การวัดคุณภาพการบริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
MEASURING SERVICE QUALITY OF LIARNING CENTER KHON KAEN UNIVERSITY

ชนากานต์ สุดประโคน[1]
นิติพล ภูตะโชติ[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยการวัดความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการ และเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามการวัดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) โดยศึกษาข้อมูลคุณลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้บริการ ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการทดสอบ T Pair test ในการเปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังและค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการ ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-22 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 5 ด้าน คือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ 3) ด้านการตอบสนองผู้ให้บริการ 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจต่อผู้ใช้บริการ จึงเสนอแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ คือ โครงการร้านหนังสือในฝัน โครงการเติมยิ้ม เต็มใจให้บริการและโครงการบริการมั่นใจ

คำสำคัญ: ศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพบริการ ความพึงพอใจ

Abstract

This independent study aims to investigate the users' satisfaction when using Leaning Center of Khon Kaen University by measuring their expectation and recognition in the service quality and taking their suggestions to improve it. The research tool was a service-quality measuring questionnaire or SERQUAL. The tool investigated the characteristics of population, service behaviors, expectation and recognition of service quality among 400 participants. The results were analyzed by using frequency, percentage, means, standard deviations and T-Pair Test in the comparison between the means of expectation and the means of service-quality recognition. The results showed that most questionnaire responders were female undergraduate students in the age of 18-22. Their average income was lower than 5,000 Thai baht per month. The result of satisfaction investigation concluded that the customers were not satisfied with 5 aspects of the service as follows: 1) Tangibles 2) Reliability 3) Responsiveness 4) Assurance and 5) Empathy. The service improving model was then created by launching a few projects such as 'Dream book store', 'Smile-filling and Happy Service Project', and 'Confident Service Project'

Keywords: Learning Center Khon Kaen University, Expectation, Derception ,Satisfaction

[1] *นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 39 ม.11 ต.ดงพลอง อ.แคนดง จ.บุรีรัมย์ 31150 เบอร์โทรศัพท์ 0833277624 E-mail: I_ying18@hotmail.com*

[2] *รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*

บทนำ

ศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งอยู่ที่ อาคารศูนย์อาหารและบริการ 1 หรือที่รู้จักกันในชื่อ คอมเพล็กซ์ มีสถานะเป็นองค์กรในกำกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นและมีวัตถุประสงค์ในจัดตั้ง คือ เพื่อจัดหาหนังสือและอุปกรณ์การศึกษามาจำหน่ายให้แก่อาจารย์ นักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นและประชาชนทั่วไป ปัจจุบันได้เพิ่มประเภทสินค้าและบริการเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ

ในปี พ.ศ.2557 การสำรวจการอ่านหนังสือของคนไทยพบว่ามีมีแนวโน้มการอ่านหนังสือโดยเฉลี่ยลดลงเรื่อยๆ มีสาเหตุจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมการบริโภค[1] ประกอบกับการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21 ด้านความต้องการต่อสินค้าและบริการประเภทต่างๆพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือ คุณภาพการบริการ(Service Quality)[2] ดังนั้นศูนย์สื่อสารการเรียนรู้จึงต้องมีการประเมินคุณภาพบริการและพัฒนาองค์กรเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภค

การประเมินคุณภาพการบริการ คือ การเปรียบเทียบความคาดหวังในการบริการของผู้ใช้บริการกับบริการที่ผู้ให้บริการนำเสนอ หรือที่รู้จักกันว่า “SERVQUAL Model” เครื่องมือนี้ใช้ในการหาช่องว่างที่ทำให้การบริการไม่มีคุณภาพ ประกอบด้วยเกณฑ์การบริการ 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะกายภาพ (Tangibles) , ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการ (Reliabilities) , ด้านการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค(Responsiveness) , ด้านความไว้วางใจ (Assurance) , ด้านการเข้าถึงจิตใจ (Empathy) โดยการประเมินคุณภาพบริการจะทำให้องค์กรทราบระดับความพึงพอใจในบริการที่ส่งมอบ และเป็นแนวทางในพัฒนาคุณภาพงานบริการขององค์กร

ดังนั้นจึงมีการใช้ SERVQUAL Model กับคุณภาพการบริการของศูนย์สื่อสารการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. เพื่อทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของศูนย์สื่อสารการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 400 คน ใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบตามสะดวกและเก็บข้อมูลจากการแจกตอบแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการภายหลังใช้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามคุณลักษณะประชากร โดยเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว ลักษณะเป็นคำถามเป็นปลายปิด 2) แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการ โดยมีลักษณะแบบสอบเป็นแบบปลายปิด ซึ่งคำถามมีหลายคำตอบให้เลือกตอบตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เช่น จุดประสงค์ในการใช้บริการ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ จำนวนเวลาที่ใช้บริการเฉลี่ย เป็นต้น 3) แบบสอบถามความระดับความคาดหวังและระดับการ

รับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ 5 ระดับ ตามเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้านตามแนวคิดของ SERVQUAL คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ด้านการตอบสนองต่อการบริการ ด้านการให้เชื่อใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ รวมทั้งหมดจำนวน 22 ข้อ โดยมีการกำหนดเกณฑ์ระดับคะแนนความความหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการโดยใช้แบบไลกิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการน้อยที่สุด

ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการน้อย

ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการปานกลาง

ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการมาก

ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการมากที่สุด

และ ส่วนที่ 4) ส่วนข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ใช้บริการ โดยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาค แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.961 จึงถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นที่จะนำไปใช้กับการศึกษาได้

การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากนำตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงทำการแปลงข้อมูลโดยการเข้ารหัสเพื่อวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) การวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนคุณลักษณะประชากรและส่วนพฤติกรรมการใช้บริการใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการตามเกณฑ์การวัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ด้วยสถิติเชิงพรรณนาด้วยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติค่า (T-test) จากนั้นเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการกำหนดให้ความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และนำผลการวิเคราะห์มาพิจารณาถึงความแตกต่าง โดยความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านคุณลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.5 มีช่วงอายุระหว่าง 18-22 คิดเป็นร้อยละ 55.5 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีอาชีพเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.5

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.3 มีจุดประสงค์ในการใช้บริการมากที่สุดคือ เพื่อซื้อหนังสือและคู่มือทางวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 48.8 ใช้บริการมากที่สุดในช่วงเวลา 12.01-15.00 น.คิดเป็นร้อยละ 44.3 ใช้เวลาในการใช้บริการมากที่สุดคือ 31 นาที - 1 ชม.คิดเป็นร้อยละ 50.8 และรู้จักศูนย์สื่อสารการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 57.8

ผลการศึกษาความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ภาพรวมของระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านการตอบสนองต่อการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เรียงตามลำดับ

ผลการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ภาพรวมของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านการตอบสนองต่อการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เรียงตามลำดับ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ พบว่าผู้ใช้บริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการหรือไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน โดยผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการมากที่สุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองต่อการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เรียงตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามการวัดคุณภาพการบริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ไม่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ คือ สถานที่ให้บริการมีป้ายบอกทิศทางและขั้นตอนการบริการอย่างชัดเจนและเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้มีความทันสมัย

ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ คือ พนักงานให้บริการได้ถูกต้องและการมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ

ด้านการตอบสนองต่อการบริการ คือ พนักงานมีความยินดีและเต็มใจในการให้บริการ พนักงานมีความพร้อมและกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตรในการให้บริการ และพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว

ด้านการให้ความมั่นใจ คือ พนักงานมีความรู้และมีความสามารถในการบริการ พนักงานบริการน่าไว้วางใจ พนักงานแก้ไขปัญหาได้เมื่อผู้ใช้บริการประสบปัญหา และพนักงานให้คำแนะนำที่ดีได้เมื่อเกิดปัญหา

ด้านการดูแลเอาใจใส่ คือ พนักงานให้บริการอย่างเอาใจใส่ พนักงานให้บริการอย่างคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ พนักงานมีความสนใจต่อผู้ใช้บริการ พนักงานเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ และพนักงานรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

สรุป

การศึกษาเรื่อง การวัดคุณภาพการบริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ดังนั้นเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการควรแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการที่ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจ จึงเสนอแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยจัดทำเป็นโครงการต่างๆ จำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1. โครงการร้านหนังสือในฝัน เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีรายละเอียดคือ การเพิ่มจำนวนป้ายแสดงทิศทางและป้ายแสดงขั้นตอนการบริการ การเพิ่มช่องทางในการชำระเงินให้กับผู้ใช้บริการนอกเหนือจากการรับเงินสด การจัดพื้นที่ภายในร้านให้มีความเหมาะสมต่อการใช้บริการอยู่เสมอ การจัดหนังสือให้เป็นหมวดหมู่ให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาได้อย่างรวดเร็ว และการปรับปรุงพื้นที่ในการวางกระเป๋าและสัมภาระของผู้ใช้บริการให้เหมาะสมมากขึ้น ผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเพิ่มขึ้น และองค์กรมีภาพลักษณ์ดีขึ้นเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากขึ้น

2. โครงการเติมยิ้ม เต็มใจให้บริการ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่และด้านการตอบสนองต่อการบริการ มีรายละเอียดคือ การฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงจูงใจที่ดีให้กับพนักงานในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร การรับฟังข้อเสนอแนะและปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นจากการให้บริการของพนักงานในองค์กร และจัดทำการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่และความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อการบริการเพิ่มขึ้น พนักงานในองค์กรมีความพร้อมและตอบสนองต่อการให้บริการได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และพนักงานในองค์กรให้บริการด้วยความเต็มใจและยินดีในการให้บริการ

3. โครงการบริการมั่นใจ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและด้านการให้ความมั่นใจ มีรายละเอียดคือ การฝึกอบรมการเตรียมความพร้อมในการทำงานให้กับพนักงานใน การวางตำแหน่งของพนักงานให้บริการให้มีความเหมาะสมมากขึ้น การจัดทำพิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprinting) การจัดทำเอกสารคู่มือการปฏิบัติงานขององค์กร (Standard Operating Procedure : SOP) ผลที่คาดว่าจะได้รับ คือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและด้านการให้ความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น พนักงานในองค์กรสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องและเกิดภาพลักษณ์องค์กรที่ดี

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์สื่อสารการเรียนรู้มหาวิทยาลัยขอนแก่นในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ข้อเสนอแนะต่างๆอาจเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา ดังนั้นควรมีการประเมินคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อพัฒนาองค์กรให้สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

[1] คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ECON CHULA) และ ศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB). (2558) **การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย**. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2559 จาก http://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/04/2558_การอ่าน_จุฬา_เต็มpdf.

[2] Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan.(2011). การตลาด 3.0 (Marketing 3.0) พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊ค

[3] ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2557).**การตลาดบริการ:แนวคิดและกลยุทธ์(Service Marketing: Concept and Strategies).**พิมพ์ครั้งที่ 7.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[4] ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549).**การจัดการและการตลาดบริการ**.พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

[5] ชัชวาล เรืองประพันธ์. (2557).**การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows.** ขอนแก่น : ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

[6] Christopher Lovelock,Jochen Wirtz, Hean Tat Keh & Xiongwen Lu.(2004). **ServicesMarketing in Asia.** 2nd : Prentice Hall

[7] Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A.,&Berry,L.L (1991) **Reassessment of the SERVQUAL Scale.** Journal of Retailing, 67,420-450

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้การใช้บริการของศูนย์สื่อสารการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง			ระดับการรับรู้		
	ค่าเฉลี่ย (X)	(S.D.)	การแปรผล	ค่าเฉลี่ย (X)	(S.D.)	การแปรผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ						
1.สถานที่ให้บริการมีความเหมาะสม	4.13	0.783	มาก	4.12	0.753	มาก
2.สถานที่ให้บริการมีป้ายบอกทิศทางและขั้นตอนการบริการอย่างชัดเจน	4.01	0.868	มาก	3.91	0.875	มาก
3.เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัย	4.08	0.805	มาก	3.92	0.780	มาก
4.สถานที่มีบรรยากาศที่ดีน่าใช้บริการ	4.19	0.801	มาก	4.12	0.774	มาก
5.พนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสม	4.37	0.700	มากที่สุด	4.35	0.727	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ						
6.พนักงานให้บริการได้ถูกต้อง	4.32	0.713	มากที่สุด	4.18	0.762	มาก
7. ให้บริการได้จริงตามที่แจ้งไว้	4.24	0.729	มากที่สุด	4.18	0.735	มาก
8.พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค	4.29	0.748	มากที่สุด	4.25	0.719	มากที่สุด
9.การมีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอ	4.28	0.770	มากที่สุด	4.20	0.766	รับรู้มาก
ด้านการตอบสนองต่อการบริการ						
10.พนักงานยินดีและเต็มใจให้บริการ	4.33	0.777	มากที่สุด	4.20	0.818	มาก
11.พนักงานมีความพร้อมบริการ	4.21	0.802	มากที่สุด	3.96	0.875	มาก
12.พนักงานเป็นมิตร มีอัธยาศัยที่ดี	4.28	0.773	มากที่สุด	4.11	0.879	มาก
13.พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.23	0.752	มากที่สุด	4.11	0.803	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจ						
14.พนักงานมีความรู้ในการบริการ	4.17	0.751	มาก	4.10	0.757	มาก
15.พนักงานบริการน่าไว้วางใจ	4.28	0.750	มากที่สุด	4.19	0.746	มาก
16.พนักงานแก้ไขปัญหาได้เมื่อผู้ใช้บริการประสบปัญหา	4.25	0.736	มากที่สุด	4.13	0.776	มาก
17.พนักงานให้คำแนะนำที่ดี	4.25	0.785	มากที่สุด	4.13	0.809	มาก
ด้านการดูแลเอาใจใส่						
18.พนักงานให้บริการอย่างเอาใจใส่	4.20	0.773	มาก	4.01	0.874	มาก
19.คำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ	4.21	0.756	มากที่สุด	4.04	0.822	มาก
20.พนักงานมีความสนใจต่อผู้ใช้บริการ	4.19	0.818	มาก	3.94	0.892	มาก
21.พนักงานเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.22	0.784	มากที่สุด	3.97	0.852	มาก
22.พนักงานรับฟังความคิดเห็นผู้ใช้บริการ	4.20	0.806	มาก	4.01	0.879	มาก