่สุด

3. เปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้ใช้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิ การศึกษาสูงสุด ณ ปัจจุบัน ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาหรือสนใจศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกันดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความแตกต่างในการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดเชียงใหม่ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่า t หรือ ค่า F	P	ผลการเปรียบเทียบ
1. เพศ	1.66	0.10	ไม่แตกต่างกัน
2. อายุ	0.95	0.45	ไม่แตกต่างกัน
3. สถานภาพ	1.27	0.28	ไม่แตกต่างกัน
4. วุฒิการศึกษาสูงสุด ณ ปัจจุบัน	0.48	0.70	ไม่แตกต่างกัน
5. ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา	-0.67	0.50	ไม่แตกต่างกัน
6. อาชีพ	2.02	0.09	ไม่แตกต่างกัน
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.86	0.49	ไม่แตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่พบว่า องค์ประกอบทุกกลุ่มมีค่าเป็นบวกทั้งหมด แสดงถึง

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งคู่ที่มีความสัมพันธ์กันมาก ได้แก่คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่และด้านการตอบสนองทันที รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือและด้านการตอบสนองทันที ตามลำดับดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยคุณภาพการบริการ		ความ วางใจได้	ความ น่าเชื่อถือ	ความเอา ใจใส่	การตอบ สนองทันที	ความเป็น รูปธรรม
ด้านความวาง ใจได้	Pearson Correlation	1	.773**	.754**	.763**	.667**
	Sig (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	Pearson Correlation		1	.837**	.825**	.696**
	Sig (2-tailed)			.000	.000	.000
ด้านความเอาใจใส่	Pearson Correlation			1	.865**	.731**
	Sig (2-tailed)				.000	.000
ด้านการตอบสนองทันที	Pearson Correlation				1	.737**
	Sig (2-tailed)					.000
ด้านความเป็นรูปธรรม	Pearson Correlation					1
	Sig (2-tailed)					

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจมีการสนับสนุนการศึกษาของบุคลากรภายในให้ดียิ่งขึ้น ผู้ใช้บริการจึงสนใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการเรียนการสอนแบบตลาดวิชา ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนได้รับการศึกษาที่เท่าเทียมกัน โดยไม่มีการสอบเข้าเรียน และรับนักศึกษาแบบไม่จำกัดจำนวน ที่เรียกว่าตลาดวิชา ที่มา : https://sites.google.com/site/rucovered/learning_ru

2.คุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ตามทฤษฎีของพาราสุรมานแซท แสลม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990) ได้แก่ด้านความวางใจได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองทันที และด้านความเป็น

รูปธรรม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัด เชียงใหม่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านความวางใจได้ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากอุปกรณ์ไฮสปีดทัศนศึกษา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีอย่างเพียงพอ การอธิบายและแก้ไขปัญหาของบุคลากรได้ตรงประเด็น ส่งผลประโยชน์สูงสุดให้แก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) พบว่า ความไว้วางใจและความพึงพอใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาล เนื่องจากความเชี่ยวชาญของบุคลากร รวมถึงเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ทำให้โรงพยาบาลมีชื่อเสียง จึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความไว้วางใจและเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรมีการซักถามถึงปัญหา สามารถชี้แจง และอธิบายในข้อซักถาม พร้อมเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ ด้วยความสุภาพ รวมถึงการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน สอดคล้องกับ สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์ (2562) ที่กล่าวว่า การที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการบริการนั้นเป็นอย่างดี ทั้งเรื่องของอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการเป็นอย่างดี การให้บริการที่ได้อย่างสม่ำเสมอ จะสามารถให้บริการโดยไม่ผิดพลาด เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการธุรกิจได้เป็นอย่างดี

ด้านความเอาใจใส่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรให้เกียรติ ยอมรับฟังความคิดเห็น โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ และยังให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ และให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน ตามนิยามความหมายของการเข้าถึงจิตใจ โดย Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงจิตใจ คือความห่วงใยและสนใจต่อผู้รับบริการแต่ละคน และมีความตั้งใจที่จะหาสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการมาตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ด้วยความเต็มใจในการให้บริการ มีความเป็นกันเอง ให้บริการโดยคำนึงถึงประโยชน์ และความจำเป็นในการมาขอรับบริการของผู้ใช้บริการ

ด้านการตอบสนองทันที พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออยู่ในระดับดีมากที่สุด เนื่องจาก ผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ การแก้ไขปัญหาด้วยความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ เป็นเพราะการจัดระบบวิธีการดำเนินงานที่มีความเหมาะสม ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับสิมาภรณ์ สิทธิชัย, สิญาธร ขุนอ่อน และนิศย์ หทัยวิวงศ์ สุขศรี (2560) ที่กล่าวถึงการให้บริการของโรงแรมที่มีความหลากหลาย เช่น สปา อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ที่ให้ความสะดวก และยังเป็นไปตามสัญญาที่โรงแรมได้ให้ไว้กับลูกค้า และเมื่อลูกค้าประสบปัญหา ทางโรงแรมจะเข้ามาช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงตามความต้องการ

ด้านความเป็นรูปธรรม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากการแต่งกายของบุคลากรที่สุภาพเรียบร้อย มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ให้ผู้ให้บริการได้ทราบล่วงหน้า โดยผ่านระบบออนไลน์ มีระบบการฟังบรรยายผ่านระบบ M-Learning การบริการ Internet Wifi ฟรี ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือการเสนอสิ่งที่เป็นกายภาพของการบริการ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทาง

กายภาพที่เป็นเครื่องมือของบุคลากร และวัสดุสื่อสาร ที่เป็นเครื่องมือแสดงทางกายภาพ หรือภาพลักษณ์ของการบริการที่ผู้ใช้บริการนำมาประเมินคุณภาพของการบริการด้วย (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ อ้างถึงใน ผุสดี แสนเสนาะ, 2556) และสอดคล้องกับ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลิกภาพของพนักงานที่แต่งกายเป็นระเบียบ ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และการจัดเตรียมสถานที่พักผ่อนต่อนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีพนักงานนำเที่ยวที่สามารถให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี มีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว และการบริการ

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติจากบุคลากรที่เท่าเทียมกัน ทั้งด้านการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน การแก้ไขปัญหาที่ตรงประเด็น การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ บุคลากรมีการให้เกียรติเอาใจใส่ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกคน บุคลากรมีการประสานให้กับผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ มีพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ผู้ใช้บริการได้เรียนรู้และเข้าใจมากขึ้น และการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในระบบสื่อสาร เช่น Internet และ Wifi ซึ่งการปฏิบัติของบุคลากรที่มีต่อผู้ใช้บริการเป็นไปตามมาตรฐาน ไม่มีการเลือกปฏิบัติ ผู้ใช้บริการทุกคน จึงมีการรับรู้คุณภาพการบริการที่ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ทุกคู่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก และแต่ละคู่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่ง คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนองทันที มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงการที่ผู้ใช้บริการได้รับการบริการด้านข้อมูล และแก้ไขปัญหาด้วยความรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ นั้น ผู้ใช้บริการจะรับรู้ถึงการเอาใจใส่จากบุคลากรที่ในด้านของการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ การคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งการแสดงออกนี้ทำให้บุคลากรได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้ใช้บริการ หรือการได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ ไปพร้อม ๆ กันด้วย นอกจากนี้การที่หน่วยงานมีการพัฒนาระบบการเรียนการสอน การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านระบบสื่อ เช่น Internet มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้ผู้ใช้บริการได้ทราบล่วงหน้า เป็นการแสดงถึงคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมแล้ว ยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และแสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการได้เรียนรู้ไปพร้อม ๆ กันด้วย จะเห็นว่าองค์ประกอบคุณภาพการบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กันมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557) ที่กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือ ความไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า การเข้าใจและการรู้จักผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กันทุกด้าน และเป็นในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ได้มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดีมากถึงดีมากที่สุด จึงสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางสำหรับองค์กรที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านความไว้วางใจได้ ควรมีการปรับปรุงในส่วนของอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาภายในห้องเรียน ให้มีความพร้อมในการใช้งานอยู่เสมอ เมื่อชำรุดเสียหายควรเร่งดำเนินการซ่อมแซมให้ทันใช้งาน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขณะมีการเรียนการสอน และควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งการแสดงผลพฤติกรรมที่ส่งผลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการจึงเป็นการสร้างความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านของความน่าเชื่อถือ หัวหน้าหน่วยงาน ควรให้ตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้บริการได้เข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนา โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกัน มีการชี้แจงและอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ให้นักศึกษาได้เข้าใจ และปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และเป็นมาตรฐาน เช่น การแจ้งจบการศึกษาของนักศึกษาปริญญาตรี โดยการจัดประชุมทุก ๆ 6 เดือน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านความเอาใจใส่บุคลากรของหน่วยงานควรปรับปรุงและพัฒนาในการแสดงความเอาใจใส่ในการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาแก่ผู้ใช้บริการอย่างจริงจัง โดยให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากผู้ใช้บริการให้มากขึ้น โดยการจัดทำตู้รับข้อเสนอแนะสำหรับให้ผู้ใช้บริการได้แสดงความคิดเห็น และแจ้งปัญหาอย่างเต็มที่ และบุคลากรควรมีการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะนั้น เมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาในเรื่องหนึ่งเรื่องใด บุคลากรควรช่วยแก้ไขปัญหาให้อย่างเร่งด่วน

1.4 ด้านการตอบสนองทันที บุคลากรของหน่วยงานควรปรับปรุงในส่วนของการประสานงานงานต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการให้ทันตามกำหนดเวลา โดยการเพิ่มช่องทางการประสานผ่านระบบออนไลน์ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการประสานงานให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เมื่อผู้ใช้บริการเข้ามาสอบถามบุคลากรทุกคนควรให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้ทันทีโดยไม่ให้ผู้ใช้บริการรอคิวนาน

1.5 ด้านความเป็นรูปธรรม บุคลากรและผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานควรปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกของระบบสื่อสารโดยการพัฒนากระบวนการให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงระบบได้รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบันเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและครบถ้วน

2. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ในทุกด้านที่คล้ายกัน หรือเหมือนกัน ดังนั้น บุคลากรของหน่วยงานควรปรับปรุงและพัฒนาในเรื่องของความพยายามในการช่วยแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ โดยการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าบุคลากรมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหา และตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการด้วยความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ มีการรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

ซึ่งต้องคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ เมื่อสามารถปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ใช้บริการจะรับรู้คุณภาพการบริการในทุก ๆ ด้านว่าดีขึ้นตามไปด้วย

3. องค์ประกอบคุณภาพการบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นบุคลากรของหน่วยงาน ควรปรับปรุงคุณภาพการบริการทุกด้านไปพร้อม ๆ กัน โดยให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การตอบข้อซักถาม หรือการแก้ไขปัญหาผ่านช่องทางออนไลน์จะช่วยให้การติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็ว สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง และครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงคุณภาพการบริการครบทุกด้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะได้รับผลการวิเคราะห์ที่สะท้อนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่ม เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ปัจจัยการให้บริการ ปัจจัยด้านสังคม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลครบทุกด้าน และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเพิ่มเติม ไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จุฑาทิพย์ โปธิลังกา. (2557). *ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณภาพการให้บริการ:*

กรณีศึกษาสำนักทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. การค้นคว้าอิสระ

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชนัญชิตา สังข์ทอง. (2559). *คุณภาพการให้บริการสินเชื่อบริการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบาง*

ละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี.* งาน

นิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สุสติ แสนเสนาะ. (2556). *คุณภาพการให้บริการงานจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลตะปอน*

อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พนิดา เพชรรัตน์. (2556). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร*

สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมงคลอีสาน.

พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). *คุณภาพการให้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของ*

นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี. ค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ภาควิชาการศึกษาต่อเนื่องและอาชีวศึกษา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2563, จาก

https://sites.google.com/site/rucovered/learning_ru.

ศิมาภรณ์ สิทธิชัย, สิญาธร ขุนอ่อน และนิศย์ หทัยสิวงส์ สุขศรี. (2560). *คุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรม*

ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. 13(2).

สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์. (2562). *รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิง*

พฤติกรรมของผู้บริโภคธุรกิจสปาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

แสงแข โคละทัต. (2555). *ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการให้บริการของกองบริการการศึกษาศาสน์*

บัณฑิตพัฒนศิลป์. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

โสร้จจะราช เถระพันธ์. (2561). *คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อ*

ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Parasuraman, Zeithaml & Berry. (1990). 5 มิติคุณภาพการบริการ. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562. จาก

<http://www.impressionconsult.com>