

**ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
USERS' EXPECTATION AND SATISFACTION OF LEARNING CENTER
KHONKAEN UNIVERSITY**

วีรยา วงศ์คำ¹
เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าการวิจัยแบบอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างที่ในกรณีศึกษา คือผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 400 คน ใช้สถิติ ร้อยละ และการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 18-22 ปี อาชีพ เป็นนักศึกษา รายได้อยู่ในช่วงน้อยกว่า 5,000 บาท และการใช้บริการในศูนย์สื่อการเรียนรู้คือ การซื้อหนังสือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้าน กระบวนการ ด้านบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุดมีเพียง 1 ด้าน คือด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่าภาพรวมความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ใช้บริการ จะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัย ขอนแก่นรายด้านพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้ใช้บริการจะมีความ คาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจทั้งใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มี 1 ด้าน คือด้านการ ส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ใช้บริการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ

Abstract

Independent Research Study The objective was to study the service users' expectations and satisfaction of learning center Khon Kaen University. The Sample and the consumers in the Independent research study, 400 persons. The statistics are percentage and t-test. Results showed that most of respondents were female, in the 18-22 year and student. Revenue in the range of less than 5,000 baht and the most customer service is book. Most respondents expect the highest level in six aspects: the Physical Environment, Place, Price, Product, Process and People. The expectation level was high, with only one aspect of Promotion. The majority of respondents were satisfied with the level of the seven aspects of the Physical Environment, Place, Price, Product, Promotion, Process and People. Comparison of the service users' expectations and satisfaction of learning center Khon Kaen University. Found that expectations and satisfaction are different significance 0.05 Users have high expectations than satisfaction in six areas: the Physical Environment, Place, Price, Process, People and Product Expectations and satisfaction no different. Significance of 0.05 with one aspect of the Promotion.

Keywords: Learning Center Khon Kaen, Expectation, Satisfaction

¹ นักศึกษาลูกกฐนบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากองจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 123/1108 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002 เบอร์โทรศัพท์ 09 8415 3635 E-mail : weeraya.wg@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันนี้ทางรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนรักการอ่านมากขึ้น และเป็นการกระตุ้นให้คนไทยหันมาอ่านหนังสือกันมากขึ้น เนื่องจากอัตราการอ่านหนังสือของคนไทยยังถือว่าน้อย โดยเฉลี่ย 5 เล่มต่อคนต่อปี โดยมีการกำหนดให้วันที่ 2 เมษายนของทุกปีเป็นวันรักการอ่าน[1] จึงทำให้ประชาชนสนใจและกลับมาอ่านหนังสือกันเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นหนังสืออ่านเล่น หนังสือทั่วไป และหนังสือเรียน ล้วนแต่มีแล้วโน้มน้าที่เพิ่มขึ้น สืบเนื่องจากการที่ประชาชนหันมาสนใจอ่านหนังสือมากขึ้น ทำให้มีอัตราการเข้าร้านหนังสือ หรือสถานที่ที่มีหนังสืออยู่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งในประเทศไทยนั้นก็มียุคสมัยที่จำหน่ายหนังสือที่มีอยู่ตามแต่ละมหาวิทยาลัย โดยส่วนใหญ่ก็นักใช้ชื่อว่า ศูนย์หนังสือ เช่น ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีแนวคิดที่จะตอบสนองแก่ผู้มาใช้บริการ โดยมุ่งเน้นที่จะสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการและมีบริการที่หลากหลายเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ ซึ่งนอกจากจำหน่ายหนังสือเพียงอย่างเดียว ยังจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียน และมีบริการล้างอัดรูประบบดิจิทัล[2] โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการอำนวยความสะดวกแก่นักศึกษา บุคลากร และบุคคลภายนอก ที่เข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการให้ได้มากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กรอบแนวคิดของการศึกษา

ในการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังนี้

ตัวแปรต้น คือ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานการวิจัย

1. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัย

ขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร คือ นักเรียน นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และบุคคลภายนอก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร จึงได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการเก็บข้อมูล ทางผู้ศึกษาจึงได้มีการสำรองไว้ 4% หรือเท่ากับ จำนวน 15 ตัวอย่าง รวมเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ 2) ความคาดหวังและความพึงพอใจ ที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยด้วยวิธี reliability Analyze ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.923

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้จากการรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องมาแปลงข้อมูล เข้ารหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) [3] โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าคะแนนความถี่ ค่าสถิติร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมานใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่า t-test[4] เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-22 ปี มีอาชีพนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นการซื้อหนังสือ

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมากที่สุด[5] ซึ่งสอดคล้องกับของสุดาวดี ชัยเดชทยากุล และยุวดี เพชรระ ที่กล่าวว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (อ้างถึงตารางที่1)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านบุคลากร (อ้างถึงตารางที่2) ซึ่งสอดคล้องกับของ ภรรรคพล อุดระทอง[6] ที่กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก



การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการเปรียบเทียบ เมื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการจะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพัชรี มาสิน และมาริสา พระวังคำ[7] ที่กล่าวว่า เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการจะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าความคาดหวังเท่ากับความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (อ้างถึงตารางที่3)

สรุป

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ให้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความคาดหวังต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้ให้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ความคาดหวังต่อการบริการและตัวสินค้ามาก หลังทำการศึกษา พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจมีความแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการมีความคาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ สูงกว่าความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการของศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ดังนั้นทางผู้ประกอบการควรจะมีการปรับปรุงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของสินค้ามีความสวยงามและน่าสนใจ เนื่องจากมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรหาสินค้าที่มีความสวยงาม และดูน่าสนใจจำหน่ายมากกว่าเดิมเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของสินค้า มีระดับราคาหลากหลายให้เลือกซื้อ โดยการที่ผู้ประกอบการแบ่งจำนวนของสินค้า เพื่อที่จะสามารถแบ่งราคาของสินค้าได้หลายระดับมากขึ้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และโปรโมชั่น ผ่านช่องทางต่างๆ ผู้ประกอบการทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้มากขึ้น และทำเป็นประจำ โดยทำการประชาสัมพันธ์ตามเว็บไซต์ แผ่นพับ การติดป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณศูนย์การเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรปรับปรุงเรื่องของผู้ให้บริการในส่วนของ การถ่ายรูป มีเทคนิคและคำแนะนำที่ดี ผู้ประกอบการมีการจัดการอบรมผู้ให้บริการในส่วนของ การถ่ายรูป โดยเชิญวิทยากรมาสอนเทคนิคใหม่ๆ หรือส่งผู้ให้บริการดูงานตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เกิดเทคนิคใหม่ๆ และสามารถให้คำแนะนำที่ดีต่อผู้ให้บริการได้ ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของความถูกต้องในการให้บริการ ผู้ประกอบการมีการจัดอบรมพนักงานเป็นประจำ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องต่างๆ เหมือนกัน และเป็นการลดการผิดพลาดในการบริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของมีพื้นที่ จอดรถเพียงพอ และสะดวกสบาย ผู้ประกอบการมีการติดต่อกับทางผู้ดูแลสถานที่ เพื่อให้สามารถมีที่จอดรถเฉพาะลูกค้าที่ต้องการมาใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้โดยตรง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงในเรื่องของการแบ่งพื้นที่การจัดจำหน่ายสินค้ามีความเหมาะสม ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการทำการจัดแบ่งพื้นที่ของสินค้าให้ชัดเจน และเป็นหมวดหมู่ เพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า หรือเลือกใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัย ขอนแก่นเท่านั้น โดยในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของพนักงานในศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อที่จะได้ทราบความคาดหวังและความพึงพอใจของพนักงาน
2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิธีการปรับปรุงการบริการและสินค้าของศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัย ขอนแก่น โดยวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จได้ดี เนื่องจากที่ได้ให้ความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกียรติฟ้า ตั้งใจจิต อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ให้ความกรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ผู้ศึกษาตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้รวมถึงการให้คำแนะนำต่างๆ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิตที่ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำเป็นอย่างดี ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจในการศึกษาอิสระในครั้งนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] DMC. (2557). 2 เมษายน วันรักการอ่าน. ค้นหาค้นเมื่อ วันที่ 9 มีนาคม 2558, จาก <http://www.dmc.tv/pages/ความรู้รอบตัว/วันรักการอ่าน.html>
- [2] ศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สินค้าและบริการภายในศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ค้นหาค้นเมื่อ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.ukku.kku.ac.th/>
- [3] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] อนันตกุล อินทรผดุง. (2558). ปฏิบัติการใช้โปรแกรม SPSS 20.0 การสร้างไฟล์และการวิเคราะห์ T-test และ ANOVA. ค้นหาค้นเมื่อ 10 เมษายน 2558, จาก http://www.anantakul.net/learning/Example_T-test_and_ANOVA.pdf
- [5] สุดาวดี ชัยเดชทยากุล และยุวดี เพชระ. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของอาจารย์และนักศึกษาคณะสาธารณสุขศาสตร์ในการใช้ห้องสมุดคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. รั้งสัตตสารสนเทศ, ปีที่ 18 (ฉบับที่ 1), 61-74.
- [6] ภรรรคพล อุตระทอง. (2552). ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการบริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นหาค้นเมื่อ วันที่ 12 มีนาคม 2558, จาก <http://www.bus.rmutt.ac.th/journal/pdf/vol4-no2-04.pdf>

[7] พัชรี มาสิน และมาริสา พระวังกำ. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มน้ำอัดลมยี่ห้อเอส ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. จุลนิพนธ์ บริหารธุรกิจบัณฑิต. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยรวม

ความคาดหวัง	\bar{x}	S.D.	แปรผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.76	มากที่สุด
ด้านราคา	4.37	0.71	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	0.82	มาก
ด้านบุคลากร	4.29	0.80	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.30	0.78	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.43	0.77	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.46	0.75	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และระดับความสำคัญปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยรวม

ความพึงพอใจ	\bar{x}	S.D.	แปรผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.85	0.79	มาก
ด้านราคา	3.87	0.77	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.82	มาก
ด้านบุคลากร	3.77	0.83	มาก
ด้านกระบวนการ	3.80	0.80	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.91	0.95	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	0.85	มาก

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์สื่อการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			t	sig
	\bar{x}	S.D	แปลผล	\bar{x}	S.D	แปลผล		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.76	มากที่สุด	3.85	0.79	มาก	13.08	.000
ด้านราคา	4.37	0.71	มากที่สุด	3.87	0.77	มาก	9.21	.003
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.14	0.82	มาก	3.85	0.82	มาก	2.02	.137
ด้านบุคลากร	4.29	0.80	มากที่สุด	3.77	0.83	มาก	24.29	.000
ด้านกระบวนการ	4.30	0.78	มากที่สุด	3.80	0.80	มาก	19.79	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.43	0.77	มากที่สุด	3.91	0.95	มาก	13.37	.000
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.46	0.75	มากที่สุด	4.07	0.85	มาก	13.52	.000
รวม	4.32	0.77	มากที่สุด	3.87	0.83	มาก	13.22	.000