

การประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน: กรณีศึกษาของงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

Evaluation of Expectations and Satisfactions of Service Users Using Importance Performance Analysis (IPA) Techniques: A Case Study of Corporate Communication and International Relations Affairs, the Faculty of Engineering, Mahidol University

ทิพย์วรรณ อุดทาคำ^{1*} และ นวพร แสงแดง¹

Thippawan Audthakham^{1*} and Nawaporn Saengdaeng¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ เพื่อ 1. ศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล 2. ศึกษาข้อมูลการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ 3. เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ และ 4. ประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) วิเคราะห์ลำดับความสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการด้านสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ในแต่ละด้าน เก็บข้อมูลผู้ให้บริการ 172 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน เปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจโดยใช้การทดสอบ Paired Sample T-test กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน จากผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA พบว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 4.32 ในขณะที่ความพึงพอใจมีค่าต่ำกว่าความคาดหวัง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.69 เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละมิติด้วยเทคนิค IPA พบว่า มิติด้านกระบวนการให้บริการ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ และมิติด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ ทุกคุณลักษณะอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญมาก จำเป็นต้องได้รับความสนใจ และเร่งแก้ไขปรับปรุง ส่วนมิติด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ มี 6 คุณลักษณะอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) และมี 2 คุณลักษณะ อยู่ใน ส่วนที่ 2 (Quadrant 2) ซึ่งหมายถึงปัจจุบันดำเนินงานที่ดีอยู่แล้ว ยังไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการปรับปรุง และผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะ และแนวทางการปรับปรุงแก้ไข เพื่อพัฒนาการให้บริการของงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความพึงพอใจ บริการ การวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

Abstract

There are four objectives in this study: (1) to study demographic characteristics of customers of Corporate Communication and International Relations Affairs, the Faculty of Engineering, Mahidol University, (2) to study the information of using services of Corporate Communication and International Relations Affairs, (3) to compare the expectations and satisfactions of service users of the Corporate Communication and International Relations Affairs, and (4) assess the level of importance and performance using Importance Performance Analysis (IPA) technique to analyze the priorities for improving the services. The data were collected from 172 samples using statistics such as percentage, mean, and coefficient of variation. The researchers compared the expectations and satisfactions by using Paired Sample T-test with statistical significance at the 0.05 level. The assessment of the level of importance and performance using IPA technique showed that the overall average expectation scores

¹ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล นครปฐม 73170

¹ Faculty of Engineering, Mahidol University, Nakhon Pathom, 73170

*Corresponding author: e-mail: thippawan.aud@mahidol.ac.th

Received: January 24, 2021, Accepted: March 9, 2021, Published: April 21, 2021



(4.32) were at a high level. However, the overall average of satisfaction scores (3.69) were lower than the expectation scores. The researchers used IPA technique in each dimension, the result showed that dimensions of the service process, the service quality, and the location, materials, and facilities were in Quadrant 1. All dimensions were important attributes to get the highest attention and to speed up an improvement. As for the dimensions of officers, there were six attributes in Quadrant 1 and two attributes in Quadrant 2, meaning that the organization is currently performing well. No needs to allocate resources for improvement. The researchers offered the recommendations and guidelines for further improvement of Corporate Communication and International Relations Affairs.

Keywords: expectation, satisfaction, service, Importance Performance Analysis

บทนำ

งานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ อยู่ภายใต้สำนักงานการจัดการกลยุทธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มีบุคลากร 6 คน ประกอบด้วย นักประชาสัมพันธ์ 1 คน นักวิเทศสัมพันธ์ 1 คน และ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา จำนวน 4 คน โดยแบ่งการให้บริการออกเป็น 3 หน่วย ประกอบด้วย 1) หน่วยประชาสัมพันธ์และผลิตสื่อ ให้บริการออกแบบกราฟิก ด้านการประชาสัมพันธ์ งานพิธีกร 2) หน่วยโสตทัศนอุปกรณ์ ให้บริการถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายและตัดต่อวิดีโอ ให้ยืมวัสดุอุปกรณ์โสตทัศนอุปกรณ์ ติดตั้งระบบโสตทัศนอุปกรณ์ ควบคุมระบบเครื่องเสียง ไมโครโฟน 3) หน่วยวิเทศสัมพันธ์ให้บริการประสานงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือทางวิชาการ งานวิจัย และการแลกเปลี่ยนนักศึกษา บุคลากร กับสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานในต่างประเทศ เช่น การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ MOU/MOA/Agreement ด้านทุนหรือกิจกรรมแลกเปลี่ยน ให้คำปรึกษาข้อมูลทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศ ด้านการแปลเอกสารและร่างหนังสือภาษาต่างประเทศ เป็นต้น โดยให้บริการแก่บุคลากรทั้งสายวิชาการ และสายสนับสนุน ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ ที่ขอใช้บริการ ซึ่งที่ผ่านมาการให้บริการบางครั้งเกิดความล่าช้า ไม่เป็นระบบ อุกรณ์บางอย่างไม่มีความพร้อม ทั้งผู้ให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้การหาข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงกระบวนการหรือรูปแบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงศึกษาการประเมินความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากเทคนิคนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานเบื้องต้นที่ว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีส่วนประกอบย่อยหรือคุณลักษณะที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากความคาดหวังของลูกค้าและดุลพินิจที่มีต่อความสามารถของสินค้าหรือบริการที่ได้คำนึงถึงอยู่ จึงนำมาใช้กับการให้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มิติความคาดหวังและความพึงพอใจ 4 ด้าน ได้แก่ มิติด้านกระบวนการให้บริการ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ มิติด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ และมิติด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการ ความมุ่งหวัง หรือการคาดการณ์ต่อสิ่งต่าง ๆ ต่อการกระทำ หรือเหตุการณ์ไว้ล่วงหน้า โดยใช้มาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องมือวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ ระดับความคาดหวังขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลนั้น ๆ

พัชรวิพรรณ (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมในรูปของเป้าหมายของบุคคล การเลือกและความคาดหวังเกี่ยวกับการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า บุคคลต้องรู้ว่าตนเองได้รับสิ่งใดจากการปฏิบัติงาน ซึ่งองค์ประกอบที่ส่งผลร่วมกันต่อแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมี 3 องค์ประกอบ คือ

1. การรับรู้คุณค่า (Valence: V) หมายถึง ความเข้าใจ หรือการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับคุณค่าของผลตอบแทนนั้น ๆ หรือตามภาวะที่เป็นจริง เช่น บุคคลที่ต้องการความมั่นคงในงาน จะให้ความสำคัญกับเบี้ยบำนาญ หรือการไม่ถูกไล่ออก การรับรู้คุณค่าจึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการพิจารณาผลตอบแทน โดยผลตอบแทนจะมีค่าในทางบวก หากผลตอบแทนนั้นเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ (Instrumentality: I) หมายถึง ความเชื่อหรือความเข้าใจของบุคคลเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ที่ผลตอบแทนอันดับแรกจะได้รับผลตอบแทนกันต่อไป เช่น

นักเรียนเชื่อว่า ถ้าขยันก็จะมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง และผลการเรียนที่สูงก็สามารถทำให้ได้รับเลือกเข้าทำงานในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นผลการเรียนจึงมีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์สูง

3. ความคาดหวัง (Expectancy: E) หมายถึง ความเชื่อ หรือความเข้าใจของบุคคลของความสำเร็จของงาน กล่าวคือ ถ้าพนักงานเชื่อว่าการทำงานหนักจะทำให้ได้ผลผลิตสูง พนักงานจะมีความคาดหวังอย่างสูงว่าการทำงานหนักจะให้ผลผลิตสูง แต่ถ้าไม่มีความเชื่อก็จะไม่เกิดความพยายาม และความคาดหวังก็จะต่ำ นั่นคือ ความพยายามไม่มีผลต่อการผลิต ซึ่งจะมีความเป็นไปได้ของความคาดหวังอยู่ในช่วง 0 ถึง 1

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

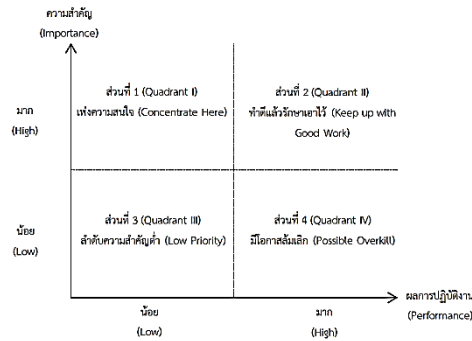
สมหมาย (2551) กล่าวถึงทฤษฎีที่ใช้พื้นฐาน 6 ประเภท เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการได้รับเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบบริการว่า ได้มีการเข้าถึงผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจ 6 ประเภทนั้น คือ

1. ความพึงพอใจต่อความสะอาดสบายที่ได้รับจากบริการ
2. ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ
3. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ
4. ความพึงพอใจต่ออัยยาศัย ความสนใจของผู้ใช้บริการ ได้แก่ การแสดงอัยยาศัย ความสนใจ ห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ได้แก่ คุณภาพของการบริการต่อผู้ใช้บริการ
6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ การบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในหน่วยงาน บุคลากรในธุรกิจนั้น ๆ เป็นส่วนสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ปานจิต (2548) กล่าวถึงองค์ประกอบของการบริการไว้ ดังนี้

1. สภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพทั่วไปซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริการ แต่สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้มารับบริการที่สำคัญ ได้แก่
 - 1.1 การเดินทางที่ง่ายและสะดวกในการเดินทางมาติดต่อขอรับบริการ
 - 1.2 สถานที่ของหน่วยบริการ ได้แก่ ตัวอาคาร สภาพแวดล้อมของหน่วยบริการ สถานที่รับบริการ ต้องมีลักษณะและสภาพที่เหมาะสม มีความกว้างขวาง สะอาด และปลอดภัย รวมทั้งจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ
2. การประชาสัมพันธ์ จะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในการติดต่อ ทำให้รู้เงื่อนไข รู้ขั้นตอนและวิธีใช้บริการ
3. กระบวนการบริการ ความประทับใจที่ดีของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับกระบวนการบริการที่รวดเร็ว ชัดเจน มีระเบียบ
4. พฤติกรรมและวิธีการบริการของผู้ให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุดในการสร้าง ความพึงพอใจในการบริการ เพราะผู้รับบริการได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการสัมผัสกับผู้ให้บริการ ซึ่งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ มีดังนี้
 - 4.1 บุคลิกภาพและการปรากฏตัวของผู้ให้บริการ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
 - 4.2 การพูดจาและการตอบคำถามของผู้ให้บริการ

เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) เปรมบุญ (2558) กล่าวว่า IPA พัฒนาโดย Martilla and James (1977) ใช้วิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับและความพึงพอใจ โดยให้ข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้บริหารในด้านการวัดความพึงพอใจ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยใช้คะแนนค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำกราฟ 2 แกน โดยแกนตั้ง แทนระดับความสำคัญ (Importance) และแกนนอน แทนระดับผลการปฏิบัติงาน (Performance) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA)

ส่วนที่ 1 (Quadrant I): เฟ่งความสนใจ (Concentrate Here) ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้น เพราะเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญมาก ต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุง ถือเป็นจุดอ่อนสำคัญขององค์กร

ส่วนที่ 2 (Quadrant II): ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up with Good Work) ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้น และสะท้อนให้เห็นว่า ผลการปฏิบัติงานนั้นก็มีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ถือเป็นจุดแข็งขององค์กร

ส่วนที่ 3 (Quadrant III): ลำดับความสำคัญต่ำ (Low Priority) สะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะนั้นไม่มีความสำคัญ ผู้ให้บริการสามารถลดความสำคัญของคุณลักษณะนั้นให้น้อยลงได้ เพราะองค์กรทุ่มเทมากเกินไป

ส่วนที่ 4 (Quadrant IV): มีโอกาสล้นเกิน (Possible Overkill) สะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะนั้นไม่ได้สำคัญในสายตาของลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรในส่วนนี้ไปใช้ประโยชน์ในส่วนอื่น ๆ แทนได้

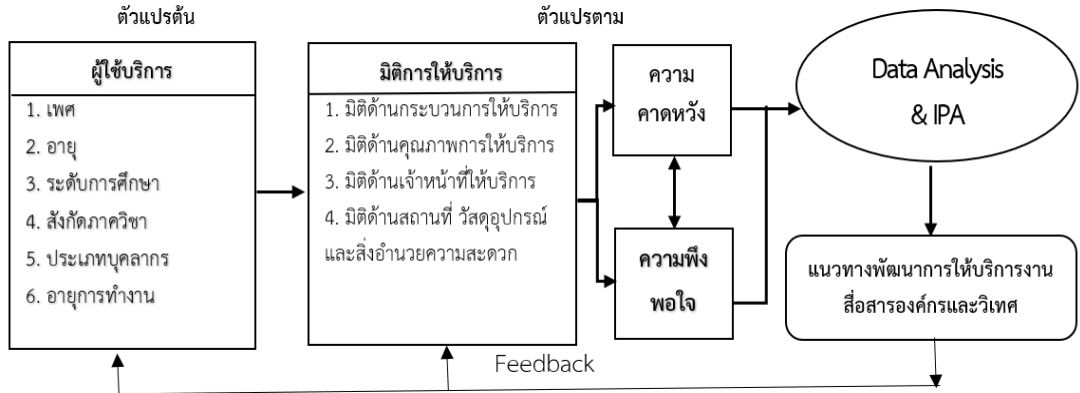
สำหรับจุดตัดของตารางหรือกราฟ IPA นั้น Wade and Eagles (2003) กำหนดจุดตัดของตารางไว้ที่ 4.0 เพื่อสะท้อนมาตรฐานการบริการที่ดี ดังนั้น การกำหนดจุดตัดของตารางขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะนำไปใช้ จากคุณลักษณะเด่นของเทคนิค IPA ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่าย มีต้นทุนดำเนินการต่ำ เข้าใจง่ายด้วยการนำเสนอกราฟสองมิติและให้ข้อมูลเชิงลึก

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ วันดี และคณะ (2552) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรต่องานวิเทศสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจในด้านคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีธรรมาภิบาลดี พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเต็มใจให้บริการ ในส่วนของบทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์ บุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากบุคลากรไม่ทราบหน้าที่และความรับผิดชอบทั้งหมดของเจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์ บุคลากรบางส่วนติดต่อเฉพาะเรื่อง เช่น การจัดเตรียมเอกสารเพื่อขอรับทุน เป็นต้น

วีรชาติ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ความต้องการและความคาดหวังด้านการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความต้องการและความคาดหวังใน 3 ลำดับแรก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสายงานนั้น ๆ และเจ้าหน้าที่ให้ความสนใจให้คำปรึกษาแก่นักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาต้องติดต่อกับเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยตั้งแต่เริ่มสมัครเข้าศึกษาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา ดังนั้นจึงทำให้นักศึกษามีความต้องการและความคาดหวังในการให้บริการที่สูง

วรัญญา และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความความหวังในคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลทันตกรรมสูงกว่าระดับความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ทั้งหมด 4 ด้าน ด้านกระบวนการให้บริการรักษา ด้านคุณภาพการให้บริการของบุคลากรด้านความเหมาะสมของคำปรึกษา และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เครื่องมือการวิเคราะห์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัย และหลักการวิเคราะห์ความสำคัญนี้มากำหนดเป็นตัวแปรของการวิจัย และสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
2. เพื่อศึกษาข้อมูลการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
3. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
4. เพื่อประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ ขอบเขตด้านประชากร คือ ศึกษาเฉพาะบุคลากรคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ขอบเขตด้านเวลา คือ การเก็บข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ของบุคลากร คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในช่วงเดือน สิงหาคม - กันยายน พ.ศ. 2563 โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้ 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง 2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 3) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการให้บริการ 4) เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบให้เลือกรับ 5 ระดับ เกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติกระบวนการให้บริการ มิติคุณภาพการให้บริการ มิติเจ้าหน้าที่ให้บริการ และมิติวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ใช้หลักการระดับความพึงพอใจแบบ Likert Scale 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 31 ข้อ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ โดยความคาดหวังเป็นระดับความสำคัญ (I=Importance) และความพึงพอใจ เป็นผลการปฏิบัติงาน (P=Performance) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) โดยนำแบบสอบถามผ่านขั้นตอนทดสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index

of Item – Objective Congruence: IOC) ผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 คน และดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้มีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้ง และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับแก้จากการทดสอบความเที่ยงตรงแล้ว ไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาจริง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความยากง่ายและความเข้าใจในคำถาม จากนั้นได้นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยการทดสอบค่าครอนบาค แอลฟา ตามแนวคิดของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) มากกว่า 0.7 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, 1990) ซึ่งผลการทดสอบได้ความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.801 เป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ จึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเสนอขอการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลางของมหาวิทยาลัยมหิดล (MU Central – IRB เลขที่อนุญาต 2020/166.1407) หลังจากได้รับการรับรองแล้วจึงเริ่มแจกแบบสอบถาม โดยประชากร คือ บุคลากรคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน (N) 301 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ประเภทแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพราะผู้วิจัยพิจารณาเฉพาะตัวอย่างที่เข้าถึงการใช้บริการและสามารถให้ข้อมูลการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษาวิจัยเป็นสำคัญ ง่ายต่อการเลือกตัวอย่าง และหน่วยตัวอย่างมีโอกาสให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลสูง ประกอบกับช่วงเวลาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 บางคนทำงานที่บ้าน (Work from Home) ทำให้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญมีความเหมาะสมในการทำวิจัยครั้งนี้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน (n) 172 ตัวอย่าง อ้างอิงจากตารางสำเร็จรูปในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่น 95 % ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน $(e)\pm 0.05$ โดยการใช้สูตรคำนวณหาตัวอย่างดังนี้

$$\text{สูตรการหาขนาดตัวอย่าง; } n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{301}{1+(301)(0.05)^2} = 172 \text{ ตัวอย่าง}$$

2. สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน

ค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน (Coefficient of Variation) ใช้อธิบายลักษณะของความแปรผันของค่าความคาดหวังและความพึงพอใจในกลุ่มตัวอย่างว่ามีมากในระดับใด ($0 \leq C.V. \leq 1$) นิยมคิดเป็นร้อยละ (ไม่มีหน่วย) มีสูตร คือ

$$C.V. = \frac{SD}{\bar{X}} \times 100\%$$

ถ้าข้อมูลไม่ต่างกันเลยในแต่ละคน จะมีค่า C.V. ต่ำสุดเท่ากับ 0% ดังนั้นเพื่ออธิบายคุณภาพข้อมูล โดยเฉพาะในกรณีที่ค่าเฉลี่ยเท่ากันนั้น เห็นควรพิจารณาค่านี้ประกอบการตัดสินใจ สำหรับงานวิจัยนี้ เกณฑ์ของค่า C.V. ที่เหมาะสมมีดังนี้ น้อยกว่า 10%, 10-20%, 21-30% และมากกว่า 30% หมายถึง ความแปรผันอยู่ในระดับน้อยมาก (คุณภาพข้อมูลดีมาก) ระดับน้อย (คุณภาพข้อมูลดี) ระดับที่ยอมรับได้ (คุณภาพข้อมูลอยู่ในเกณฑ์รับได้) และระดับสูง (คุณภาพข้อมูลไม่ดี จึงไม่ควรนำมาใช้) ตามลำดับ

สำหรับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจโดยเฉลี่ย มีการกำหนดเกณฑ์และแปลความหมาย ดังนี้ 4.51 - 5.00, 3.51 - 4.50, 2.51 - 3.50, 1.51 - 2.50 และ 1.00 - 1.50 หมายถึงมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้การทดสอบแบบ Paired Sample T-test มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต้องมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง

(ผลต่างเฉลี่ย ≥ 0 นั่นคือ พึงพอใจ)

H_1 : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้อยกว่าความคาดหวัง

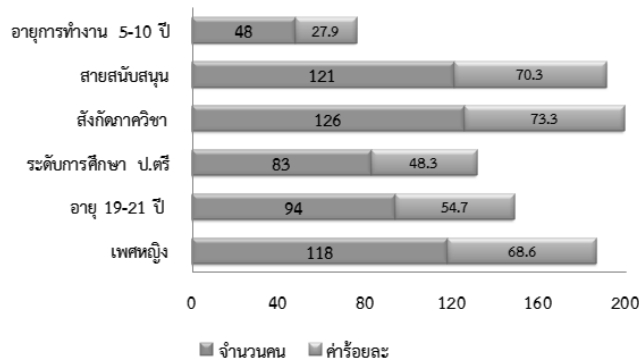
(ผลต่างเฉลี่ย < 0 นั่นคือ ไม่พึงพอใจ)

เกณฑ์การตัดสินใจ; ถ้าค่า sig < 0.05 ถือว่า ปฏิเสธ H_0 หรือ ถ้าค่า sig ≥ 0.05 ถือว่า ยอมรับ H_0 .

ผลการวิจัย

ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้บริการนั้นได้ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการคือ 172 คน คิดเป็นร้อยละ 100 และสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ในมิติการให้บริการด้านต่าง ๆ ด้วยแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลการวิจัยที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ดังนี้ **ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์**

ผลการวิจัยจากการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 68.6 มีอายุ 19-21 ปี ร้อยละ 54.7 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 48.3 สังกัดภาควิชา/กลุ่มสาขา/ศูนย์/โครงการ ร้อยละ 73.3 เป็นบุคลากรสายสนับสนุน ร้อยละ 70.3 และมีอายุการทำงาน 5-10 ปี ร้อยละ 27.9 (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการ

ข้อมูลการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการถ่ายภาพนิ่งมากที่สุด ร้อยละ 66.3 รองลงมา เคยใช้บริการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ร้อยละ 59.9 และเคยใช้บริการพิธีกร ร้อยละ 37.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการปรึกษา/สมัครทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศมากที่สุด ร้อยละ 93.6 รองลงมา ไม่เคยใช้บริการแปลเอกสาร ร้อยละ 91.9 และไม่เคยใช้บริการร่าง/ตรวจสอบหนังสือภาษาอังกฤษ ร้อยละ 88.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวน และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ งานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์

ประเภทบริการที่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ		ไม่เคยใช้บริการ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ถ่ายภาพนิ่ง	114	66.3	58	33.7
2. ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	103	59.9	69	40.1
3. พิธีกร	65	37.8	107	62.2
4. ออกแบบกราฟิก	54	31.4	118	68.6
5. ยืมอุปกรณ์ไอศดท์คณุปกรณ์	52	30.2	120	69.8
6. ติดตั้งระบบไอศดท์คณุปกรณ์	40	23.1	132	76.3
7. ตรวจสอบ/ลงนาม MOU	40	24.7	217	76.7
8. ถ่าย/ตัดต่อ VDO	36	20.9	136	79.1
9. ต้อนรับแขกชาวต่างประเทศ	20	11.6	152	88.4
10. ร่าง/ตรวจสอบหนังสือภาษาอังกฤษ	20	11.6	152	88.4
11. แปลเอกสาร	14	8.1	158	91.9
12. ปรึกษา/สมัครทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศ	11	6.4	161	93.6

ความคาดหวัง และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน:
กรณีศึกษางานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารขอใช้บริการโดยการพบหน้า (face to face) ร้อยละ 55.5 รองลงมาใช้ช่องทางแอปพลิเคชันแชท (Line/Facebook) ร้อยละ 50.3 และใช้โทรศัพท์โต๊ะทำงาน ร้อยละ 49.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ 1-2 ครั้ง/ปีมากที่สุด ร้อยละ 59.9 รองลงมา 1-2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 22.7 และ 3-4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 14.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ระยะเวลาในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ต่อครั้งของการขอใช้บริการ 5-15 นาที ร้อยละ 46.5 รองลงมา น้อยกว่า 5 นาที ร้อยละ 34.9 และ 16-30 นาที ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 2 จำนวน และค่าร้อยละของช่องทางการติดต่อสื่อสารใช้บริการกับเจ้าหน้าที่งานสื่อสารองค์กร และวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (n=172)

ช่องทางการติดต่อสื่อสาร	เคย		ไม่เคย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การพบหน้า (face to face)	96	55.5	76	43.9
2. แอปพลิเคชันแชท (Line/Facebook)	87	50.3	85	49.1
3. โทรศัพท์โต๊ะทำงาน	86	49.7	86	49.7
4. โทรศัพท์ส่วนบุคคล	44	25.4	128	74.0
5. อีเมล	18	10.4	154	89.0

ตารางที่ 3 จำนวน และค่าร้อยละ ของความถี่ในการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (n=172)

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 ครั้ง/ปี	103	59.9
1-2 ครั้ง/เดือน	39	22.7
3-4 ครั้ง/เดือน	24	14.0
5-6 ครั้ง/เดือน	1	0.6
มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน	5	2.9

ตารางที่ 4 จำนวน และค่าร้อยละ ของระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ใช้บริการติดต่อสื่อสารหรือใช้บริการต่อครั้ง งานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (n=172)

ระยะเวลาที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 นาที	60	34.9
5-15 นาที	80	46.5
16-30 นาที	18	10.5
31 นาที - 1 ชั่วโมง	9	5.2
1 ชั่วโมงขึ้นไป	5	2.9

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

การวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น 2 กรณี คือ การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับเกณฑ์ที่กำหนด และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับเกณฑ์ที่กำหนด

ผู้วิจัยได้สรุปผลความคาดหวังและความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในแต่ละด้าน (ตารางที่ 5) ดังนี้

1. ด้านกระบวนการให้บริการ

ความคาดหวังด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 14.59% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความความหวังด้าน

ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแต่ละขั้นตอน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 16.74%

ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 20.78% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านความยืดหยุ่นให้แก่ผู้มาติดต่องาน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับที่ยอมรับได้น้อยเท่ากับ 20.78%

2. ด้านคุณภาพการให้บริการ

ความคาดหวังด้านคุณภาพการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 16.23% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคาดหวังด้านพิธีกรดำเนินงาน/กิจกรรมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 16.95%

ความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 18.48% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจด้านพิธีกรดำเนินงาน/กิจกรรม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับที่ยอมรับได้เท่ากับ 22.10%

3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความคาดหวังด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 15.31% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคาดหวังด้านผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการด้วยความเต็มใจ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 15.62%

ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 17.60% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการด้วยความเต็มใจ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับที่ยอมรับได้เท่ากับ 20.27%

4. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ความคาดหวังด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 15.98% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคาดหวังด้านโสตทัศนอุปกรณ์ในห้อง R-114 มีความพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 15.63%

ความพึงพอใจด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับน้อยเท่ากับ 18.22% เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดส่งไฟล์งานให้ผู้ขอใช้ตามช่องทางที่สะดวก อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันอยู่ในระดับที่ยอมรับได้เท่ากับ 20.32% และที่น่าสนใจคือ ห้องถ่ายภาพที่มีความเหมาะสมนั้น ผู้ใช้บริการให้ความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลางเท่านั้น

สรุปโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยเฉลี่ยของผู้ใช้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้รับน้อยกว่า ความคาดหวังเฉลี่ยที่ต้องการ

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

เป็นการทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้ คือ

H₀: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต้องมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง (ผลต่างเฉลี่ย ≥ 0 นั่นคือ พึงพอใจ)

H₁: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้อยกว่าความคาดหวัง (ผลต่างเฉลี่ย < 0 นั่นคือ ไม่พึงพอใจ)

เกณฑ์ในการพิจารณาสมมติฐาน มีดังนี้ คือ ถ้าค่า sig < 0.05 ถือว่า ปฏิเสธ H₀ หรือ ถ้าค่า sig ≥ 0.05 ถือว่า ยอมรับ H₀ พบว่า ค่า sig < 0.05 ทุกกรณี นั่นคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้อยกว่าความคาดหวังที่ต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยความเชื่อมั่น 95% (ตารางที่ 5)

ความคาดหวัง และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน:

กรณีศึกษางานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (n=172)

มิติการให้บริการ	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ			ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	M1	CV1 (%)	ระดับ M1	M2	CV2 (%)	ระดับ M2	Sig	สรุปผล
1. ด้านกระบวนการให้บริการ								
-แบบฟอร์มคำร้องขอใช้บริการมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.24	17.45	มาก	3.57	19.66	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-กระบวนการให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด	4.33	16.93	มาก	3.63	19.53	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การให้บริการเป็นไปด้วยความถูกต้อง เรียบร้อย	4.37	0.00	มาก	3.72	20.40	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแต่ละขั้นตอน	4.38	16.74	มาก	3.65	22.47	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ความยืดหยุ่นให้แก่ผู้ติดต่องาน	4.31	15.78	มาก	3.74	20.78	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ความเป็นธรรมของการให้บริการ	4.27	17.14	มาก	3.65	21.67	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
รวม (1)	4.32	14.59	มาก	3.66	17.84	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
2. ด้านคุณภาพการให้บริการ								
-การถ่ายภาพนิ่ง	4.35	17.49	มาก	3.61	21.76	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การถ่าย/ตัดต่อ ภาพเคลื่อนไหว (VDO)	4.24	19.03	มาก	3.53	21.76	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การออกแบบงานกราฟิก	4.33	17.85	มาก	3.66	22.19	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การให้บริการยืมอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์	4.29	18.48	มาก	3.67	21.85	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การติดตั้งระบบโสตทัศนูปกรณ์	4.33	17.14	มาก	3.7	21.86	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การทำข่าวและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/กิจกรรม	4.37	17.85	มาก	3.76	22.98	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-พิธีกรดำเนินงาน/กิจกรรม	4.42	16.95	มาก	3.91	22.10	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การดำเนินงานตรวจสอบและจัดพิธีลงนาม MOU	4.35	17.86	มาก	3.77	20.95	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การจัดเตรียมพิธีกรต้อนรับแขกชาวต่างประเทศ	4.29	19.00	มาก	3.69	21.65	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การแปลเอกสาร และร่างหนังสือภาษาต่างประเทศ	4.24	20.83	มาก	3.59	22.7	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-การประสานงานและให้คำปรึกษาด้านทุนแลกเปลี่ยน ต่างประเทศ	4.24	20.19	มาก	3.56	23.17	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
รวม (2)	4.31	16.23	มาก	3.68	18.48	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ								
-ผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ให้บริการ	4.37	16.98	มาก	3.82	21.44	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการให้คำแนะนำ ปรัชญา ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	4.37	16.96	มาก	3.80	20.66	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการ ด้วยความเต็มใจ	4.45	15.62	มาก	4.04	20.27	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เหมาะสมกับงานที่ให้บริการ	4.35	16.62	มาก	4.02	19.3	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อการขอใช้บริการ	4.29	18.30	มาก	3.59	23.51	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการปฏิบัติงานและประสานงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นอย่างดี	4.33	17.32	มาก	3.87	20.08	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการยินดีช่วยเหลือเมื่อท่านมีปัญหาในการดำเนินงาน	4.31	18.33	มาก	3.72	21.85	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรง ตามความต้องการของท่าน	4.35	17.68	มาก	3.80	20.71	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
รวม (3)	4.35	15.31	มาก	3.83	17.60	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
4. ด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก								
-มีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัย	4.30	18.81	มาก	3.55	22.65	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-วัสดุ อุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสมบูรณ์พร้อมใช้งาน	4.33	16.54	มาก	3.58	21.79	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-ห้องถ่ายภาพมีความเหมาะสม	4.24	19.86	มาก	3.48	23.76	ปานกลาง	0.00	ไม่พึงพอใจ
-มีการจัดสิ่งปล้ำงานให้ผู้ขอใช้ตามช่องทางที่สะดวก	4.34	16.98	มาก	3.73	20.32	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-โสตทัศนูปกรณ์ในห้อง R-114 มีความพร้อมใช้งาน	4.35	15.63	มาก	3.59	21.89	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
-สถานที่ติดต่องานมีความเหมาะสม สะดวกสบาย	4.33	16.4	มาก	3.69	19.51	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
รวม (4)	4.31	15.98	มาก	3.60	18.22	มาก	0.00	ไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.32	14.08	14.08	3.69	0.60	16.22	0.00	ไม่พึงพอใจ



การประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA)

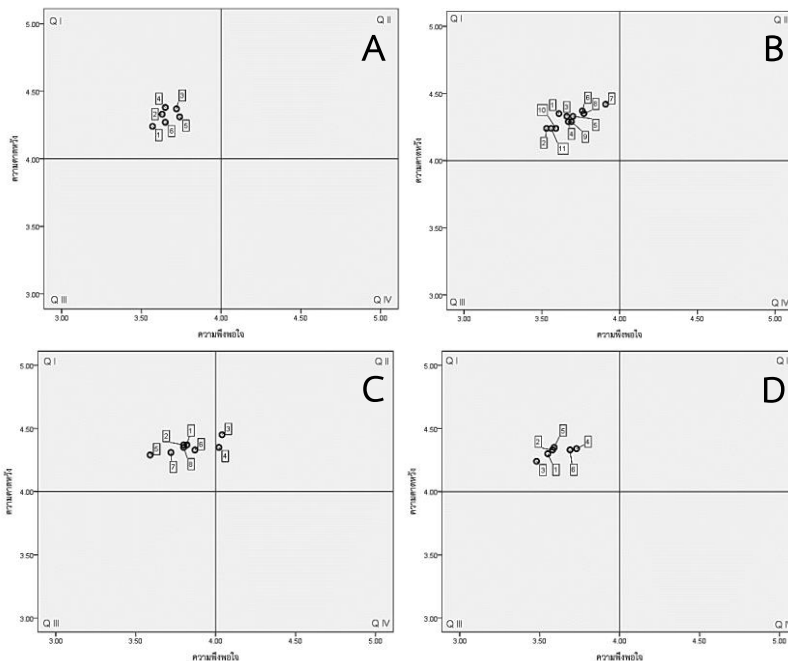
จากผลการวิจัยและผลการทดสอบในตารางที่ 5 ได้นำมาวิเคราะห์ลำดับความสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการด้านสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ในแต่ละด้าน พร้อมเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับมิติการให้บริการทั้ง 4 มิติ มีดังต่อไปนี้

ผลวิเคราะห์มิติด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจต่ำ โดยทุกคุณลักษณะตกอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) เป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญมาก จำเป็นต้องได้รับความสนใจและเร่งแก้ไขปรับปรุง โดยมี 3 คุณลักษณะ อันดับแรกที่ต้องให้ความสำคัญ ได้แก่ [1] แบบฟอร์มคำร้องขอใช้บริการมีความชัดเจน เข้าใจง่าย รองลงมา ได้แก่ [2] กระบวนการให้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด และ [4] ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแต่ละขั้นตอน ซึ่งเท่ากับ [6] ความเป็นธรรมของการให้บริการ (ภาพที่ 4A)

มิติด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจต่ำ โดยทุกคุณลักษณะตกอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) ถือเป็นจุดอ่อนสำคัญขององค์กร ต้องให้ความสนใจและปรับปรุง ได้แก่ [2] การถ่าย/ตัดต่อ ภาพเคลื่อนไหว (VDO) รองลงมา ได้แก่ [11] การประสานงานและให้คำปรึกษาด้านทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศ และ [10] การแปลเอกสาร และร่างหนังสือภาษาต่างประเทศ (ภาพที่ 4B)

มิติด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ พบว่า ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจต่ำในบางข้อ โดยมี 6 คุณลักษณะที่ตกอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) ต้องให้ความสนใจและปรับปรุงแก้ไขสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ [5] ผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อการขอใช้บริการ รองลงมา [7] ผู้ให้บริการยินดีช่วยเหลือเมื่อท่านมีปัญหา ถัดมา [2] ผู้ให้บริการให้คำแนะนำ ปรีกษา ตอบข้อซักถามได้ชัดเจน และมี 2 คุณลักษณะ ตกอยู่ใน ส่วนที่ 2 (Quadrant 2) ซึ่งหมายถึง องค์กรมีการดำเนินงานที่ดีอยู่แล้วในปัจจุบัน ไม่มีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญในจัดสรรทรัพยากรเพื่อการปรับปรุง ได้แก่ [4] ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพเหมาะสมกับงานที่บริการและ [3] ผู้ให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการด้วยความเต็มใจ (ภาพที่ 4C)

มิติด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ระดับความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจต่ำ โดยทุกคุณลักษณะตกอยู่ใน ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) ถือเป็นจุดอ่อนสำคัญขององค์กร ต้องให้ความสนใจและปรับปรุง ได้แก่ [3] ห้องถ่ายภาพมีความเหมาะสม รองลงมา [1] มีวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือในการให้บริการที่ทันสมัยและ [2] วัสดุ อุปกรณ์ที่ให้บริการมีความสมบูรณ์พร้อมใช้งาน (ภาพที่ 4C)



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงานคุณลักษณะมิติด้านกระบวนการให้บริการ (A), ด้านคุณภาพการให้บริการ (B), ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (C), ด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (D)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายสนับสนุน เพศหญิง อายุ 19-21 ปี ความสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สังกัดภาควิชา นักศึกษาระดับปริญญาตรี อายุการทำงาน 5-10 ปี จำนวน 172 คน ใช้บริการถ่ายภาพนิ่งมากที่สุด ใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารขอใช้บริการโดยการพบหน้า (face to face) ความถี่ใช้บริการ 1-2 ครั้ง/ปี ใช้เวลาในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ 5-15 นาที/ครั้ง มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ทั้ง 4 ด้าน แต่ความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้รับน้อยกว่าความคาดหวังเฉลี่ยที่ต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยความเชื่อมั่น 95% และผลการวิเคราะห์ลำดับความสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการด้านสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ในแต่ละด้านพร้อมเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง และความพึงพอใจด้วยเทคนิค IPA ผลการวิเคราะห์พบว่า มิติด้านกระบวนการให้บริการ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ และมิติด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกทั้ง 3 มิติ มีระดับความสำคัญของความคาดหวังการให้บริการอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจการใช้บริการต่ำกว่ามาตรฐานทั้งหมด ส่วนมิติที่ 3 ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีระดับความสำคัญของความคาดหวังการให้บริการอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจการใช้บริการอยู่ในระดับต่ำ แต่ไม่ใช่ทั้งหมด เพราะมีบางข้อที่ระดับความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์สูงกว่ามาตรฐาน ได้แก่ ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เหมาะสมกับงานที่ให้บริการ และผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ให้บริการด้วยความเต็มใจ

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาข้อมูลการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรเคยใช้บริการถ่ายภาพนิ่งจำนวนสูงที่สุด ค่าร้อยละ (66.3) เนื่องจากแต่ละหน่วยงานของคณะมีการจัดกิจกรรม หรือโครงการอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมเหล่านี้ต้องใช้ภาพถ่ายเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในขณะที่การใช้บริการด้านปรึกษา/สมัครทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศ มีบุคลากรเคยใช้บริการจำนวนต่ำที่สุด ค่าร้อยละ (6.4) เนื่องจากทุนแลกเปลี่ยน ณ ต่างประเทศส่วนใหญ่จะเป็นทุนสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา หรือนักศึกษาต่างชาติ ดังนั้นผู้รับบริการด้านปรึกษาเรื่องทุนจะเป็นนักศึกษา ในส่วนของทุนสำหรับบุคลากร มีเพียง 1 ทุน จึงทำให้บุคลากรอาจจะไม่ทราบว่ามีให้บริการด้านการปรึกษาและรับสมัครทุนสำหรับบุคลากรด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันดี และคณะ (2552) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรต่องานวิเทศสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรไม่ทราบหน้าที่และความรับผิดชอบทั้งหมดของเจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์ ดังนั้นเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องพัฒนาและปรับปรุงเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรและประชาสัมพันธ์การให้บริการ เพื่อให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจว่าการให้บริการของงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์มีประเภทใดบ้างและแต่ละประเภทเหมาะสมกับใครบ้าง

2. จากการศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจการใช้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรมีความคาดหวังต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (4.35) และมีความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (3.83) เนื่องจาก พฤติกรรมและวิธีการบริการของผู้ให้บริการมีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างความพึงพอใจในการบริการ เพราะผู้รับบริการได้รับประสบการณ์โดยตรงจากการสัมผัสกับผู้ให้บริการ ทั้งบุคลิกภาพและการปรากฏตัวของผู้ให้บริการ ได้แก่ รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย การพูดจา และการตอบคำถามของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการด้วยความเต็มใจ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วีระชาติ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาด้านการให้บริการใน 3 ลำดับแรก คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นเต็มใจในการบริการและบริการอย่างเป็นมิตร เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในสายงานนั้น ๆ และเจ้าหน้าที่ให้ความสนใจให้คำปรึกษา ดังนั้นเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการควรรักษาพฤติกรรมบริการที่ดีไว้ เช่น การพูดคุยอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเต็มใจในการให้บริการ

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันในทุกรายละเอียดและทุกมิติอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง และโดยภาพรวมของทุกมิติการให้บริการมีระดับความคาดหวังสูงกว่าระดับความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรัญญา และคณะ (2561) พบว่า ผู้รับบริการมีระดับความความหวังในคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลสูงกว่าระดับความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ดังนั้น จึงต้องให้ความสำคัญกับแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการในทุกมิติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

3. สำหรับการประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA) เพื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญในการปรับปรุงการให้บริการในแต่ละด้าน พบว่า มิติด้านกระบวนการให้บริการ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ และมิติด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้ง 3 มิติ มีระดับความสำคัญของความคาดหวังการให้บริการอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจการให้บริการต่ำกว่ามาตรฐานทั้งหมด ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญมาก จำเป็นต้องเร่งแก้ไขปรับปรุง ส่วนมิติที่ 3 ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ มีระดับความสำคัญของความคาดหวังการให้บริการอยู่ในระดับสูง แต่ระดับความพึงพอใจการให้บริการอยู่ในระดับต่ำ แต่ไม่ใช่ทั้งหมดเพราะมีบางข้อที่ระดับความพึงพอใจการให้บริการงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์สูงกว่ามาตรฐาน ได้แก่ ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ เหมาะสมกับงานที่ให้บริการ และผู้ให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ ให้บริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่เจ้าหน้าที่ให้บริการควรต้องรักษาไว้ ดังนั้นผลการวิเคราะห์การประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA) เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์เพื่อใช้กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

แนวทางการแก้ไข/ปรับปรุงการให้บริการของงานสื่อสารองค์กรและวิเทศสัมพันธ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มิติการให้บริการเรื่องที่มีผู้มาใช้บริการ มีความพึงพอใจต่ำที่สุด ควรแก้ไข/ปรับปรุง ดังนี้

1. มิติด้านกระบวนการให้บริการ ควรปรับปรุงแบบฟอร์มขอใช้บริการจากเอกสารเป็นระบบออนไลน์ เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และมีตัวเลือกการขอใช้บริการที่ชัดเจน
2. มิติด้านคุณภาพการให้บริการ ควรให้บุคลากรในหน่วยงานได้รับการอบรมพัฒนาทักษะการถ่ายภาพ และการตัดต่อวิดีโอ เพื่อให้งานออกมามีคุณภาพ และควร Upload ไฟล์ภาพนิ่ง และ VDO ลง Google Drive และส่ง Link ให้ผู้รับบริการ ซึ่งจะได้ไฟล์ภาพ หรือ VDO ที่มีความละเอียดคมชัดสูง มากกว่าการส่งไฟล์ผ่านทางแอปพลิเคชัน Line หรือ Facebook
3. มิติด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ควรสรรหาบุคลากรเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขอใช้บริการ และจัดฝึกอบรมด้านการถ่ายภาพ การออกแบบกราฟิก การเป็นพิธีกรขั้นพื้นฐาน ให้แก่บุคลากรในคณะ ให้มีความสามารถหลากหลายพร้อมที่จะทำงาน หากมีกรณีเจ้าหน้าที่งานสื่อสารองค์กรฯ ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ
4. มิติด้านสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ควรตั้งงบประมาณเพื่อปรับปรุงห้องสตูดิโอ และจัดหาอุปกรณ์ที่มีความเหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพ หรือ VDO

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ที่เน้นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ทำวิจัยในครั้งต่อไป อาจทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในเชิงลึก หรืออาจนำทฤษฎีกระบวนการ วิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analytical Hierarchy Process หรือ AHP) มาช่วยในการวิเคราะห์ด้วย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบคุณลักษณะการบริการในแต่ละค่า ผู้ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการบริการใดมากกว่ากัน

เอกสารอ้างอิง

- ปานจิต บุรณสมภพ. 2548. ความพึงพอใจของนิสิตต่อการให้บริการของสำนักทะเบียนและประมวลผล. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาพัฒนาสังคม. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. กรุงเทพมหานคร.
- เปรมบุญย์ วรสรพรการ. 2558. การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ ในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis: IPA. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- พัชรวิวรรณ ภาสบุตร. 2553. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความคาดหวังในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในธุรกิจอุตสาหกรรม: กรณีศึกษา บริษัท ฮอนด้า จำกัด ในเขตนิคมอุตสาหกรรม ลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร.
- วรัญญา เขยตุ้ย ชัญญานุช ทิวะสิงห์ และ วัลย์พร ราชคมน์. 2561. ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2R e- Journal. 5(1): 101-119.
- วันดี เอนกจ้านงค์พร พลอยลดา ไสตะจินดา และ สุภัทรา โกไศยกานนท์. 2552. ความพึงพอใจของบุคลากรต่องานวิเทศสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพมหานคร.
- วีรชาติ พนาวิวัฒน์ ลลิตา อุดลย์กิติติไพศาล เจษฎาภรณ์ วิริยะสกุลธรรณ และ สุภาพร จตุรภัทร. 2560. ความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ. 4(2): 51-82.
- สมหมาย เปี้ยถนอม. 2551. ความพึงพอใจของนักศึกษาในการได้รับการบริการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม. นครปฐม.
- Cronbach, L.J. 1990. Essentials of psychological testing. Fifth edition. Harper Collins Publishers. New York.
- Martilla J.A. and J.C. James. 1977. Importance-Performance Analysis. The Journal of Marketing; 41(1): 77-79.
- Wade, D.J. and P.F. Eagles. 2003. The use of importance-performance analysis and market segmentation for tourism management in parks and protected areas: An application to Tanzania's National park. Journal of Ecotourism. 2(3): 196-212.
- Yamane, T. 1973. Statistics: An Introductory Analysis. 3rd edition. Harper and Row Publication. New York.