



ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวลผล
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Expectations and Perceptions of Service Quality among Users of Academic Affairs
and Registration at Chaiyaphum Rajabhat University.

พริมรตา จารุกิตต์กุล
Primrata Jarukitkul

นักวิชาการศึกษา, งานวิชาการและประมวลผล, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
Academic Officer, Academic and Information Processing Division,
Chaiyaphum Rajabhat University
Corresponding author, E-mail: Primrata.j@gmail.com

Received 09/11/2025 | Revised 12/11/2025 | Accepted 12/11/2025

บทความวิจัย (Research Article)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ระดับความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ 2. เปรียบเทียบระดับ E กับ P และ 3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากประชากรทั้งหมด 3,227 คน ซึ่งเป็นผู้เคยใช้บริการในปีการศึกษา 2567 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา (ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติอนุมาน (paired samples t-test, One-way ANOVA) พร้อมรายงานขนาดอำนาจผล (Cohen's $d_z = -0.44$) และค่าช่องว่างเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ (Gap Mean = -0.17) ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12, SD = 0.58) ในขณะที่ระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, SD = 0.62) โดยมีช่องว่างเชิงคุณภาพบริการ (Service Quality Gap) โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t(399) = 8.74, p < .001$) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ด้าน “ความมั่นใจ” (Assurance) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดทั้งในด้านความคาดหวัง (4.18) และการรับรู้ (4.05) ในขณะที่ด้าน “ความเป็นรูปธรรม” (Tangibles) และ “ความเอาใจใส่” (Empathy) มีช่องว่างค่อนข้างชัดเจน (-0.20 และ -0.20 ตามลำดับ) 2) การรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามเพศและชั้นปี ($p > .05$) แต่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามคณะ ($p = .023$) โดยนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ให้การรับรู้ต่ำกว่าสาขาวิชาอื่นเล็กน้อย 3) ปัญหาหลักที่พบจากการวิเคราะห์เนื้อหาคือด้านระบบและเทคโนโลยี ด้านบุคลากร และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ข้อเสนอแนะหลักคือการพัฒนาเว็บไซต์ให้เสถียร การอบรมทักษะการสื่อสารให้เจ้าหน้าที่ และการปรับปรุงพื้นที่ให้บริการ

คำสำคัญ: ความคาดหวัง; การรับรู้; คุณภาพการบริการ; โมเดล SERVQUAL; ช่องว่างคุณภาพบริการ



Abstract

This study aimed to 1. examine the levels of expectations and perceptions of service quality among users of Academic Affairs and Registration services at Chaiyaphum Rajabhat University, 2. compare these expectations and perceptions, and 3. identify problems and obstacles in service use. The sample consisted of 400 students from a total population of 3,227 individuals who had previously used the services in the academic year 2024. Data were collected via an online questionnaire distributed through Google Form. Statistical analyses included descriptive statistics (frequencies, percentages, means, standard deviations) and inferential statistics (paired samples t-test, One-way ANOVA). Results revealed that: 1. Both the overall level of expectations (mean = 4.12, SD = 0.58) and perceptions (mean = 3.95, SD = 0.62) of service quality were rated as "high." However, expectations were significantly higher than perceptions ($t(399) = 8.74, p < .001$, Cohen's $d_z = -0.44$), indicating a statistically significant service quality gap (mean gap = -0.17, 95% CI [-0.23, -0.11]). 2. Among the five SERVQUAL dimensions, "Assurance" had the highest mean scores for both expectations (4.18) and perceptions (4.05). The largest service gaps were found in "Tangibles" (gap = -0.20) and "Empathy" (gap = -0.20). Perceptions of service quality did not differ significantly by gender or year of study, but did differ significantly by faculty ($p = .023$), with students from the Faculty of Arts and Science reporting lower perceptions, potentially linked to higher expectations regarding technology and infrastructure. 3. Content analysis of open-ended responses identified key issues: technological/system failures, staff behavior and physical environment. These findings provide actionable insights for service improvement, highlighting the need to prioritize digital infrastructure upgrades and enhance staff training in communication and personalized service delivery to bridge the identified gaps. A key limitation is the potential for self-selection bias inherent in online data collection and the single-institution context, which limits generalizability.

Keywords: expectations; perceptions; service quality; SERVQUAL model; service quality gap

บทนำ

มหาวิทยาลัยหรือสถาบันอุดมศึกษามีภารกิจหลักในการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การให้บริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายเหล่านี้ต้องอาศัยความสามารถ ความพร้อม และความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษา

สำนักส่งเสริมวิชาการและจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ เป็นหน่วยงานสำคัญที่ดำเนินงานตามนโยบายของมหาวิทยาลัย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บริการทางการศึกษา สนับสนุนการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ตลอดจนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์หลักสูตร และให้บริการด้านวิชาการ การวิจัย



การบริหารจัดการ ระบบสารสนเทศ รวมถึงงานวิชาการและประมวผล เพื่อยกระดับคุณภาพบัณฑิตและการบริการทางการศึกษา

ในยุคปัจจุบัน “การให้บริการ” เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรทุกประเภท รวมถึงสถาบันการศึกษา “คุณภาพบริการ” จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าคุณภาพบริการเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร (Gronroos, 2001) องค์กรที่มีคุณภาพบริการสูงมักประสบความสำเร็จในการแข่งขัน ขณะที่องค์กรที่ขาดคุณภาพบริการมักสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งพัฒนาโดย Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการที่เป็นมาตรฐานสากล โดยประเมินความแตกต่างระหว่าง “ความคาดหวัง” กับ “การรับรู้” ของผู้ใช้บริการผ่านมิติหลัก 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles), ความเชื่อถือได้ (Reliability), การตอบสนอง (Responsiveness), ความมั่นใจ (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) การนำโมเดลนี้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ช่วยให้เห็นช่องว่างคุณภาพบริการ (Service Quality Gap) ได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์ช่องว่างรายมิติ ซึ่งจะช่วยให้เป้าหมายในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเน้นการพัฒนาในมิติที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้สูงสุด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขยายกรอบการวิเคราะห์โดยการจำแนกการรับรู้คุณภาพบริการตามคณะเพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างของประสบการณ์ผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มประชากร และใช้ข้อมูลจากการสอบถามปลายเปิดมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อระบุปัญหาและอุปสรรคเชิงลึกในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงประเด็นด้านเทคโนโลยี บุคลากร และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ครอบคลุมและปฏิบัติได้จริง

ดังนั้นผู้วิจัย จึงนำแนวคิดการจัดการคุณภาพบริการ (Service Quality) มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการงานวิชาการและประมวผล จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นกลไกสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักศึกษาและพัฒนารูปแบบการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษา เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านใดมีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

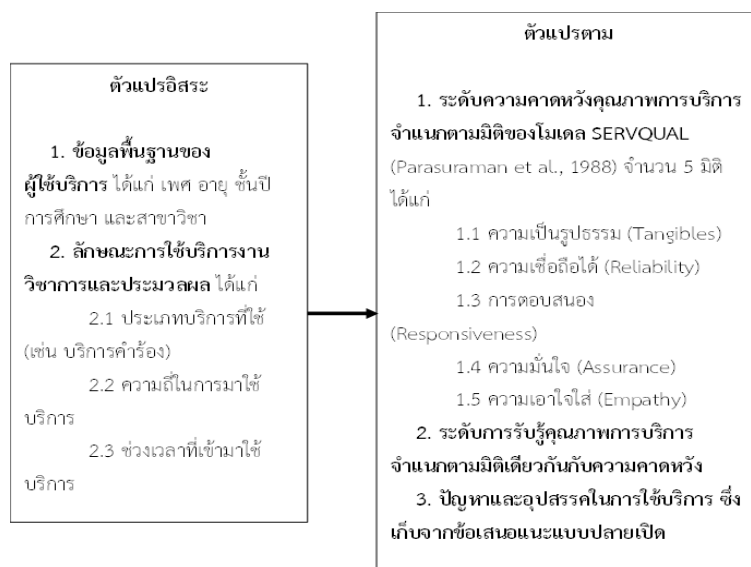
1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

สมมุติฐานของโครงการวิจัย

ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้อิงตามแบบจำลอง SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ความคาดหวัง” และ “การรับรู้” ของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผลใน 5 มิติหลัก ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ เพื่อเปรียบเทียบช่องว่างระหว่างสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังกับสิ่งที่รับรู้จริง อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ประจำปีการศึกษา 2567 จำนวนทั้งสิ้น 3,227 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้บริการงานวิชาการและประมวผล สำนักส่งเสริมวิชาการและจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาที่ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสาขาวิชา

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา และสาขาวิชา
2. ลักษณะการใช้บริการงานวิชาการและประมวผล ได้แก่
 - 2.1 ประเภทบริการที่ใช้ (เช่น บริการคำร้อง)
 - 2.2 ความถี่ในการมาใช้บริการ



2.3 ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

1. ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ จำแนกตามมิติของโมเดล SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) จำนวน 5 มิติ ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) (2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) (3) การตอบสนอง (Responsiveness) (4) ความมั่นใจ (Assurance) (5) ความเอาใจใส่ (Empathy)
2. ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ จำแนกตามมิติเดียวกันกับความคาดหวัง
3. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ ซึ่งเก็บจากข้อเสนอแนะแบบปลายเปิด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี และคณะ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของการใช้บริการงานวิชาการและประมวผล ได้แก่ บริการคำร้อง ความถี่ที่มาใช้บริการงานวิชาการและประมวผล ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการงานวิชาการและประมวผล

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.4.1 ศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพบริการ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบแบบสอบถาม

3.4.2 กำหนดขอบเขตเนื้อหาของเครื่องมือผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และครอบคลุมมิติของคุณภาพการบริการตามโมเดล SERVQUAL

3.4.3 จัดทำแบบสอบถามฉบับร่าง นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่างแล้วนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการบริการและการวิจัยทางการศึกษาตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา (Content Validity)

3.4.4 ทดลองใช้แบบสอบถาม (Pilot Test) ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสอบถามกับนักศึกษา กลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน ที่ไม่รวมอยู่ในกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อตรวจสอบความชัดเจน ความเข้าใจ และความเหมาะสมของคำถาม รวมถึงวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งพบว่าค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ($\alpha \geq 0.70$)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.5.1 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การศึกษาเอกสาร หนังสือ วารสาร รายงาน และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบเครื่องมือและวิเคราะห์ผล

3.5.2 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ 1) จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) แจกจ่ายลิงก์แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ระบบอีเมลของมหาวิทยาลัย กลุ่มไลน์คณะ และโซเชียลมีเดีย และ 3) แบบสอบถามที่ได้รับกลับมามีครบถ้วน

3.5.3 การตรวจสอบและจัดกระทำข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด แล้วจัดทำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมสำหรับการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1) ใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะการใช้บริการ ระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ

3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1) ใช้ t-test for dependent samples เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ

2) ใช้ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม (เช่น เพศ ชั้นปี สาขาวิชา)

3) ใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

3.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับข้อมูลจากส่วนที่ 4 (ข้อเสนอแนะ) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นตามประเด็นที่เกิดขึ้นบ่อย และสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ” ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของการใช้บริการงานวิชาการและประมวลผล พบว่า

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	รายการ	ร้อยละ
เพศ	หญิง	68.5 (274 คน)
	ชาย	30.8 (123 คน)
	ไม่ระบุ	0.8 (3 คน)
อายุ	18-22 ปี	94.3



ข้อมูลทั่วไป	รายการ	ร้อยละ
ชั้นปี	23 ปี ขึ้นไป	94.3
	ชั้นปีที่ 1	26.0
	ชั้นปีที่ 2	24.5
	ชั้นปีที่ 3	22.0
	ชั้นปีที่ 4	25.5
	ชั้นปีที่ 5 ขึ้นไป	2.0
คณะ	ครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์	49.50
	ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	28.5
	พยาบาลศาสตร์	22.0

ตารางที่ 2 ลักษณะการใช้บริการงานวิชาการและประมวผล

ลักษณะการใช้บริการงานวิชาการและ ประมวผล	รายการ	ร้อยละ
1) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ	ขอเอกสาร (ใบแสดงผลการเรียน, หนังสือรับรอง)	82.0
	ติดต่อเรื่องผลการเรียน/เกรด	68.5
	ยื่นคำร้องทั่วไป	56.3
	สอบถามข้อมูลการลงทะเบียน	49.0
2) ความถี่ในการใช้บริการ	น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	42.5
	1-2 ครั้ง/เดือน	35.0
	3-4 ครั้ง/เดือน	15.8
	มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	6.7
3) ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	เช้า (08:00-12:00 น.)	58.0
	บ่าย (13:00-16:30 น.)	42.0

ตอนที่ 1 ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ตารางที่ 3 ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	4.08	0.60	มาก
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	4.15	0.57	มาก
การตอบสนอง (Responsiveness)	4.10	0.59	มาก
ความมั่นใจ (Assurance)	4.18	0.55	มาก
ความเอาใจใส่ (Empathy)	4.09	0.61	มาก

ค่าเฉลี่ย	4.12	0.58	มาก
-----------	------	------	-----

จากตารางที่ 3 ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย = 4.12, SD = 0.58) เมื่อพิจารณาตามมิติตามโมเดล SERVQUAL พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่จะมีความรู้ ความสามารถ และสื่อสารด้วยความสุภาพ

ตารางที่ 4 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	3.88	0.64	มาก
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	4.01	0.60	มาก
การตอบสนอง (Responsiveness)	3.92	0.63	มาก
ความมั่นใจ (Assurance)	4.05	0.59	มาก
ความเอาใจใส่ (Empathy)	3.89	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.95	0.62	มาก

จากตารางที่ 4 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย = 3.95, SD = 0.62) เมื่อพิจารณาตามมิติ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความมั่นใจ (Assurance) เช่นเดียวกับความคาดหวัง แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการรับรู้ถึงเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และสื่อสารอย่างสุภาพจริง

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ผู้วิจัยใช้ t-test for dependent samples เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) กับการรับรู้ (P)

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

รายการ	N	ค่าเฉลี่ย (E)	S.D. (E)	ค่าเฉลี่ย (P)	S.D. (P)	ค่าเฉลี่ยของส่วนต่าง (E-P)	95% CI	t	df	p-value	Cohen's dz
ค่าเฉลี่ยรวม	400	4.12	0.58	3.95	0.62	-0.17	[-0.23, 0.11]	8.74	399	< 0.001	-0.44

จากตารางที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวังกับการรับรู้คุณภาพการบริการ ผู้วิจัยใช้ t-test for dependent samples เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (E) กับการรับรู้ (P) พบว่า ระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ว่า “ระดับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน” ผลการวิเคราะห์นี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูง แต่การให้บริการยังไม่สามารถตอบสนองได้เต็มที่ โดยเฉพาะในด้านความเป็นรูปธรรม และความเอาใจใส่ ซึ่งมีช่องว่าง (Gap) ค่อนข้างชัดเจน



ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	F	df1	df2	p-value	η^2	หมายเหตุ
จำแนกตามเพศ	0.87	2	397	0.372	0.004	ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
จำแนกตามชั้นปี	1.51	4	395	0.215	0.015	ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
จำแนกตามคณะ	3.88	2	397	0.023	0.019	มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการตามเพศ ชั้นปี และคณะ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาตามเพศและชั้นปี ($p > 0.05$) แต่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อจำแนกตามคณะ ($p = 0.023$) โดยนักศึกษาคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ให้การรับรู้คุณภาพการบริการต่ำกว่าสาขาวิชาอื่นเล็กน้อย ซึ่งอาจเป็นผลจากความคาดหวังที่สูงกว่าในด้านระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอน

ตารางที่ 7 ค่าช่องว่าง (Gap Score) รายมิติของโมเดล SERVQUAL

มิติ	ค่าเฉลี่ย (E)	ค่าเฉลี่ย (P)	ค่าช่องว่าง (E-P)	อันดับจากช่องว่างมากที่สุด
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	4.08	3.88	-0.2	1 (เท่ากัน)
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	4.15	4.01	-0.14	3
การตอบสนอง (Responsiveness)	4.1	3.92	-0.18	2
ความมั่นใจ (Assurance)	4.18	4.05	-0.13	4
ความเอาใจใส่ (Empathy)	4.09	3.89	-0.2	1 (เท่ากัน)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12	3.95	-0.17	-

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ค่าช่องว่าง (Gap Score) โดยการหาความแตกต่างระหว่างระดับความคาดหวัง (E) และการรับรู้ (P) ในแต่ละมิติของโมเดล SERVQUAL พบว่า มีค่าช่องว่างเป็นลบในทุกมิติ ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้จริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยด้านที่มีปัญหาหรือ "ช่องว่าง" มากที่สุด คือ ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) และ ความเอาใจใส่ (Empathy) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของช่องว่างเท่ากันที่ -0.20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังสูงในเรื่องสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการได้รับบริการที่ใส่ใจเป็นรายบุคคล แต่การรับรู้จากการใช้บริการจริงกลับยังไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังเหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ยังคงมีช่องว่างเหลืออยู่ โดยเฉพาะด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ที่มีค่าช่องว่าง -0.18 ส่วนด้านที่มีช่องว่างน้อยที่สุดคือ

ความมั่นใจ (Assurance) ที่ -0.13 ซึ่งสะท้อนว่าเป็นจุดแข็งของหน่วยงาน ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยรวมของช่องว่างอยู่ที่ -0.17 ยืนยันถึง “ช่องว่างคุณภาพบริการ” (Service Quality Gap) โดยรวมที่หน่วยงานควรดำเนินการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะสองด้านแรกที่มีช่องว่างเท่ากันและมากที่สุด

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ (จากข้อเสนอแนะแบบปลายเปิด) จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

1) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ

1. ด้านระบบและเทคโนโลยี ได้แก่ ระบบออนไลน์ล่มบ่อย เว็บไซต์แจ้งข้อมูลไม่ชัดเจน คอมพิวเตอร์/เครื่องปริ้นต์ชำรุดบ่อย
2. ด้านบุคลากร ได้แก่ บางครั้งตอบคำถามไม่ตรงประเด็น ขาดความพร้อมในการให้บริการในช่วงเวลาเร่งด่วน เจ้าหน้าที่บางท่านแสดงท่าทีไม่เป็นมิตร (บางครั้ง)
3. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ที่นั่งรอคิวไม่เพียงพอ ห้องให้บริการแคบและแออัด ระบบระบายอากาศไม่ดี

2) ข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการในการแก้ปัญหา ได้แก่ พัฒนาระบบออนไลน์ให้เสถียรและใช้งานง่าย จัดอบรมทักษะการสื่อสารและบริการแก่เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงพื้นที่ให้บริการให้กว้างขวางและสะดวกสบายมากขึ้น จัดระบบคิวให้ชัดเจน พร้อมแจ้งเวลาโดยประมาณ เพิ่มช่องทางรับฟังความคิดเห็นแบบ Real-time (เช่น QR Code ประเมินบริการ)

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการงานวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง ชั้นปีที่ 1–4 โดยใช้บริการเพื่อขอเอกสารและติดต่อเรื่องผลการเรียนเป็นหลัก (2) ระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย = 4.12) โดยมีมิติที่คาดหวังสูงสุดคือ “ความมั่นใจ” (Assurance) (3) ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย = 3.95) โดยมีมิติที่ได้รับการรับรู้สูงสุดคือ “ความมั่นใจ” เช่นกัน (4) ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) แสดงว่ามี “ช่องว่างคุณภาพบริการ” (Service Quality Gap) และ (5) ไม่มีความแตกต่างในการรับรู้คุณภาพบริการจำแนกตามเพศและชั้นปี แต่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญตามสาขาวิชา โดยนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้การรับรู้ต่ำกว่าเล็กน้อย

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะด้านความมั่นใจและความเชื่อถือได้ แต่การรับรู้จริงยังต่ำกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึง “ช่องว่างคุณภาพบริการ (Service Quality Gap)” ที่หน่วยงานควรเร่งปรับปรุง โดยเฉพาะในด้าน Tangibles และ Empathy รวมถึงการพัฒนากระบวนการและเทคโนโลยีและทักษะบุคลากร เพื่อยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้บริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังในยุคดิจิทัล

อภิปรายผล

1. ระดับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ ผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามคณะ ($F(2, 397) = 3.88, p = .023, \eta^2 = 0.019$) ซึ่งอาจสะท้อนความคาดหวังที่สูงขึ้นจากนักศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มี



ความคุ้นเคยกับระบบที่ทันสมัย เมื่อพิจารณาตามมิติของโมเดล SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดหลักของการวิจัย พบว่า มิติ “ความมั่นใจ” (Assurance) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดทั้งในด้านความคาดหวัง (4.18) และการรับรู้ (4.05) สอดคล้องกับแนวคิด “จิตบริการ” ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (2564) กำหนดไว้ว่า “การให้บริการที่ดีเริ่มจากการดูแลคนในองค์กร... การให้บริการที่เกินความคาดหวัง คือ จุดสูงสุดของบริการ” ผลดังกล่าวสะท้อนความเข้มแข็งด้านทักษะการสื่อสารและความสามารถของเจ้าหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี ได้แก่ บุคลิกภาพภายนอก (แต่งกายเหมาะสม ยิ้มแย้ม), วาจาสุภาพ (พูดจาชัดเจน ไพเราะ), และคุณลักษณะภายในใจ (จริงใจ เห็นอกเห็นใจ) สิ่งเหล่านี้ปรากฏชัดในข้อคำถามที่วัดมิติ Assurance เช่น “เจ้าหน้าที่มีความรู้และตอบคำถามได้ชัดเจน” และ “เจ้าหน้าที่สื่อสารด้วยความสุภาพและมีมารยาท” ดังนั้น ผลการวิจัยนี้จึงเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ว่า การส่งเสริม “จิตบริการ” และการฝึกอบรมทักษะมนุษยสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญในการสร้าง “ความมั่นใจ” ให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นรากฐานหลักของคุณภาพบริการในบริบทการศึกษา

ในทางตรงกันข้าม “ความเป็นรูปธรรม” (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในการรับรู้ (3.88) แม้ความคาดหวังจะสูงถึง 4.08 ซึ่งให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพและระบบเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่ชี้ว่า “Tangibles เป็นสิ่งแรกที่ใช้บริการสัมผัส และเป็นตัวแทนของคุณภาพโดยรวม”

ในยุคดิจิทัล ความเป็นรูปธรรมไม่ได้หมายถึงเพียงเฟอร์นิเจอร์หรือเครื่องมือเท่านั้น แต่รวมถึง “ประสบการณ์ดิจิทัล” เช่น ความเสถียรของระบบคิวออนไลน์ ความชัดเจนของเว็บไซต์ และความสามารถในการติดตามสถานะการจอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิชาญ ฤทธิรงค์ (2528 อ้างในสามารถ ยิ่งคำแหง, 2553) ที่กล่าวว่า “การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาระบบงาน เป็นหนึ่งในหลักการให้บริการที่ดี” ดังนั้น ช่องว่างในด้านนี้จึงไม่ใช่แค่ปัญหาด้านงบประมาณ แต่สะท้อน “ความล่าช้าในการปรับตัวสู่ยุคดิจิทัล” ซึ่งยิ่งสำคัญเมื่อพิจารณาลักษณะของบริการที่ “ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perishability)” หากไม่ลงทุนพัฒนาระบบดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการสร้างประสบการณ์บริการที่ดีก็จะสูญเปล่าไปทุกวัน

สำหรับด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability), การตอบสนอง (Responsiveness) และ ความเอาใจใส่ (Empathy) ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ “มาก” ทั้งในแง่ความคาดหวังและการรับรู้ แต่มีช่องว่างเล็กน้อย โดยเฉพาะในมิติ Empathy (Gap = -0.20) ซึ่งบ่งชี้ว่า นักศึกษายังรู้สึก “ไม่ได้รับการใส่ใจในระดับรายบุคคล” แนวคิดนี้สอดคล้องกับคำอธิบายของ Parasuraman et al. (1988) ที่ให้ความหมายของ Empathy ว่า “การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ เพื่อให้บริการที่เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของแต่ละคน”

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของมหาวิทยาลัยที่ดำเนินงานภายใต้ระบบประกันคุณภาพ การให้บริการแบบ “เท่าเทียม” มักถูกให้ความสำคัญเหนือการบริการแบบ “เฉพาะเจาะจง” นี่คือการขัดแย้งเชิงโครงสร้างที่ต้องได้รับการแก้ไข ทั้งผ่านการฝึกอบรมทักษะ Active Listening และการออกแบบ “นโยบายช่วยเหลือ” สำหรับกรณีพิเศษหรือเร่งด่วน เพื่อสมดุลระหว่างความเป็นธรรมกับความยืดหยุ่น

2. การเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงช่องว่างคุณภาพบริการ (Service Quality Gap) อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ ($p < .001$, $d_z = -0.44$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยและโมเดล SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) แม้ค่าเฉลี่ยการรับรู้จะอยู่ในระดับ “มาก” แต่ความคาดหวังที่สูงกว่า (ค่าเฉลี่ย 4.12 จากเต็ม 5)

สะท้อนถึงมาตรฐานบริการที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้อิทธิพลของประสบการณ์การใช้บริการภาคเอกชนในยุคดิจิทัล และการวิเคราะห์ช่องว่างรายด้านชี้ให้เห็นว่ามีมิติ “ความเป็นรูปธรรม” (Tangibles) และ “ความเอาใจใส่” (Empathy) มีค่าช่องว่างสูงสุด (-0.20) ซึ่งควรได้รับความสนใจเป็นลำดับแรกในการปรับปรุงนโยบายและกระบวนการให้บริการ (policy levers and process redesigns)

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของคาร์ณ สายโสภา (2560) และบุญยวีร์ ดวงสุขสุริยะ (2565) ที่พบว่า “ความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในทุกมิติ” อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่แตกต่างและน่าสนใจในงานวิจัยนี้คือ ระดับความคาดหวังโดยรวมที่สูงมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12 จากเต็ม 5) สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานการให้บริการในใจผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจอธิบายได้จากสามปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) นักศึกษาในยุคปัจจุบันมีมาตรฐานในการรับบริการที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ; (2) ประสบการณ์จากการใช้บริการภาคเอกชน เช่น ธนาคาร ร้านค้าออนไลน์ หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เน้นความรวดเร็ว แม่นยำ และเป็นมิตร ได้กลายเป็นบรรทัดฐานในการประเมินบริการ; และ (3) มหาวิทยาลัยจะเป็นสถาบันการศึกษา แต่ผู้ใช้บริการกลับมองและเปรียบเทียบบริการภายในมหาวิทยาลัยกับ “องค์กรบริการสมัยใหม่” ดังนั้น ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่พบ จึงไม่ได้บ่งชี้ว่า “คุณภาพบริการแย่ลง” แต่สะท้อนว่า “ความคาดหวังเพิ่มขึ้นเร็วกว่าความสามารถของระบบในการปรับตัว” นี่คือการท้าทายหลักของหน่วยงานบริการในสถาบันการศึกษายุคใหม่ สอดคล้องกับคำอธิบายของจุฑามาศ นามวงษ์ (2555) ที่กล่าวว่า “คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้รับบริการ โดยความคาดหวังเป็นฐานสำคัญในการประเมิน” ซึ่งเป็นหัวใจของทฤษฎี SERVQUAL ที่ชี้ว่า ความพึงพอใจไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพในเชิงสัมบูรณ์ แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ดังนั้น แม้การรับรู้คุณภาพบริการจะอยู่ในระดับ “มาก” แล้ว แต่หากความคาดหวังยังสูงกว่า ก็ยังนำไปสู่ความ “ไม่พึงพอใจ” ได้ ปรากฏการณ์นี้จึงกลายเป็นโจทย์สำคัญของการบริหารคุณภาพบริการในยุคปัจจุบัน ที่ต้องไม่เพียงปรับปรุงกระบวนการให้ดีขึ้น แต่ต้องเข้าใจและจัดการ “ความคาดหวัง” ของผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบ

3. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาหลัก 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านระบบและเทคโนโลยี ระบบคิวออนไลน์ลំบ่อมัย เว็บไซต์ให้ข้อมูลไม่ชัดเจน และอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์หรือเครื่องปริ้นต์ชำรุดบ่อยครั้ง (2) ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่บางรายแสดงท่าทีไม่เป็นมิตร ให้ข้อมูลไม่ตรงประเด็น และขาดความพร้อมในช่วงเวลาเร่งด่วน และ (3) ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม: ที่นั่งรอคิวไม่เพียงพอ ห้องให้บริการแคบและแออัด รวมถึงระบบระบายอากาศไม่ดี

ประเด็นเหล่านี้สอดคล้องอย่างชัดเจนกับลักษณะพื้นฐานของการบริการ 4 ประการ ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ระบุไว้ ได้แก่ (1) ความไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ผู้ใช้บริการต้องพึ่งสิ่งจับต้องได้ เช่น ระบบ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม เป็นตัวบ่งชี้คุณภาพ (2) ความไม่สามารถแยกผู้ให้บริการออกจากบริการได้ (Inseparability) ท่าทีและพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่คือตัวแทนโดยตรงของคุณภาพบริการ (3) ความผันแปร (Variability) คุณภาพบริการขึ้นกับความสามารถและความพร้อมของบุคลากรในแต่ละช่วงเวลา และ (4) ความไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) บริการต้องจัดให้ทันทีเมื่อต้องการ มิฉะนั้นจะสูญเสียคุณค่าไป

ดังนั้น ข้อเสนอแนะของนักศึกษาจึงไม่ใช่ “ความต้องการเกินจริง” แต่เป็นการสะท้อน “ความเข้าใจโดยสัญชาตญาณ” ต่อธรรมชาติของบริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีบริการสมัยใหม่ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ ANOVA พบว่า นักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีการรับรู้คุณภาพบริการต่ำกว่า



สาขาวิชาอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.023$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจิรวรรณ บุญพิทักษ์ และ กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล (2562) ที่กล่าวโดยสรุปไว้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการถูกกำหนดโดยปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ (1) ชื่อเสียงขององค์กรผ่านการประชาสัมพันธ์ (2) คำบอกเล่าจากผู้อื่น (word-of-mouth) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเพราะเป็นการยืนยันจากประสบการณ์จริง (3) ราคา ความคาดหวังแปรผันตรงกับค่าใช้จ่าย (4) ความต้องการส่วนบุคคล ผู้ที่มีความต้องการเฉพาะย่อมคาดหวังสูงกว่า และ (5) ประสบการณ์ในอดีต การได้รับบริการที่ดีในครั้งก่อนจะสร้างมาตรฐานที่ต้องการให้ซ้ำหรือดีกว่า แนวคิดนี้สอดคล้องกับกรอบทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ที่ระบุว่า ความคาดหวังเป็นผลรวมของ “ประสบการณ์ส่วนตัว”, “การสื่อสารแบบปากต่อปาก”, และ “ความต้องการภายในใจ” ซึ่งล้วนเป็นเกณฑ์พื้นฐานที่ผู้ใช้บริการใช้ในการประเมินคุณภาพบริการในทุกครั้งที่ใช้บริการ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

1. ช่องว่างคุณภาพบริการเป็นปัญหาเชิงระบบ ไม่ใช่ข้อบกพร่องของบุคคล แต่เกิดจากความไม่สอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่สูงขึ้น กับขีดความสามารถของระบบบริการที่ยังไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะภายใต้อิทธิพลของมาตรฐานบริการภาครัฐกิจดิจิทัลที่เน้นความรวดเร็ว แม่นยำ และการให้บริการแบบเฉพาะบุคคล

2. “ความมั่นใจ” (Assurance) เป็นจุดแข็งเชิงกลยุทธ์ของหน่วยงานสะท้อนให้เห็นว่านักศึกษา มีความเชื่อมั่นในความรู้ ความสามารถ และทักษะการสื่อสารของเจ้าหน้าที่

บทสรุป

คุณภาพการบริการของงานวิชาการและประมวลผล มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ อยู่ในระดับ “ดี” แต่ยังไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักศึกษาในยุคดิจิทัลที่มีมาตรฐานสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ความยืดหยุ่น และการให้บริการเฉพาะบุคคล อย่างไรก็ตาม หน่วยงานมีจุดแข็งด้านความรู้ และทักษะการสื่อสารของบุคลากร ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนา ช่องว่างที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่ความล้มเหลว แต่เป็น “โอกาสในการยกระดับ” สู่การให้บริการเชิงรุกที่มุ่งผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (User-Centered Service)

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

งานวิจัยนี้สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาแนวทางยกระดับคุณภาพบริการในหน่วยงานอุดมศึกษา เพื่อสร้างมาตรฐานบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) เพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่ เพื่อเข้าใจมุมมองสองฝ่ายและวิเคราะห์สาเหตุของช่องว่างคุณภาพบริการอย่างรอบด้าน
2. ศึกษาระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของความคาดหวังและการรับรู้ของนักศึกษารุ่นต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนแนวโน้มคุณภาพบริการในระยะยาว
3. ศึกษาผลกระทบของคุณภาพบริการต่อผลลัพธ์ทางการศึกษา เช่น ความพึงพอใจโดยรวม อัตราการลาออก และความสำเร็จทางวิชาการของนักศึกษา



เอกสารอ้างอิง

- คำรณ สายโสภา. (2560). *ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการกองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการประยุกต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- จิรวรรณ บุญพิทักษ์ และกาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล. (2562). ความคาดหวัง การรับรู้ และแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต*, 15(2), 101-119.
- จุฑามาศ นามวงศ์. (2555). *การวัดระดับความสุขของประชากรในชุมชนทิพย์เนตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ปณณวีร์ ดวงสุขสุริยะ. (2565). *ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการงานของส่วนกิจการนักศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประจำปีการศึกษา 2563*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. (2564). *คู่มือหลักการการให้บริการที่ดี*. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สามารถ ยิ่งกำแหง. (2553). *แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชาวบ้านหินหล่องในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลตะเคียน อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา, สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- Gronroos, C. (2001). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach (2nd ed.)*. Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Parasuraman A., Zeithamal, V. A. and Berry. L. L. (1988). *Delivering Quality Service Balancing Customer Preception and Expectations*. New York: Division of Macmillan.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.