



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

เรื่อง Voice of Customer-GAD : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง

ที่ปรึกษาโครงการ นายธัญญา ภัคดี

สังกัด : กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี

โดย

หัวหน้าโครงการ นางสาววิริยา แซ่ลี : กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี

ได้รับการสนับสนุนงบประมาณวิจัยจากกองบริหารงานกลาง

สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568

เดือนกรกฎาคม 2568

Voice of Customer-GAD : VoC
การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง

นางสาววิริยา แซ่ลี

โครงการวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568

VOICE OF CUSTOMER-GAD : VOC
CENTRAL ADMINISTRATION DIVISION : OFFICE OF THE PRESIDENT,
KHON KAEN UNIVERSITY

MISS VIRIYA SAE-LEE

RESEARCH PROJECT
OF KHON KAEN UNIVERSITY INSTITUTE

2025

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2) และนำผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้ไปจัดทำกลยุทธ์การให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 20 คน และเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งมีการเก็บข้อมูลในด้านการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร พร้อมกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ บุคคล กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ สถานที่ และการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ เครื่องมือในการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด อยู่ในระดับมาก สถานที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทาง สามารถค้นหาได้ง่าย และปัจจัยด้านกระบวนการมีความพึงพอใจน้อยที่สุดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด เช่น เพศ ช่วงอายุและระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในขณะที่ประเภทบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านกระบวนการและบุคคล ผลสรุปชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการปรับปรุงการบริการและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่มเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ จึงได้เสนอแนวทางการเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 2 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 พัฒนางานด้วย Live Chat การนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการทำงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น และโครงการที่ 2 สร้างความเข้าใจกระบวนการทำงานที่ชัดเจนนำไปสู่ความสำเร็จ

Research Title : VOICE OF CUSTOMER-GAD : VOC CENTRAL ADMINISTRATION
 DIVISION : OFFICE OF PRESIDENT, KHON KAEN UNIVERSITY

Author's Name : Miss Viriya Sae-lee

ABSTRACT

This research aimed to study (1) levels of customer satisfaction with the services provided by Central Administration Division Khon Kaen University (2) and use the results of satisfaction customers to prepare the service strategy of the Central Administration Division. The research was mixed method research with in-depth interviews of 20 key informants and collected questionnaires with 200 samples. Study examines demographic factors such as gender, age, education and employee type along with marketing mix factors, including product, people, process, physical evidence, place and promotion. The statistics used in the study were percentage, frequency, average, mean, and standard deviation. Test hypotheses between independent and dependent variables. By the sample of this research was who have used the services of the Central Administration Division. The research results revealed that most of respondent's customers in service by Central Administration Division their level of satisfaction about marketing mix factors at an agree level by the factor of place for service their most affecting satisfaction level. Convenient contact location and can be easily searched. And process factors were least satisfactory, with a satisfied level of agree satisfied. When considering the statistical significance level of 0.05. It was found that Statistical analysis revealed significant relationships between demographic factors and satisfaction across various aspects of the service marketing mix. For that gender, age group, and education level did not influence the satisfaction of service users at the Central Administration Division. While the type of personnel affects user satisfaction in terms of processes and individuals, the results highlight the importance of improving services and meeting the needs of users in each group to increase satisfaction and positive service experiences. Therefore, guidelines for increasing user satisfaction with the services provided by the Central Administration Division have been proposed 2 projects: Project 1: Work Development with Live Chat, bringing technology to improve work processes to better meet user needs, and Project 2: Create A clear understanding of the work process leads to success.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีนั้น ตัวข้าพเจ้าขอขอบคุณนายธัญญา ภัคดี ผู้อำนวยการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ให้คำปรึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงพนักงานมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้บริการกับผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดประโยชน์ในการดำเนินงานของคณะ หน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

วิริยา แซ่ลี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
4. สมมติฐานการวิจัย	4
5. ขอบเขตการวิจัย	4
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. ข้อมูลทั่วไปของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น	7
2. แนวคิดและทฤษฎีการบริการ	9
3. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	10
4. แนวคิดและทฤษฎีการรับฟังเสียงของลูกค้า Voice of Customer	11
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
6. กรอบแนวคิด	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	19
4. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	19
5. ระเบียบวิธีการวิจัย	20
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	22
1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการกองบริหารงานกลาง	22
2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น	25
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน	32
4. สรุปผลการวิจัยความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี	39
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	45
1. สรุปผลการวิจัย	45
2. อภิปรายผล	47
3. ข้อเสนอแนะ	47
เอกสารอ้างอิง	48
ภาคผนวก	51
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	52
ภาคผนวก ข ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก	54
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	63
ภาคผนวก ง ผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม	67
ประวัติผู้เขียน	71

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	19
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ	22
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ	23
ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ	23
ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านประเภทบุคลากรของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ	24
ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง	25
ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านบุคคลที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง	26
ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง	27
ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง	28
ตารางที่ 10 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านสถานที่ที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง	29
ตารางที่ 11 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศที่ใช้บริการมีต่อการให้บริการ ของกองบริหารงานกลาง	30
ตารางที่ 12 ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง	31
ตารางที่ 13 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง	33
ตารางที่ 14 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามช่วงอายุกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง	35
ตารางที่ 15 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษากับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 16	ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามประเภทบุคลากรกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง	38
ตารางที่ 17	ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษาและประเภท พนักงานกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง	39
ตารางที่ 18	แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านกระบวนการให้บริการ ของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น	44

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1	แสดงโครงสร้างกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8
ภาพที่ 2	แสดงภาพรวมของ Voice Of Customer : VoC	11
ภาพที่ 3	แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย	15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

คุณภาพการบริการเป็นประเด็นสำคัญหรือหัวใจหลักที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Clemes, 2014) เสียงของลูกค้า (Voice of Customer: VoC) หรือการรับฟังเสียงของลูกค้า คือกระบวนการในการหาความต้องการของลูกค้า (Griffin and Hauser, 1993) นอกจากนี้องค์กรส่วนใหญ่เก่งในการพูดโน้มน้าวโฆษณาเชิญชวนประชาสัมพันธ์กับลูกค้า มากกว่าการฟังพวกเขา องค์กรต่างๆ ฟังลูกค้าเป็นครั้งคราวเท่านั้นและมักจะฟังเพียงเพื่อขายสินค้าและบริการเพิ่มเติม หรือการบรรเทาอุปสรรคความโกรธของลูกค้า หรือเพื่อเก็บข้อมูลตลาด หลายองค์กรทุ่มเทงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แม้จะมีหลักฐานว่าการฟังที่ไม่ดีมีส่วนสำคัญต่อการสูญเสียลูกค้าและความไม่พอใจขององค์กรก็ตาม (Macnamara, 2018)

การรับฟังเสียงของลูกค้าเป็นกระบวนการที่ธุรกิจสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริงกระบวนการ “รับฟังเสียงของลูกค้า” ที่มีประสิทธิภาพมักเริ่มจากการจำแนกลูกค้าเป็นกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มที่ใช้ Social Media กลุ่มพื้นที่เมืองหรือส่วนภูมิภาค โดยอำนวยความสะดวกในการมีช่องทางที่หลากหลายขึ้นอยู่กับความสะดวกในแต่ละช่องทาง การแสดงความคิดเห็นของลูกค้า เช่น ทางโทรศัพท์ ทางจดหมาย ทางเว็บไซต์ ทาง Social Media และทางพนักงาน เป็นต้น ระบบการประมวลผลที่รวดเร็ว ทำให้องค์กรสามารถกำหนดวิธีการ และกลยุทธ์ที่เหมาะสม ถูกต้อง แม่นยำ และกระบวนการค้นหา “เสียงของลูกค้า” เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริงหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลที่สำคัญได้แก่ ความต้องการของลูกค้าที่อยากได้สินค้าหรือบริการประเภทต่างๆ ปัญหาและอุปสรรคในการรับบริการที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป “เสียงของลูกค้า” อาจได้มาจากการสำรวจตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค การสอบถามกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมาย การบันทึกการขาย หรือรายงานการขาย บันทึกข้อร้องเรียนของลูกค้าและข้อมูลภาคสนาม หลายองค์กรขนาดใหญ่มีการจัดทำเสียงของลูกค้าเป็นระบบงาน หรือ Web-based Application เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงบริการให้สะดวกรวดเร็วและทันที่ที่มีการพัฒนาระบบงานให้สอดคล้องกับ Work Flow การทำงานขององค์กร เพื่อความเป็นมาตรฐานสำหรับการบริหารงานองค์กร มีการกำหนด Service Level Agreement (SLA) เพื่อเป็นข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการแก่ลูกค้า และบางแห่งได้กำหนด KPI จากปริมาณการจัดการตอบเรื่องร้องเรียนจากเสียงของลูกค้า (เข้าถึงได้จาก: <https://www.thailandcontactcenter.com/voiceofcustomer/7> พฤศจิกายน 2567)

กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี เป็นหน่วยงานกลางที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น มี VISION “เป็นหน่วยงานให้บริการกลางด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนางานวิจัย MISSION ภารกิจหลัก 4 ด้าน คือ

(1) ด้านสารบรรณ ให้บริการ

- ระบบบริหารจัดการเอกสาร (DMS)
- ระบบสั่งผลิตเอกสารของสำนักงานอธิการบดี
- ระบบรับส่งพัสดุและไปรษณีย์
- ระบบเสนอแฟ้มผู้บริหารพิจารณา

(2) ด้านบริการกลาง ให้บริการ

- ระบบแจ้งซ่อมอาคารสัริศุณากร
- ระบบขอใช้บริการสถานที่ ห้องประชุมอาคารสัริศุณากร
- ระบบบริหารจัดการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสาร
- ระบบบริหารจัดการอาคารสถานที่ของสำนักงานอธิการบดี
- ระบบบริหารจัดการสภาพนักงาน
- ระบบจัดการบริการหน่วยประสานงาน ณ กรุงเทพมหานคร
- ระบบเบิกเมล็ดกาแฟ
- ระบบบริหารจัดการกิจกรรมส่วนกลางของมหาวิทยาลัย เช่น งานปีใหม่
งานเกษียณอายุราชการ

(3) ด้านบริการยานพาหนะ ให้บริการ

- ระบบขอใช้รถยนต์ส่วนกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ระบบการให้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนมหาวิทยาลัยขอนแก่น KST-EV
- ระบบการให้บริการรถยนต์ส่วนกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ระบบเรียกเก็บค่าน้ำมันเชื้อเพลิง

(4) ด้านสนับสนุนนโยบายผู้บริหาร (งานเลขานุการผู้บริหาร)

- ระบบลงนัด กำหนดการผู้บริหาร
- ระบบเสนอแฟ้มผู้บริหารพิจารณา
- ระบบติดต่อประสานงาน

(เข้าถึงได้จาก: <https://icead.kku.ac.th/about/5> พฤศจิกายน 2567)

โครงสร้างของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี ประกอบด้วย 4 งาน ได้แก่ 1. งานสารบรรณ มีภาระหน้าที่ในการรับ-ส่ง จัดเก็บหนังสือเอกสารต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ตรวจสอบ ควบคุมความถูกต้องของหนังสือราชการ คำสั่ง ประกาศ โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์จากการประสานภารกิจ และรองรับการการบริหารจัดการส่วนกลางขององค์กร ออกเลขที่หนังสือภายนอก ออกเลขที่คำสั่ง ประกาศ มหาวิทยาลัย ควบคุมดูแลศูนย์ผลิตเอกสารสำนักงานอธิการบดีและศูนย์รับส่งหนังสือกลางมหาวิทยาลัยขอนแก่น 2. งานสนับสนุนนโยบายผู้บริหาร มีภาระหน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบด้วย อธิการบดี รองอธิการบดี และผู้ช่วยอธิการบดีทุกฝ่าย โดยมีหน้าที่หลักได้แก่ รับส่งหนังสือ การเงินและพัสดุ การจัดทำกำหนดนัดหมาย การจัดทำและจัดเก็บหนังสือหรือเอกสารต่างๆ ติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงาน ให้การรับรองแขก และหน้าที่อื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย 3. งานบริการกลาง มีภาระหน้าที่ด้านการสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ทุกฝ่ายสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามแผนและเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดำเนินงานด้านงบประมาณ ด้านการพัสดุ การจัดทำแผนปฏิบัติราชการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานการบริหารงานบุคคล การประกันคุณภาพ การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการบริหารจัดการดูแลความสะอาดเรียบร้อยอาคารสิริคุณากร สำนักงานอธิการบดีอาคาร 2 และบริเวณรอบอาคาร รวมพื้นที่ใช้สอย 16,805 ตารางเมตร รวมทั้งการแจ้งซ่อมแซม บำรุงรักษาและดูแลปรับปรุงภูมิทัศน์รอบบริเวณอาคารสิริคุณากร 4. งานบริการยานพาหนะมีภาระหน้าที่ให้บริการรถยนต์ส่วนกลางแก่คณะหน่วยงาน และควบคุมดูแลการให้บริการระบบขนส่งมวลชนมหาวิทยาลัยขอนแก่น KST-EV ดังนั้นการรับฟังเสียงของผู้รับบริการจึงมีความสำคัญมากในการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการให้บริการของกองบริหารงานกลาง ที่ผ่านมากองบริหารงานกลางสามารถรักษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับร้อยละ 80 ขึ้นไป ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการดังกล่าวยังเป็นโจทย์ต่อเนื่องที่กองบริหารงานกลางยังคงต้องรักษาความสามารถในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างระมัดระวัง การรักษามาตรฐานการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานผู้ให้บริการต้องพึงระลึกถึง การศึกษาวิจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้ผู้บริหารกองบริหารงานกลาง เข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นให้การให้บริการ ขั้นตอน กระบวนการ ซึ่งมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการปัญหาหลักที่หน่วยงานเผชิญ คือการที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังหลากหลาย ทั้งในเรื่องคุณภาพของการที่ได้รับ การให้บริการของบุคลากร และบรรยากาศในการใช้บริการ ในบางครั้งกองบริหารงานกลางอาจไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจลดลง การศึกษาวิจัยนี้มุ่งหวังที่จะเติมเต็มช่องว่างเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการ พร้อมทั้งสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการตามยุทธศาสตร์เป็นมหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.2.2 เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของกองบริหารงานกลาง
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง

1.3.2 ทำให้ผู้ปฏิบัติงานกองบริหารงานกลางได้แนวทางการปฏิบัติงานที่ดี ทำให้ระดับ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

1.3.3 ทำให้กองบริหารงานสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน
ตรงตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H_1) เพศที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 2 (H_2) อายุที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ
กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 3 (H_3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ
ต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 4 (H_4) ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ
ต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นผู้ให้
ข้อมูลหลัก จำนวน 20 คน โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากบุคลากรผู้ที่มีประสบการณ์
การรับบริการจากกองบริหารงานกลาง อย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 5 ปี และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วย
แบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น จำนวน 200 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้ศึกษาวิจัยจะทำการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลต่าง ๆ และใช้ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือน เมษายน – กันยายน 2568

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) : VoC หมายถึง ชื่อของกระบวนการกรอบงานกลยุทธ์ และกลวิธีที่องค์กรใช้เพื่อทำความเข้าใจว่าผู้ใช้บริการคิดอย่างไรเกี่ยวกับองค์กร เสียงของลูกค้าจะช่วยชี้แจงสิ่งที่ผู้ใช้บริการพูด (และสิ่งที่ไม่ได้พูด) เกี่ยวกับการให้บริการขององค์กรและช่วยให้องค์กรพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในอนาคต

1.6.2 การบริการ หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่บุคลากรกองบริหารงานกลางที่กระทำเพื่อให้ความต้องการของผู้ใช้บริการบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้ความสะดวกสบาย สามารถปฏิบัติได้ด้วยการแสดงออกทางการแต่งกาย การปฏิบัติ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดกับผู้ใช้บริการ

1.6.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่ได้รับจากการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น และความคาดหวังของพวกเขา ซึ่งครอบคลุมถึงความพอใจในด้านคุณภาพของการให้บริการและประสบการณ์โดยรวมที่ได้รับจากการใช้บริการ

1.6.4 ผู้ให้บริการ หมายถึง บุคลากรกองบริหารงานกลางที่มีบทบาทในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการและปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ ปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือตามที่ร้องขอหรือแสดงความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง

1.6.5 ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจากกองบริหารงานกลาง แจ้งความประสงค์หรือความต้องการแก่บุคลากรกองบริหารงานกลางเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและตนเองรู้สึกพอใจ

1.6.6 เพศ หมายถึง การแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางเพศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ลักษณะการใช้บริการและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการกองบริหารงานกลาง การทำความเข้าใจความแตกต่างทางเพศช่วยให้ทำให้องค์กรที่ให้บริการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษ์กุล, 2561)

1.6.6 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หมายถึง การพิจารณาสิ่งแวดล้อมรอบด้านขององค์ประกอบทางกายภาพประกอบกรให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ อันได้แก่ สถานที่ให้บริการ รวมไปถึง

รถยนต์ส่วนกลางที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ

1.6.7 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การให้บริการของกองบริการแก่ผู้ใช้บริการ

1.6.8 บุคคล (People) หมายถึง บุคลากรกองบริหารงานกลาง

1.6.9 กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ตั้งแต่การรับคำขอใช้บริการจนถึงการส่งมอบงานที่เสร็จเรียบร้อย

1.6.10 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง องค์ประกอบทางกายภาพ ที่ช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้มารับบริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ และสภาพแวดล้อม

1.6.11 สถานที่ (Place) หมายถึง สำนักงานกองบริหารงานกลาง อาคารสิริคุณากร

1.6.12 การตอบสนองความต้องการ หมายถึง การจัดการและปรับปรุงบริการให้ สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เช่น การจัดการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดและการรับ ฟังข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ดีของบริการที่ได้รับจาก กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง Voice of Customer-GAD : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการบริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการรับฟังเสียงของลูกค้า Voice of Customer
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิด

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

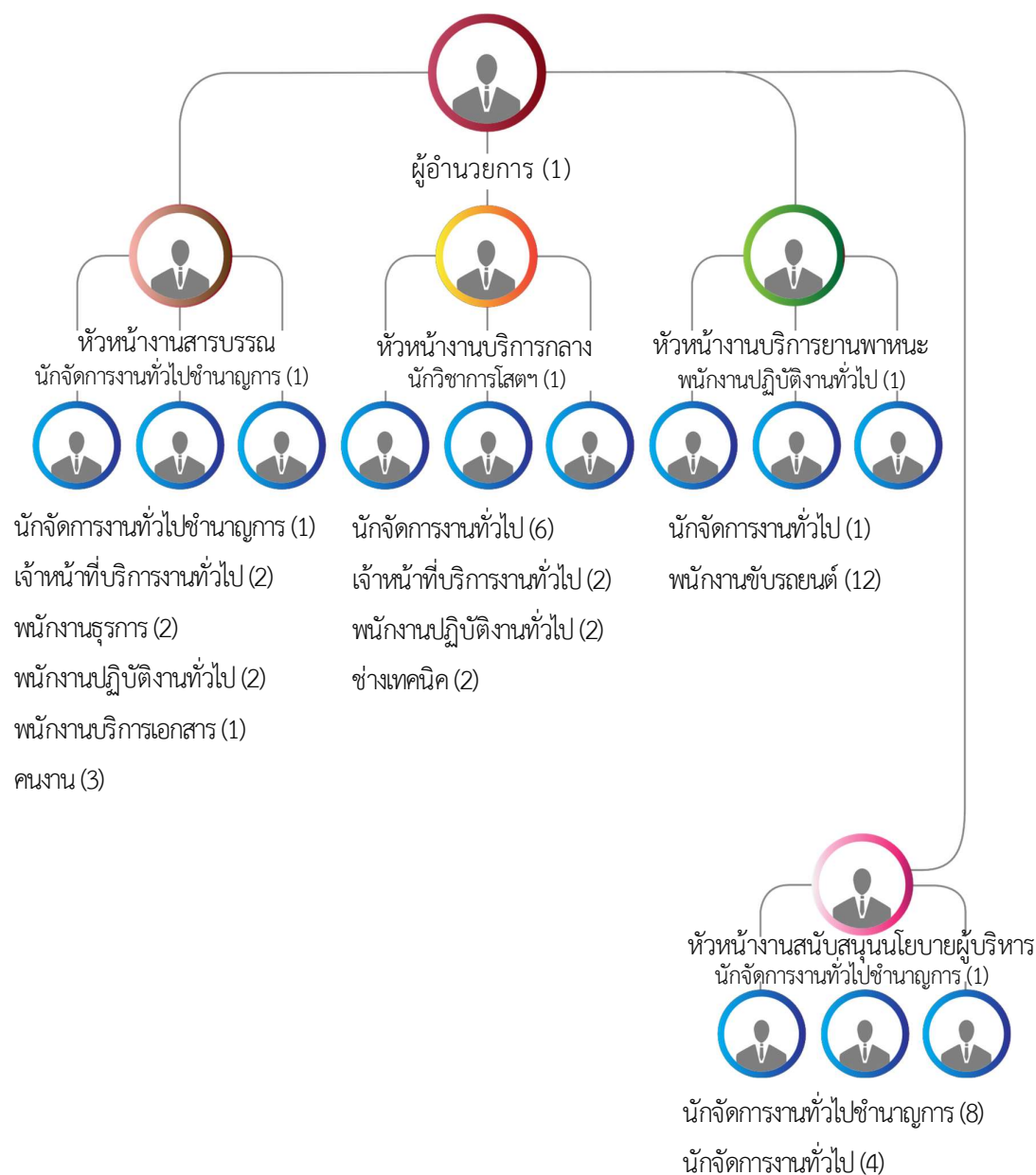
โครงสร้างของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี ประกอบด้วย 4 งาน ได้แก่

2.1.1 งานสารบรรณ มีภาระหน้าที่ในการรับ-ส่ง จัดเก็บหนังสือเอกสารต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ตรวจสอบ ควบคุมความถูกต้องของหนังสือราชการ คำสั่ง ประกาศ โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์จากการประสานภารกิจ และรองรับการการบริหารจัดการส่วนกลางขององค์กร ออกเลขที่หนังสือภายนอก ออกเลขที่คำสั่ง ประกาศมหาวิทยาลัย ควบคุมดูแลศูนย์ผลิตเอกสารสำนักงานอธิการบดีและศูนย์รับส่งหนังสือกลางมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.1.2 งานบริการกลาง มีภาระหน้าที่ด้านการสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ทุกฝ่ายสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามแผนและเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดำเนินงานด้านงบประมาณ ด้านการพัสดุ การจัดทำแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน การบริหารงานบุคคล การประกันคุณภาพ การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการบริหารจัดการดูแลความสะอาดเรียบร้อย อาคารสรีรศึกษาร สำนักงานอธิการบดีอาคาร 2 และบริเวณรอบอาคาร รวมพื้นที่ใช้สอย 16,805 ตารางเมตร รวมทั้งการแจ้งซ่อมแซม บำรุงรักษาและดูแลปรับปรุงภูมิทัศน์รอบบริเวณอาคารสรีรศึกษาร

2.1.3 งานบริการยานพาหนะมีภาระหน้าที่ให้บริการรถยนต์ส่วนกลางแก่คณะหน่วยงาน และควบคุมดูแลการให้บริการระบบขนส่งมวลชนมหาวิทยาลัยขอนแก่น KST-EV ดังนั้นการรับฟังเสียงของผู้รับบริการจึงมีความสำคัญมากในการวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการให้บริการของกองบริหารงานกลาง

2.1.4 งานสนับสนุนนโยบายผู้บริหาร มีภาระหน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย ซึ่งประกอบด้วย อธิการบดี รองอธิการบดี และผู้ช่วยอธิการบดีทุกฝ่าย โดยมีหน้าที่หลักได้แก่ รับส่งหนังสือ การเงินและพัสดุ การจัดทำกำหนดนัดหมาย การจัดทำและจัดเก็บหนังสือหรือเอกสารต่างๆ ติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงาน ให้การรับรองแขก และหน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย



ภาพที่ 1 แสดงโครงสร้างกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการบริการ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า

Kotler and Keller (2012) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ระดับความพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการที่ได้รับเมื่อได้รับสินค้าและบริการที่มากกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้

Tao (2014) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นนำมาซึ่งประโยชน์ต่อบริษัทได้ เช่น ความภักดีของลูกค้า การขยายฐานลูกค้า การบอกต่อปากต่อปากของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการของบริษัท ลูกค้าซื้อหรือใช้บริการบ่อยขึ้นและบอกต่อกับผู้ที่สนใจ บริษัทจะเติบโตไม่ได้ ถ้าไม่ใส่ใจความต้องการของลูกค้า

จึงกล่าวสรุปได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นเมื่อได้รับสินค้าและบริการที่ดีเกินจากความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดีต่อสินค้าและบริการ มีการใช้ซ้ำและแนะนำปากต่อปากไปยังผู้สนใจ อันอาจเป็นลูกค้ารายใหม่ขององค์กร ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้านี้ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ

2.2.2 ความหมายของการบริการ

Hoffman and Bateson (2016) ได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

Khoo (2020) พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวทำนายที่ชัดเจนในการกลับมาใช้สินค้าหรือบริการซ้ำและการแนะนำสินค้าหรือบริการปากต่อปาก

Nguyen et al. (2021) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจและคุณค่าที่รับรู้ ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของผู้ใช้บริการในการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

Aripin et al. (2023) พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทสำคัญในการบอกต่อ เป็นการที่ลูกค้าพึงพอใจจึงสร้างเครือข่ายให้สินค้าหรือบริการ รวมถึงให้คำวิจารณ์เชิงบวกผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ ซึ่งเกิดจากการได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้สินค้าหรือบริการจนเกิดความไว้วางใจ

Zequri et al. (2023) ได้ระบุว่าคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลบวกต่อการสื่อสารแบบปากต่อปาก และการแนะนำจากประสบการณ์ดีของลูกค้า

ธธีรธร ธีรขวัญโรจน์ และสุพจน์ กฤษณาธาร (2563) ได้ให้ความหมายของการบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

จึงกล่าวได้ว่าการบริการคือกิจกรรมกระบวนการส่งมอบที่ไม่มีตัวตนส่งมอบให้กับผู้รับบริการ จนเกิดความพึงพอใจเกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (2016) ได้อธิบายว่าส่วนประสมทางการตลาด คือแนวคิดตั้งต้นเป็นตัวแปรพื้นฐานทางการตลาด ในการใช้ควบคุมการตลาดหรือบริการ สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

บุญญา นาคสินธุ์ (2559) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดคือ สถานประกอบการที่มีการจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้า ผู้ใช้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการ ผู้ซื้อสินค้านยอมจ่ายเงินในราคาที่เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพพอที่จะรับได้ รวมถึงส่วนประสมทางการตลาดยังส่งผลให้เกิดแรงจูงใจให้สินค้าหรือบริการมีความน่าสนใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ อนุภา ปทพานิช และปริญญา ลักษิตานนท์ (2560) ได้อธิบายว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญมากต่อนักการตลาด เพื่อบริหารจัดการหลักการตลาดด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกัน เพื่อนำเสนอต่อผู้ให้บริการ หากสินค้าหรือบริการมีส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และเพิ่มอีก 3 ปัจจัยสำหรับสินค้าบริการ คือ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าผู้ให้บริการ จะเห็นได้ว่าการซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ที่ได้จากสินค้าหรือบริการ ผู้ขายหรือผู้ให้บริการต้องสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อตัดสินใจได้เร็วขึ้น

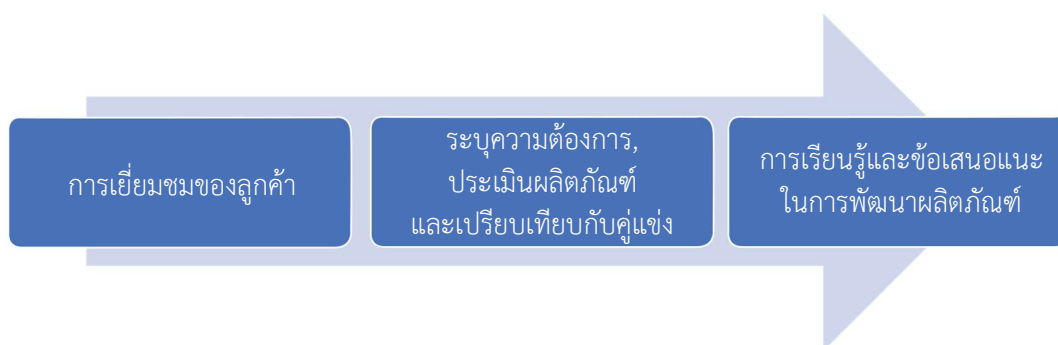
ศศิธร ป้อมเชียงพิณ (2560) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย และเพิ่มขึ้นอีก 3 ปัจจัย สำหรับธุรกิจให้บริการ ได้แก่ บุคคล กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและประสิทธิภาพที่เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ปัจจัยเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ

สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดคือเครื่องมือสำคัญสำหรับนักการตลาดที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยมีส่วนประกอบ 4 ปัจจัย สำหรับธุรกิจขายสินค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ธุรกิจให้บริการเพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยดังกล่าวทำให้ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการยินยอมจ่ายเงินและได้รับความพึงพอใจ อีกทั้งยังทำให้สินค้าหรือบริการเกิดแรงจูงใจในการซื้อหรือใช้บริการ เพิ่มความน่าสนใจให้สินค้าหรือบริการ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีการรับฟังเสียงของลูกค้า Voice of Customer

2.4.1 เสียงของลูกค้า (Voice of Customer: VoC)

Griffin and Hauser (1993) ได้กล่าวว่า VoC เป็นวิธีการที่มีโครงสร้างในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าและการติดตามผล ซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นกับลูกค้า บริษัทใช้ VoC เป็นวิธีการในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากลูกค้า แสดงให้เห็นว่าเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับบริษัทในการมีส่วนร่วมของลูกค้า และ Matzler and Hinterhuber (1998) ได้กล่าวว่าบริษัทสามารถใช้ VoC เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ กลายเป็นนวัตกรรมเพื่อนำเสนอแก่ลูกค้า VoC สํารวจความต้องการของลูกค้าและรวบรวมคำอธิการความต้องการเหล่านี้ด้วยคำพูดของลูกค้าเอง ความต้องการถูกแบ่งออกเป็นความต้องการพื้นฐาน ความต้องการที่ชัดเจน และความต้องการที่น่าตื่นเต้น บริษัทไม่ควรเพียงแค่รวบรวมความต้องการของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังควรถามลูกค้าให้ประเมินผลิตภัณฑ์และขอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งด้วย ดังนั้น VoC จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือในการเปรียบเทียบกับคู่แข่งด้วย ภาพรวมของ VoC แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงภาพรวมของ Voice of Customer : VoC

Aguwa, Olya and Monplaisir (2017) ได้อธิบายว่าการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นและเป็นการแข่งขันที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สรุปได้ว่า ธุรกิจจะได้เปรียบคู่แข่งต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง เสียงของลูกค้าเป็นวิธีรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า นำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ดียิ่งขึ้น ตรงตามความต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 การรับฟังเสียงของลูกค้า

นิตยา ชุ่มอภัย และ อัคริมา สุ่มมาตย์ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัย “การรับฟังเสียงของลูกค้า (VoC)” สู่ “การสร้างนวัตกรรมบริการ (Chat bot)” พบว่าการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการตามช่องทางต่าง ๆ ทำให้ทราบถึงความต้องการและความไม่ต้องการของผู้ใช้บริการต่าง ๆ ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองอย่างทันท่วงทีที่เกิดข้อร้องเรียนหรือข้อคำถามที่เกิดขึ้นกับการใช้บริการ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่าถึงแม้ปัญหานั้นจะใหญ่หรือจะเล็ก หากมีการตอบสนองได้ทันท่วงที ผู้ใช้จะเกิดความพึงพอใจมากกว่าการไม่มีการตอบรับจากผู้ให้บริการ อีกทั้งยังมีคำชมจากผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความภาคภูมิใจและเป็นกำลังใจต่อบุคลากรเป็นอย่างยิ่ง อภิปรายผลการศึกษาลงเสียงของลูกค้า (Voice of Customer) คือเสียงสวรรค์เพราะคือเสียงสะท้อนถึงการให้บริการของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น และยังเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้ที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้เกิดปัญหา ต้องการความช่วยเหลือ ต้องการข้อมูล ต้องการสะท้อนถึงการให้บริการที่ได้รับ เมื่อผู้ใช้ส่งเสียงสะท้อนกลับมาถึงผู้ให้บริการไม่ว่าช่องทางใด เสียงของผู้ใช้ต้องได้รับการตอบกลับจากผู้ให้บริการ เมื่อผู้ใช้ได้รับการตอบกลับจากเสียงสะท้อนของตนเอง จะทำให้เกิดความผูกพันและเกิดความพึงพอใจ หรือได้รับการเยียวยาจิตใจในกรณีที่เกิดความขัดข้องในการใช้บริการมากขึ้น เสียงสะท้อนของผู้ใช้บริการมีความหมายต่อการทำงานของสำนักหอสมุด หากเป็นเสียงที่ตำหนิการให้บริการ สำนักหอสมุดจะนำเสียงของผู้ใช้มาเป็นข้อมูลปรับปรุงแก้ไขการให้บริการที่ดีขึ้น หากเป็นเสียงชื่นชม เสียงของผู้ใช้จะเป็นกำลังใจให้กับคนทำงานทุกคน ส่งผลให้การทำงานด้วยความสุขมากขึ้น

พิมพ์ชนก สิริพงศ์ทักษิณ และ กนกวรรณ บัวงาม (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัย “แนวทางการจัดการข้อร้องเรียน หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” พบว่าการกำหนดให้หน่วยงานสื่อสารองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานตามวิธีการปฏิบัติงานการจัดการข้อร้องเรียน โดยให้สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นผู้รับผิดชอบคณะทำงานแก้ไขและป้องกัน จากความแตกต่างดังกล่าว เป็นหน่วยงานที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียจากข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการ มีความเหมาะสมและสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านช่องทางการรับข้อร้องเรียน ทั้งหมด 5 ช่องทาง คือ หน้าเว็บไซต์หอสมุดฯ เฟซบุ๊ก อีเมล แบบฟอร์มรับข้อเสนอแนะร้องเรียน และทางโทรศัพท์ เป็นการให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความสะดวกในการติดต่อและสามารถส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

จำนวนผู้ส่งข้อร้องเรียนผ่านทางแบบฟอร์มหน้าเว็บไซต์หอสมุดฯ มากที่สุด จำนวน 15 ครั้ง และ รองลงมาคือจากเพจเฟซบุ๊กหอสมุดฯ Thammasat University Library และเพจ TU Director จำนวน 14 ครั้ง ส่วนการร้องเรียนผ่านแบบฟอร์มกระดาษน้อยที่สุดเพียง 1 ครั้งเท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จัดแบ่งประเภทของการร้องเรียนออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ 2. ข้อร้องเรียน เล็ก 3. ข้อร้องเรียนใหญ่ และ 4. ข้อร้องเรียนนอกเหนือความรับผิดชอบของหน่วยงาน แสดงให้เห็นถึง ความสำคัญของการดำเนินงานแก้ไข แต่ละประเภทข้อร้องเรียนกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน ขณะที่สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้วิเคราะห์ข้อร้องเรียนแบ่งออกเป็น 5 ข้อ ได้แก่ 1. ข้อร้องเรียนที่มีผลกระทบต่อระบบบริหารงานคุณภาพ การให้บริการและการปฏิบัติงาน 2. ข้อเสนอแนะ ได้แก่ การเสนอแนะในเรื่องต่างๆ เช่น การเสนอแนะหนังสือที่ไม่มีให้บริการ 3. ถาม-ตอบ 4. คำชมเชย และ 5. ข้อร้องเรียนที่วิเคราะห์แล้วเห็นว่าเป็นเรื่องที่ไม่ใช่หน่วยงานหรือบุคคลใด รับผิดชอบโดยตรง เป็นเรื่องที่ไม่สามารถแก้ไขได้เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน นโยบายของสำนักฯ กฎระเบียบต่างๆ ของสำนัก การแบ่งประเภทที่แตกต่างกันของทั้งสองหน่วยงาน หอสมุดฯ ให้ ความสำคัญกับการจัดลำดับความสำคัญของข้อร้องเรียน ในขณะที่สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัย รามคำแหงให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มประเภทของข้อร้องเรียนเพื่อให้สามารถดำเนินการแก้ไขในแต่ละ ส่วนได้ทันที

2.5.2 Inside-out และ Outside-in

เกรียงศักดิ์ ภูศรีโสม (2555) ได้อธิบายเรื่องเสียงของลูกค้า (Voice of customer) ไว้ว่า การไขความลับของลูกค้าต้องพยายามให้ได้ยินเสียงของลูกค้า เพื่อจะนำไปสู่ข้อมูลความต้องการของ ลูกค้า โดยทำ Inside-out และ Outside-in จะพิชิตใจลูกค้าต้องรู้เขารู้เราเป็นอย่างไร ด้วยการประชุม ร่วมกับพนักงาน ช่วยกันคิดอะไรที่เหนือกว่าคู่แข่ง อาจจะไม่เหมือนกับ Outside-in เป็นมุมมองของลูกค้า มองเราเข้ามา โดยทั้งสองส่วนนี้ต้องมาด้วยกัน อะไรที่เป็นเรา อะไรที่เขาอยากให้เราเป็น คำพูดที่ที่สอง สามคำ สำหรับผู้บริหารเวลาพูดกับลูกน้องคือใช่เลย เห็นด้วย จริงหรือ โดยการฟังให้มากเราจะได้ข้อมูล มามาก ต้องวาดภาพแผนที่เพื่อหาจุดอันตรายหลายๆ จุดในการให้บริการลูกค้า ด้วยการทำตัวเป็นลูกค้า ในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อประเมินความคิดเห็น ประเมินความพึงพอใจ หรือประเมินปัญหาของลูกค้า โดยนำตัวเองเข้าไปสวมความรู้สึกของลูกค้า (Mystery shopping) เพื่อริเริ่มเปลี่ยนแปลงอะไรจาก กระบวนการทำงานที่มีอยู่แล้ว เพื่อสร้างความประทับใจไม่รู้ลืม เช่น ประเมินสถานที่ การตกแต่ง บรรยากาศ การบริการ การต้อนรับของพนักงาน ทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน การตัดระบบ การรอคิว การติดต่อทางโทรศัพท์ ทั้งนี้องค์ประกอบแห่งบุคลิกภาพ การปรากฏกาย การสื่อสาร จากภาษากายและการใช้ภาษา การสร้างความประทับใจแรกพบ ซึ่งถูกประเมินภายใน 15 วินาทีเท่านั้น

นอกจากนี้ Day and Moorman (2010) ได้กล่าวว่าการตัดสินใจจากภายในสู่ภายนอก Inside-out decision มีความโดดเด่นเนื่องจากปัจจัยหลายประการ ตั้งแต่วัฒนธรรมองค์กรและแนวคิดของบุคคล ไปจนถึงการปฏิบัติในชีวิตประจำวันและแม้กระทั่งภาษาที่ใช้ในการอธิบายและพูดคุยเกี่ยวกับลูกค้า การมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงประสิทธิภาพให้ได้ประสิทธิผลในระยะสั้น เป็นการสร้างวงจรป้อนกลับ เชิงบวกสำหรับการมุ่งเน้นจากภายในสู่ภายนอก Inside-out หลายชั้นขององค์กรอยู่ระหว่างลูกค้าและ

ผู้บริหารระดับสูง การศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วผู้บริหารแต่ละคนใช้เวลาพูดคุยกับที่ปรึกษามากกว่าลูกค้า ทฤษฎีและการศึกษายุทธศาสตร์สมัยใหม่มุ่งเน้นไปที่มุมมองภายในองค์กรมากกว่ามุมมองปัจจัยภายนอก เช่น ทฤษฎีที่เน้นทรัพยากรและความสามารถชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการได้มา พัฒนาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่โดดเด่นและไม่สามารถเลียนแบบได้ มีแนวโน้มเป็นอย่างมากที่ผู้บริหารและองค์กรจะดำเนินการในลักษณะจากภายในสู่ภายนอก Inside-out way.

2.5.3 ส่วนประสมทางการตลาด

สุทธิศักดิ์ ชื่นจิตร (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่น” พบว่าผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่นให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมากปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุดและด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดขอนแก่นมีระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านความตั้งใจที่จะใช้งานมากที่สุด และด้านการใช้งานจริง และปัจจัยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า มีระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อให้คนรู้จักหันมาใช้รถยนต์ไฟฟ้ามากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แล้วพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลด้านกระบวนการ และ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี 4 ปัจจัย ได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้ การรับรู้ความเสี่ยง และการนำมาใช้งานจริง

ทิพย์สุดา จันทดวง (2566) ได้ทำการศึกษาวิจัย “การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกทันตกรรม กรณีศึกษาคลินิกทันตกรรมบ๊ิกแบร์ขอนแก่น อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น” พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 14 หัวข้อ การรับรู้ของผู้ใช้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 3 หัวข้อ และเห็นด้วย 11 หัวข้อ และผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของคลินิกทันตกรรมบ๊ิกแบร์ขอนแก่น จำนวน 3 หัวข้อ และไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของคลินิกทันตกรรมบ๊ิกแบร์ขอนแก่น จำนวน 11 หัวข้อ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านคุณภาพของการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จึงได้เสนอแนะทางการเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของคลินิกทันตกรรมบ๊ิกแบร์ขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ โครงการที่ 1 บริการรวดเร็วภายใน 1 ชั่วโมง โครงการที่ 2 ติดต่อสะดวกด้วย Line Official โครงการที่ 3 ส่งเสริมทักษะอาชีพ และโครงการที่ 4 เสริมสร้างการบริการด้วยใจอย่างมีคุณภาพ

นอกจากนี้ ปุณยภา สัมมา (2567) ได้ทำการศึกษาวิจัย “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้คุณค่าตราสินค้าต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซัก Hog Wash จังหวัดตราด” พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสะดวกซักมากที่สุดเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 15-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท เหตุผลในการเลือกใช้บริการคือไม่มีเวลาในการซักผ้าด้วยตนเอง โดยความถี่ในการใช้บริการคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการสวดกซัก 100-200 บาท ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการคือหลังเลิกงาน 18.00-24.00 น. แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจคือสื่ออินเทอร์เน็ต Social Media

2.5.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก

Guion, Diehl and McDonald (2001) กล่าวว่า การสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์นำไปใช้ได้หลายวัตถุประสงค์ เป็นการเหมาะสมหากนำไปสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด สามารถสื่อสารได้ข้อมูลความลับที่อยู่ภายในใจของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งไม่ใช่คนส่วนมากจะได้ข้อมูลเชิงลึกนี้ ลักษณะของการสัมภาษณ์เชิงลึก มีดังนี้

ใช้คำถามปลายเปิด ผู้สัมภาษณ์จะพูด อธิบายให้ละเอียดตามหัวข้อที่ถาม ไม่ใช่คำถามที่ให้ตอบแค่ ใช่ หรือ ไม่ใช่ เพียงเท่านั้น ลักษณะของคำถามเริ่มต้นด้วยคำว่า ทำไม หรือ อย่างไร เพื่อดึงข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ได้มากที่สุดด้วยการอธิบายออกมา

ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ผู้สัมภาษณ์ต้องทำการเตรียมบทสัมภาษณ์ที่มีค่าสำคัญ เนื้อหาที่มีลักษณะพิเศษ เฉพาะนำมาถาม โดยจะดำเนินการสัมภาษณ์ให้เป็นเหมือนการสนทนา แต่อยู่ในเนื้อหาสำคัญ เนื้อหาลักษณะพิเศษอย่างต่อเนื่อง

2.6 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดของการศึกษา เรื่อง Voice of Customer-Gad : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H_1) เพศที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 2 (H_2) อายุที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 3 (H_3) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สมมติฐานที่ 4 (H_4) ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง Voice of Customer-Gad : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2) เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ

- การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิในการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นการสุ่มแบบเจาะจงกับบุคลากรผู้ให้บริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นเวลาอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 20 คน

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ที่เคยใช้บริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 200 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่เป็นตัวแทนของประชากร การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น เมื่อประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มากจนการสำรวจทั้งหมดเป็นไปได้ เลือกใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการเป็นตัวแทนของประชากรและมีความแม่นยำจากสูตรของ W.G. Cochran (1997) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2558)

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
p แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาต้องการสุ่ม 0.15 (คาดการณ์ว่าร้อยละ 15 เคยใช้บริการจากกองบริหารงานกลาง)
z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ (เมื่อ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05)
d แทน ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร
$$n = \frac{0.15(1-0.15)1.96^2}{0.05^2} = 195.92$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้น้อยกว่า 196 คน โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจำนวน 200 คน เพื่อสะดวกในการประเมินและวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยมี 2 ส่วนคือแบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจ ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะใช้สัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับบุคลากรภายในสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่วนแบบสำรวจความพึงพอใจจะถูกแจกจ่ายไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งแบบออฟไลน์และแบบออนไลน์ โดยแบบสำรวจที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ถูกต้องแล้ว ได้ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย เพื่อเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ และเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาแล้ว ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 แบบสัมภาษณ์บุคลากรเชิงลึก สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีคำถาม 2 ข้อ โดยมีลักษณะคำถามเป็นให้ตอบเป็นข้อความสั้น ๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีลักษณะคำถามเป็นให้ตอบหรืออธิบายเป็นย่อหน้า

3.2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นจากการประยุกต์แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้ โดยเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร คำถามแบบมาตราส่วนบัญญัติ ลักษณะคำถามปลายปิด โดยมีหลายคำตอบ แต่ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจในการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

แบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า วัดข้อมูลทัศนคติ โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับการตัดสินใจแบบของลิเคิร์ต (Likert Scales) ในการประเมินค่าระดับความสำคัญ กำหนดระดับความสำคัญ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เป็นระดับเกณฑ์การให้คะแนน โดยแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม จากการพิจารณาแบ่งระดับของความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ หาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าของข้อมูลสูงสุด} - \text{ค่าของข้อมูลต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

การวิเคราะห์และแปลผล โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้เก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด จากหนังสือ เอกสารวิชาการ บทความ ทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกรอบแนวคิดจากแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลที่ได้ทำการประมวลผลจากการศึกษาตามขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์ออกแบบเพื่อสร้างเครื่องมือ โดยการสร้างแบบสอบถามจากกรอบแนวคิด

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามและแบบสำรวจตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ถูกต้องแล้ว ทดลองใช้กับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย เพื่อเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาแล้ว ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

3.4.1 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการทดสอบความเชื่อมั่นในความเข้าใจความหมายของแบบสอบถาม ซึ่งจะนำเครื่องมือนี้ทดลองกับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อจะทำให้เครื่องมือสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ จากแนวคิดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีเกณฑ์วัดคุณภาพของแบบสอบถาม Sekaran and Bougie (2020) ดังนี้ ถ้าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค น้อยกว่า 0.60 นำไปใช้ไม่ได้ (Poor) 0.70 ยอมรับได้ (Acceptable) และมากกว่า 0.80 คุณภาพดี (Good) แบบสอบถามนี้ เมื่อนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้เท่ากับ 0.922 (ภาคผนวก ฉ) ซึ่งผ่านเกณฑ์คุณภาพดีสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยได้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	28

3.4.2 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบด้านเนื้อหา (Data triangulation) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (สุภางค์ จันทวนิช, 2549) คือ สอบถามข้อมูลจากลูกค้าของกองบริหารงานกลางและสอบถามจากบุคลากรภายในกองบริหารงานกลาง พบว่าข้อมูลที่ได้มีความสอดคล้องกัน ตลอดจนทำการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.4.3 แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้แก่ นายธัญญา ภักดี (ผู้อำนวยการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น) ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงความครอบคลุมและความเหมาะสมของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index, CVI) ในการวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งได้ค่าเป็น 1.00

3.5 ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เพื่อค้นคว้า และจำแนกทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับฟังเสียงของลูกค้า (VoC) การบริการ (Service) และความพึงพอใจของลูกค้า และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ผลตลอดจนเสนอแนะแนวทางการให้บริการที่มีการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการจนเกิดความพึงพอใจเกินจากระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาพัฒนาการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 สร้างเครื่องมือวิจัย โดยการสร้างแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์จากนั้นนำไปทดลองใช้กับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย เพื่อเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาแล้ว ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการทดสอบความเชื่อมั่นในความเข้าใจความหมายของแบบสอบถาม ซึ่งจะนำเครื่องมือนี้ทดลองกับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อจะทำให้เครื่องมือสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ จากแนวคิดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยใช้โปรแกรม SPSS โดยการสามารถวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ได้มาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.70 จึงจะสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือแบบสอบถามในการศึกษาได้ (ยุทธ ไกยวรรณ และกุสุมา ผลาพรหม, 2553)

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยเรื่อง Voice of Customer-Gad : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 200 รายที่ใช้ทำการศึกษา จากนั้นนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากหนังสือ บทความ เอกสารวิชาการ ทบทวนวรรณกรรม

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 200 รายที่ใช้ทำการศึกษาวิจัย จากนั้นนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของข้อมูลก่อนทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นการสุ่มแบบเจาะจงกับบุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 20 คน ซึ่งมีประสบการณ์ในการติดต่อประสานงานใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น อย่างน้อย 3 ปี เพื่อรวบรวมข้อมูลในการใช้บริการ ทำให้ได้ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (ภาคผนวก ง)

ข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากหนังสือ บทความ เอกสารวิชาการ ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างเครื่องมือและครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์การศึกษา ตลอดจนนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้อ้างอิงและสรุปผลในการเขียนรายงานวิจัยต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมมาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ และทำการประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน และใช้สถิติในการศึกษา ดังนี้

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือสถิติที่ใช้ทำการสรุปลักษณะที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการหาความสัมพันธ์โดยการวิเคราะห์หาสาเหตุจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ค่าสถิติที่ใช้ ตัวทดสอบทางสถิติ T-test F-test และทดสอบความแปรปรวนรายคู่ทางสถิติด้วยวิธี LSD

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง Voice of Customer-Gad : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการที่ได้รับด้านส่วนประสมการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ (Promotion) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ศึกษาวิจัยข้อมูลประชากรศาสตร์ทั่วไปของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
2. ศึกษาวิจัยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
3. ศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
4. สรุปผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับบริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	68	34.00
หญิง	132	66.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และเพศชาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	30	15.00
31-40 ปี	68	34.00
41-50 ปี	65	32.50
51-60 ปี	36	18.00
61 ปีขึ้นไป	1	0.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 อายุ 41-50 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 อายุ 51-60 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 อายุ 20-30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตามจำนวนและร้อยละ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	2	1.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	5	2.50
ปวส. หรืออนุปริญญา	6	3.00
ปริญญาตรี	131	65.50
ปริญญาโท	49	24.50
ปริญญาเอก	7	3.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 ปริญญาโท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ปวส.หรืออนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ด้านประเภทยุทธศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงตาม
จำนวนและร้อยละ

ประเภทยุทธศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	4	2.00
พนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณแผ่นดิน	104	52.00
พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้มหาวิทยาลัย	32	16.00
พนักงานมหาวิทยาลัยยังไม่ระบุแหล่งเงิน	2	1.00
พนักงานราชการ	2	1.00
พนักงานหน่วยงานในกำกับ	8	4.00
ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย	42	21.00
ลูกจ้างประจำ	6	3.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณแผ่นดิน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 พนักงานหน่วยงานในกำกับ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ลูกจ้างประจำ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ข้าราชการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 พนักงานมหาวิทยาลัยยังไม่ระบุแหล่งเงิน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และพนักงานราชการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี จังหวัดขอนแก่น

โดยแสดงผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ให้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. คุณภาพของการให้บริการตรงกับความต้องการ	52 (26.00)	115 (57.5)	28 (14.00)	3 (1.50)	2 (1.00)	4.06	0.741	มาก
2. ระบบบริการต่าง ๆ มีความหลากหลาย ช่วยให้ทำงานได้สะดวก รวดเร็ว	61 (30.5)	107 (53.5)	26 (13.0)	2 (1.0)	4 (2.0)	4.10	0.806	มาก
3. ระบบบริการต่าง ๆ ทำให้พึงพอใจ	64 (32.0)	103 (51.5)	27 (13.5)	4 (2.0)	2 (1.0)	4.12	0.784	มาก
4. มีการพัฒนาระบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ทันต่อสภาพปัจจุบันและมีคุณภาพ	57 (28.5)	107 (53.5)	29 (14.5)	4 (2.0)	3 (1.5)	4.05	0.803	มาก
รวม						4.08	0.723	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.723

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ ระบบบริการต่าง ๆ ทำให้พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.784 รองลงมาคือ ระบบบริการต่าง ๆ มีความหลากหลาย ช่วยให้ทำงานได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.806 และคุณภาพของการให้บริการตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ มีการพัฒนาระบบใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ทันต่อสภาพปัจจุบัน และมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.803 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านบุคคลที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. บุคลากรให้บริการด้วยคุณภาพและเป็นมิตร แต่งกายสะอาด สุภาพ	82 (41.0)	85 (42.5)	26 (13.0)	3 (1.5)	4 (2.0)	4.19	0.865	มาก
2. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการแนะนำ	72 (36.0)	89 (44.5)	31 (15.5)	5 (2.5)	3 (1.5)	4.11	0.861	มาก
3. ได้รับบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	76 (36.0)	84 (42.0)	36 (18.0)	5 (2.5)	3 (1.5)	4.08	0.878	มาก
4. ได้รับความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ	76 (38.0)	80 (40.0)	36 (18.0)	3 (1.5)	5 (2.5)	4.10	0.917	มาก
รวม						4.12	0.804	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านบุคคล โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.804

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ บุคลากรให้บริการด้วยคุณภาพและเป็นมิตร แต่งกายสะอาด สุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.865 บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการแนะนำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861 และได้รับความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.917 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ ได้รับบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.878 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านกระบวนการที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงาน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ขั้นตอนการใช้งานสะดวก รวดเร็ว	60 (30.0)	103 (51.5)	28 (14.0)	5 (2.5)	4 (2.0)	4.05	0.849	มาก
2. ผลลัพธ์ของงานที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์	60 (30.0)	103 (51.5)	30 (15.0)	5 (2.5)	2 (1.0)	4.07	0.799	มาก
3. การจัดการแก้ไขปัญหาเมื่อพบข้อผิดพลาด	47 (23.5)	99 (49.5)	42 (21.0)	7 (3.5)	5 (2.5)	3.88	0.894	มาก
4. ให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่ทำให้เสียเวลา	60 (30.0)	94 (47.0)	34 (17.0)	8 (4.0)	4 (2.0)	3.99	0.902	มาก
รวม						3.99	0.794	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านกระบวนการ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.794

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ ผลลัพธ์ของงานที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.799 ขั้นตอนการใช้งานสะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.849 ให้บริการอย่างต่อเนื่องไม่ทำให้เสียเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.902 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ การจัดการแก้ไขปัญหาเมื่อพบข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.894 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ความสะอาดและแผนผัง การติดต่องานสะดวก สวยงาม	73 (36.5)	90 (45.0)	34 (17.0)	2 (1.0)	1 (0.5)	4.16	0.773	มาก
2. การให้บริการเป็นไป ตามลำดับก่อน-หลัง	76 (38.0)	88 (44.0)	32 (16.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	4.18	0.786	มาก
3. บรรยากาศในรถยนต์ เหมาะสมสำหรับการเดินทาง สะอาด สงบ ปลอดภัย	76 (38.0)	87 (43.5)	32 (16.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	4.16	0.801	มาก
4. บรรยากาศในสำนักงาน การติดต่องานเหมาะสม รวดเร็ว ถูกต้อง	68 (34.0)	91 (45.5)	34 (17.0)	5 (2.5)	2 (1.0)	4.09	0.834	มาก
รวม						4.14	0.718	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางกายภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.718

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.786 ความสะอาดและแผนผังการติดต่องานสะดวกสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.773 บรรยากาศในรถยนต์เหมาะสมสำหรับการเดินทาง สะอาด สงบ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.801 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ บรรยากาศในสำนักงาน การติดต่องานเหมาะสม รวดเร็ว ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.834 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านสถานที่ที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สถานที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทาง	82 (41.0)	93 (46.5)	22 (11.0)	3 (1.5)	- (-)	4.27	0.714	มากที่สุด
2. สถานที่ติดต่อมีพื้นที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย	73 (36.5)	89 (44.5)	30 (15.0)	6 (3.0)	2 (1.0)	4.13	0.844	มาก
3. สถานที่ตั้งของหน่วยงานสามารถค้นหาได้ง่าย	75 (37.5)	100 (50.0)	21 (10.5)	4 (2.0)	- (-)	4.23	0.714	มากที่สุด
4. สถานที่ตั้งของหน่วยงานเหมาะสม สว่าง เข้าใจง่าย	72 (36.0)	94 (47.0)	27 (13.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	4.15	0.800	มาก
รวม						4.19	0.667	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานที่ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านสถานที่ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.667

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 3 ข้อแรกคือ สถานที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทางระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.714 สถานที่ตั้งของหน่วยงานสามารถค้นหาได้ง่าย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.714 สถานที่ตั้งของหน่วยงานเหมาะสม สว่าง เข้าใจง่าย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.800 ทั้งนี้ ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือ สถานที่ติดต่อมีพื้นที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.844 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการของกอง
บริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ด้านการประชาสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศ	ระดับความสำคัญ ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	การ แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศต่าง ๆ รับรู้ได้อย่างกว้างขวาง	54 (27.0)	103 (51.5)	35 (17.5)	7 (3.5)	1 (0.5)	4.01	0.796	มาก
2. ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจและใช้ระบบสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง	54 (27.0)	115 (57.5)	26 (13.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	4.09	0.721	มาก
3. ความน่าสนใจของระบบสารสนเทศที่สร้างขึ้นมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	55 (27.5)	110 (55.0)	29 (14.5)	5 (2.5)	1 (0.5)	4.06	0.751	มาก
4. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของมหาวิทยาลัยบนสื่อออนไลน์สร้างแรงจูงใจและน่าสนใจ	51 (25.5)	109 (54.5)	33 (16.5)	5 (2.5)	2 (1.0)	4.01	0.783	มาก
รวม						4.04	0.693	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.693

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงที่สุด 2 ข้อแรกคือ ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจและใช้ระบบสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.721 ความน่าสนใจของระบบสารสนเทศที่สร้างขึ้นมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.751 ทั้งนี้ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดเท่ากันคือ ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศต่าง ๆ รับรู้ได้อย่างกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.796 และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของมหาวิทยาลัยบนสื่อออนไลน์สร้างแรงจูงใจและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.783 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.723	มาก
ด้านบุคคล	4.12	0.804	มาก
ด้านกระบวนการ	3.99	0.794	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.14	0.718	มาก
ด้านสถานที่	4.19	0.667	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ	4.04	0.693	มาก
รวม	4.09	0.650	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.650

เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.667 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.718 ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.804 ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.723 ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.693 ทั้งนี้ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดคือด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.794 ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมแต่ละด้านพบว่าด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่ผู้บริการพึงพอใจมากที่สุด ส่วนด้านกระบวนการเป็นสิ่งที่กองบริหารงานกลางควรพิจารณาปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้ดีขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้บริการ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ One way ANOVA สำหรับการวิจัยความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยแบ่งตามเพศชายและเพศหญิง และใช้เกณฑ์มาตรฐานที่ค่า p-value ไม่เกิน 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ได้ผลดังนี้

3.1 สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศที่ต่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์สมมติฐาน One way ANOVA ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ความแตกต่างทางเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

H_0 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามเพศ (ชายและหญิง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามเพศ (ชายและหญิง) แตกต่างกัน

เขตปฏิเสธ H_0 : จะปฏิเสธ H_0 ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 13 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	จำนวน (N)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	t-ค่า	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	68	3.99	.778	-1.244	.915
	หญิง	132	4.12	.692	-1.198	
ด้านบุคคล	ชาย	68	4.06	.839	-.724	.658
	หญิง	132	4.14	.788	-.710	
ด้านกระบวนการ	ชาย	68	3.97	.864	-.296	.335
	หญิง	132	4.00	.760	-.284	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	68	4.15	.684	.097	.476
	หญิง	132	4.14	.738	.100	
ด้านสถานที่	ชาย	68	4.23	.605	.687	.109
	หญิง	132	4.17	.698	.719	
ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ	ชาย	68	4.06	.692	.292	.883
	หญิง	132	4.03	.695	.293	

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์สถิติแสดงให้เห็นความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติในด้านต่าง ๆ ตามเพศ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่า t เท่ากับ -1.198 เมื่อเทียบกับกลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่า t เท่ากับ -1.244 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .915 ด้านบุคคลกลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่า t เท่ากับ -0.710 เมื่อเทียบกับกลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่า t เท่ากับ -0.724 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .658 ด้านกระบวนการกลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่า t เท่ากับ -0.284 เมื่อเทียบกับกลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ค่า t เท่ากับ -0.296 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .335 ด้านลักษณะทางกายภาพกลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่า t เท่ากับ 0.097 เมื่อเทียบกับกลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่า t เท่ากับ 0.100 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .476 ด้านสถานที่กลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ค่า t เท่ากับ 0.687 เมื่อเทียบกับกลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ค่า t เท่ากับ 0.719 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .109 และด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ กลุ่มชายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่า t เท่ากับ 0.292 เมื่อเทียบกับกลุ่มหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่า t เท่ากับ 0.293 โดยมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติ sig. เท่ากับ .883

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของเพศที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดกับสถานภาพด้านเพศ พบว่า ในส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่และด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศมีค่า Sig. เท่ากับ 0.915, 0.658, 0.335, 0.476, 0.109 และ 0.883 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2 สมมติฐานย่อยที่ 1.2 การวิเคราะห์อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของกลุ่มอายุต่าง ๆ กับส่วนประสมทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant difference)

ความแตกต่างของช่วงอายุ (20-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และ 61 ปีขึ้นไป) กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

H_0 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามช่วงอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามช่วงอายุแตกต่างกัน

เขตปฏิเสธ H_0 : จะปฏิเสธ H_0 ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 14 ความแตกต่างของปัจจัยช่วงอายุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.284	1.071	2.089	.084
	ภายในกลุ่มรวม	195	99.959	.513		
	รวม	199	104.242			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	4	5.132	1.283	2.022	.093
	ภายในกลุ่มรวม	195	123.738	.635		
	รวม	199	128.870			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.769	.942	1.506	.202
	ภายในกลุ่มรวม	195	121.980	.626		
	รวม	199	125.749			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.887	.972	1.916	.109
	ภายในกลุ่มรวม	195	98.887	.507		
	รวม	199	102.774			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	2.424	.606	1.370	.246
	ภายในกลุ่มรวม	195	86.256	.442		
	รวม	199	88.680			
ด้านการประชาสัมพันธ์ ระบบสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.849	.712	1.497	.205
	ภายในกลุ่มรวม	195	92.790	.476		
	รวม	199	95.639			

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.084, 0.093, 0.202, 0.109, 0.246 และ 0.205 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3 สมมติฐานย่อยที่ 1.3 การวิเคราะห์ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของกลุ่มอายุต่าง ๆ กับส่วนประสมทางการตลาดด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant difference)

ความแตกต่างของระดับการศึกษา (ปริญญาเอก ปริญญาโท ปริญญาตรี ปวส. ปวช. มัธยมศึกษา ประถมศึกษา) กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

H_0 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

H_1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามระดับการศึกษาแตกต่างกัน

เขตปฏิเสธ H_0 : จะปฏิเสธ H_0 ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 15 ความแตกต่างของปัจจัยระดับการศึกษา กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5	2.486	.497	.948	.451
	ภายในกลุ่มรวม	194	101.756	.525		
	รวม	199	104.242			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	5	4.003	.801	1.244	.290
	ภายในกลุ่มรวม	194	124.867	.644		
	รวม	199	128.870			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.975	.595	.940	.456
	ภายในกลุ่มรวม	194	122.774	.633		
	รวม	199	125.749			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.653	.731	1.430	.215
	ภายในกลุ่มรวม	194	99.121	.511		
	รวม	199	102.774			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	5	3.975	.795	1.821	.110
	ภายในกลุ่มรวม	194	84.704	.437		
	รวม	199	88.680			
ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.558	.712	1.499	.192
	ภายในกลุ่มรวม	194	92.081	.475		
	รวม	199	95.639			

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.451, 0.290, 0.456, 0.215, 0.110 และ 0.192 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 ทุกด้าน นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4 สมมติฐานย่อยที่ 1.4 การวิเคราะห์ประเภทบุคลากรที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของประเภทบุคลากรต่าง ๆ กับส่วนประสมทางการตลาด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least significant difference)

ความแตกต่างของประเภทบุคลากร (ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณ แผ่นดิน พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้มหาวิทยาลัยขอนแก่น พนักงานมหาวิทยาลัยยังไม่ระบุแหล่งเงิน พนักงานราชการ พนักงานหน่วยงานในกำกับ ลูกจ้างมหาวิทยาลัย ลูกจ้างประจำ) กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

H_0 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามประเภทบุคลากรไม่แตกต่างกัน

H_1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามประเภทบุคลากรแตกต่างกัน

เขตปฏิเสธ H_0 : จะปฏิเสธ H_0 ถ้า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 16 ความแตกต่างของปัจจัยประเภทบุคลากรกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	7	6.578	.940	1.847	.080
	ภายในกลุ่มรวม	192	97.664	.509		
	รวม	199	104.242			
ด้านบุคคล	ระหว่างกลุ่ม	7	10.189	1.456	2.355	.025*
	ภายในกลุ่มรวม	192	118.681	.618		
	รวม	199	128.870			
ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	7	9.065	1.295	2.131	.042*
	ภายในกลุ่มรวม	192	116.684	.608		
	รวม	199	125.749			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	7	7.048	1.007	2.020	.055
	ภายในกลุ่มรวม	192	95.726	.499		
	รวม	199	102.774			
ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	7	3.271	.467	1.050	.397
	ภายในกลุ่มรวม	192	85.409	.445		
	รวม	199	88.680			
ด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	7	3.335	.476	.991	.439
	ภายในกลุ่มรวม	192	92.304	.481		
	รวม	199	95.639			

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ในส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.080, 0.025, 0.042, 0.055, 0.397 และ 0.439 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีประเภทพนักงานต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ในด้านบุคคลและด้านกระบวนการมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ด้านบุคคลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 และด้านกระบวนการมีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีประเภทพนักงานต่าง ๆ แตกต่างกันส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล ด้านกระบวนการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สรุปผลการวิจัยความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีความสำคัญในการเข้าใจลักษณะและความต้องการของผู้ใช้บริการตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน การวิจัยนี้จะช่วยให้กองบริหารงานกลางสามารถปรับปรุงและพัฒนาบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคคลและด้านกระบวนการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและเสริมสร้างประสบการณ์ความประทับใจที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 17 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและประเภทพนักงานกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ปัจจัยส่วนบุคคล	ส่วนประสมทางการตลาดด้าน					
	ผลิตภัณฑ์	บุคคล	กระบวนการ	ลักษณะทางกายภาพ	สถานที่	การประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ
เพศ	-	-	-	-	-	-
ช่วงอายุ	-	-	-	-	-	-
ระดับการศึกษา	-	-	-	-	-	-
ประเภทบุคลากร	-	✓	✓	-	-	-

หมายเหตุ : ✓ = ความแตกต่างที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 แสดงถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาและประเภทบุคลากรกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าเพศ ช่วงอายุและระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กล่าวคือเพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลางมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองบริหารงานกลางที่ไม่แตกต่างกัน

ในขณะที่ประเภทบุคลากรมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญมีอิทธิพลสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลและปัจจัยด้านกระบวนการ การวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับกลยุทธ์การให้บริการ

ให้เหมาะสมกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น แสดงให้เห็นดังนี้

เพศไม่มีผลกระทบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพศของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน

อายุไม่มีผลกระทบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพศของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน

ระดับการศึกษาไม่มีผลกระทบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเพศของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการด้านเหล่านี้ได้อย่างชัดเจน

ประเภทบุคลากรมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญกับด้านบุคคลและด้านกระบวนการ การวิเคราะห์นี้บ่งบอกว่าประเภทบุคลากรต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นอาจส่งผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจปัจจัยต่าง ๆ ในการให้บริการของกองบริหารงานกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคลเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาและประเภทบุคลากร ล้วนมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญกับหลายด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มีความแตกต่างตามปัจจัยเหล่านี้

การวิจัยแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกลุ่มต่าง ๆ โดยอิงจากปัจจัยส่วนบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารและเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้หาแนวทางปรับปรุงคุณภาพกระบวนการให้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และนำเสนอโครงการ ดังนี้

โครงการที่ 1 พัฒนางานด้วย Live Chat การนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการทำงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

1. ที่มาของโครงการ

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพัฒนากระบวนการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการให้บริการได้

2. วัตถุประสงค์

1) เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ให้คำแนะนำแก้ปัญหา และตอบข้อซักถามเกี่ยวกับการให้บริการด้านต่าง ๆ ของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

2) เพื่อให้ผู้แจ้งปัญหาสามารถดำเนินการแจ้งปัญหาการใช้บริการ ติดตามความคืบหน้า และผลการแก้ไขปัญหาได้ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องมีพนักงานคอยตอบคำถามตลอดเวลา ไม่เว้นวันหยุดราชการ ไม่เว้นนอกเวลาราชการ ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและสะดวกสบายยิ่งขึ้น

3) เพื่อให้กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดีมีฐานข้อมูลสถิติ ปัญหาข้อขัดข้องในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นอย่างเป็นระบบ ในขณะเดียวกัน Chatbot สามารถตอบคำถามที่พบบ่อยและงานที่ซ้ำซากได้ ทำให้บุคลากรมีเวลาไปทำงานที่ซับซ้อนมากขึ้น

4) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ

3. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

1 ปีงบประมาณ ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึง 30 กันยายน ของปี โดยจัดนำร่อง 1 ปีเพื่อดูผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

4. ผู้รับผิดชอบโครงการ

กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

5. งบประมาณ จำนวน 45,000 บาท จากงบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569 กิจกรรมอุดหนุนกิจกรรมกองบริหารงานกลางประกอบด้วย

1) งบประมาณจัดซื้อจัดจ้างระบบ Live Chat จำนวน 30,000 บาท

2) งบประมาณในการดำเนินการโครงการ 15,000 บาท ประกอบด้วยค่าเครื่องดื่มและอาหารว่าง คนละ 50 บาท จำนวน 50 คน รวม 2,500 บาท ค่าวัสดุอุปกรณ์ 1,000 บาท ค่าอาหาร 12,000 บาท

6. วิธีดำเนินการ

- 1) ชี้แจงรายละเอียดแก่พนักงานสังกัดกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
- 2) จัดซื้อ จัดจ้าง จ้างเหมา ระบบ Live Chat
- 3) จัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้ - ความสำคัญของวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ - การอธิบายเพื่อกำหนดแนวทางและวิธีการที่เหมาะสม - การประชุมทีมเชิงสร้างสรรค์

7. แผนการควบคุมและประเมินผล

มีการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนปัญหาและนำเสนอ ผ่านการทำกิจกรรมในกลุ่มย่อย พร้อมทั้งทำแบบประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและความพึงพอใจในการฝึกอบรม

8. ตัวชี้วัด

- 1) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการมีระดับความพึงพอใจค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.99 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านกระบวนการในปี พ.ศ.2568
- 2) พนักงานกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานในกระบวนการหนึ่งได้มากกว่าร้อยละ 50

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีประสบการณ์ที่ดี และมีความพึงพอใจในการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
- 2) สามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ลดเวลาในการปฏิบัติงานของบุคลากรกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
- 3) สร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

โครงการที่ 2 สร้างความเข้าใจกระบวนการทำงานที่ชัดเจนนำไปสู่ความสำเร็จ

1. ที่มาของโครงการ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถพัฒนากระบวนการให้บริการด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการให้บริการได้

2. วัตถุประสงค์

1) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นมีความเข้าใจในด้านการกระบวนการทำงานที่ชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์ตรงกันในทีม

2) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นได้มีความรู้สึกร่วมกันทุกคน โดยร่วมกันหาวิธีแก้ไขปัญหาที่พบจากการวิจัยการรับฟังเสียงผู้ให้บริการกองบริหารงานกลาง

3) เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานในกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จร่วมกัน

3. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

อบรมจำนวน 2 วัน เดือนมีนาคม พ.ศ.2569 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่ว่างขัดขัดในการปิดงบประมาณประจำปี พ.ศ.2568 จึงทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถสร้างความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ผู้รับผิดชอบโครงการ กองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

5. งบประมาณ 18,000 บาท จากงบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569 กิจกรรมอุดหนุนกิจกรรมกองบริหารงานกลาง ประกอบด้วย

1) ค่าอาหาร 12,000 บาท

2) ค่าอาหารและอาหารว่าง 6,000 บาท

6. วิธีดำเนินการ

1) บุคลากรกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกคน ร่วมกันประชุมวางแผนหัวข้อในการจัดโครงการ โดยให้มีเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารความเข้าใจในกระบวนการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นที่ชัดเจน ทุกคนมองเห็นภาพเป้าหมายเดียวกัน ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นร่วมกันในกิจกรรมที่จัดขึ้น ให้ความสำคัญกับทุกความเห็นของบุคลากรทุกคน ทุกความเห็นมีคุณค่าต่อการพัฒนากระบวนการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2) จัดให้มีการประชุม ณ ห้องประชุมสิริคุณากร 3 ชั้น 2 อาคารสิริคุณากร ช้าง กิจกรรม แจกกำหนดการประชุมให้ผู้อำนวยการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

3) ดำเนินการจัดกระบวนการกิจกรรมโดยมุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานในกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ได้ร่วมแสดงความเห็นคิดต่าง ๆ ร่วมกัน

4) ดำเนินการตามแผนกิจกรรม โดยให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเข้าร่วมกิจกรรม

7. แผนการควบคุมและประเมินผล

มีการประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง และติดตามประเมินผล ปัญหาที่เคยเกิดขึ้น โดยผู้อำนวยการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

8. ตัวชี้วัด

มีการวัดผลการประเมินทุก 3 เดือน จำนวน 4 ครั้ง โดยคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้าน ผู้ถูกประเมินต้องไม่ต่ำกว่ามาตรฐานร้อยละ 70 จากการประเมิน

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1) ผู้ปฏิบัติงานในกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นมีความเข้าใจในด้านการกระบวนการทำงานที่ชัดเจนมากขึ้น เป้าหมายความสำเร็จเดียวกัน

2) มีกระบวนการทำงานในการให้บริการสะดวกและมีความชัดเจน

3) ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นเมื่อมีภาพรวมที่ชัดเจนร่วมกัน

ตารางที่ 18 แนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในด้านการกระบวนการให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

โครงการ	ระยะเวลาดำเนินโครงการ	งบประมาณ
โครงการที่ 1 พัฒนางานด้วย Live Chat การนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนากระบวนการทำงานให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น	1 ปีงบประมาณ 1 ตุลาคม 2568 ถึง 30 กันยายน 2569	45,000 บาท
โครงการที่ 2 พัฒนากระบวนการทำงานด้วยการสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนนำไปสู่ความสำเร็จ	อบรมจำนวน 2 วัน เดือนมีนาคม พ.ศ.2569	18,000 บาท
รวมทั้งสิ้น ---(หกหมื่นสามพันบาทถ้วน)---		63,000 บาท

จากการดำเนินการโครงการทั้ง 2 โครงการ พบว่า ใช้งบประมาณรวมทั้งสิ้น 63,000 บาท (หกหมื่นสามพันบาทถ้วน) และภายหลังจากการดำเนินโครงการคาดว่าจะสามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง Voice of Customer-Gad : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการที่ได้รับด้านส่วนประสมการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยด้านสถานที่ (Place) และปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ (Promotion) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 200 คน ในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience sampling) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นเครื่องมือในการศึกษา ทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่า Cronbach's Alpha ซึ่งผลที่ได้อยู่ที่ 0.922 แสดงถึงความเชื่อถือได้สูงของเครื่องมือ สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (IBM SPSS Statistics version28) มาวิเคราะห์ (Mean of sample size) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-Way- ANOVA) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ทำการสรุป อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรประเภทพนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณแผ่นดิน

1.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปรปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามค่าเฉลี่ยรายข้อแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากที่สุดคือสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากระดับความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด พบว่า ผู้ที่ตอบ

แบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านสถานที่ คือ สถานที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ในด้านลักษณะทางกายภาพความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อนหลัง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ในด้านบุคคลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมาก คือ บุคลากรให้บริการด้วยคุณภาพและเป็นมิตร แต่งกายสะอาด สุภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ในด้านผลิตภัณฑ์ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจในระดับมาก คือ ระบบบริการต่าง ๆ ทำให้พึงพอใจ

ในด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจและใช้ระบบสารสนเทศได้อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านกระบวนการ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยหัวข้อที่ผู้ตอบพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ผลลัพธ์ของงานที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

1.3 สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

จากการวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม สรุปผลการวิจัย ดังนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐานหลักและปฏิเสธสมมติฐานรอง หมายความว่า ผู้ใช้บริการเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลางที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน สมมติฐานข้อที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลางที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการกองบริหารงานกลางไม่แตกต่างกัน และสมมติฐานข้อที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลางที่มีประเภทพนักงานต่าง ๆ แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการด้านบุคคลและด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเพศ ช่วงอายุและระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในขณะที่ประเภทบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านกระบวนการและบุคคล

2. การอภิปรายผล

การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นการรับฟังเสียงผู้ให้บริการเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการของกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงการพิจารณาความแตกต่างตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและประเภทของบุคลากร ด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด ในขณะเดียวกันด้านกระบวนการเป็นด้านที่ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในส่วนประสมทางการตลาดที่ได้นำมาวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ตามเพศ ช่วงอายุและระดับการศึกษา การวิเคราะห์โดยใช้ One way ANOVA พบว่าความพึงพอใจไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ประเภทบุคลากรพบว่าการวิเคราะห์มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านการบริการและบุคคล

3. ข้อเสนอแนะ

ส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่และลักษณะทางกายภาพของที่ตั้งกองบริหารงานกลางได้รับความพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะข้อสถานที่ติดต่อด้านทางสะดวกมีพื้นที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบายถือเป็นจุดแข็งของกองบริหารงานกลางที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ควรยึดถือปฏิบัติและพัฒนาต่อไป ส่วนทางด้านกระบวนการได้รับความพึงพอใจจากผู้ใช้น้อยที่สุดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ข้อเสนอแนะควรเน้นการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและเป็นธรรม โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก ควรมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวก ลดขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ รวมถึงสร้างช่องทางรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลเปรียบเทียบแต่ละปีมีการพัฒนาในแต่ละด้านดีขึ้นมาน้อยเพียงใด ใช้ดัชนีชี้วัดจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ ฤทธิโสสม. (2555). CRM หรือ CEM ให้ระวังเรื่องการสื่อสารกับลูกค้า. วารสารวิทยาลัย
บัณฑิตศึกษาการจัดการ มข. 5 (1), 1-6.
- ณัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษ์กุล. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี.
- วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทิพย์สุดา จันทดวง. (2566). การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการคลินิกทันตกรรม กรณีศึกษา
คลินิกทันตกรรมบิกแบร์ขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธธีรธร ธีรขวัญโรจน์ และสุพจน์ กฤษฎาธาร. (2563). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นิตยา ชุ่มอภัย อัคริมา สุ่มมาตย์. (2561). การรับฟังเสียงของลูกค้า (VoC) สู่การสร้างนวัตกรรมบริการ
(Chat bot) From Voice of Customer to Creating Innovative Service (Chat bot).
PULINET Journal. 5(1), 265-273.
- บุญญาภา นาคสินธุ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้
บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญญา สัมมา. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้คุณค่าตราสินค้าต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการร้านสะดวกซัก Hog Wash จังหวัดตราด. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิมพ์ชนก สิริพงศ์ทักษิณ กนกวรรณ บัวงาม. (2562) แนวทางการจัดการข้อร้องเรียน หอสมุดแห่ง
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Guideline for voice of customer (VOC) at Thammasat
University Library. PULINET Journal.6(1), 72-82.
- ยุทธ ไกยวรรณ, กุสุมา ผลาพรหม. (2553). พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริม
กรุงเทพฯ.
- ศศิธร ป้อมเชียงพิน. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้
บริการร้านอาหารของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุกร เสรีรัตน์, อดิศักดิ์ ปทะวานิช และปริญญ์ ลักษณะานนท์. (2560). การบริหาร
การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและโซเท็กซ์.

สุทธิศักดิ์ ชื่นจิตร. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสุทธิศักดิ์ ซี้อรยนต์ไฟฟ้า ของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดขอนแก่น. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Aguwa, C. & Olya, M. H., & Monplaisir, L. (2017). Modeling of fuzzy-based voice of customer for business decision analytics. **Knowlage-Based systems**, 125 (2017), 136-145.

Aripin, Z., Paramarta, V., Saepudin, D., & Yuliaty, F. (2023). The impact of bank service quality on satisfaction that impacts word of mouth promotion. **Jurnal Syntax Admiration**, 4(8), 1127-1141.

Clemes, (2014). An empirical analysis of online shopping adoption in Beijing, China. **journal of Retailing and Consumer Services**, 21(3), 364-375.

Cochran, W.G. (1977). **Wiley: Sampling Techniques**. 3rded. New York: John Wiley & Sons.

Day, G., & Moorman, C. (2010). **Strategy from the outside in**. New York: McGraw-Hill.

Griffin, A. and Hauser, J.R. (1993), “The Voice of the Customer”. **Marketing Science**, 12 (1), 1-27.

Guion, L. A., Diehl, D. C., & McDonald, D. (2001). **Couducting an in-depth interview**. McCary Hall, FL: University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, EDIS.

Hoffman, K. D., & Baeson, J.E. (2016). **Services marketing: concepts, strategies, & cases: Cengage learning**. Retrieved from

Khoo, K. L. (2020). A study of service quality, corporate image, customer satisfaction, revisit intention and word-of-mouth: Evidence from the KTV industry. **PSU Research Review**, 6 (2), 105-119.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. London: Pearson Education.

_____. (2016). **Marketing management (15th ed.)**. Boston: Pearson Education.

Macnamara, Jim. Toward a Theory and Practice of Organizational Listening. **International Journal of Listening**. 32, 2018, 1-33.

Matzler, K. and Hinterhuber, H.H. (1998), “How to make product development projects more successful by integrating Kano’s model of customer satisfaction into quality function deployment”, **Technovation**, 18 (1), 25-38.

Nguyen, N. X., K. Tran, & T. A. Nguyen. (2021). Impact of service quality on in-patients’

satisfaction, perceived value, and customer loyalty: A mixed-methods study from a developing country. **Patient Preference and Adherence**, 15, 2523-2538.

Sekaran, U. & Bougie, R. (2020). **Research Methods for Business**. 8th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Tao, F. 2014. Customer Relationship management based on Increasing Customer Satisfaction International. **Business and Social Science**, 5 (5), 256-263.

Zeqiri, J., Dania, T.R., Adriana, L. T. D., Gagica, K., & Gleason, K. (2023). The impact of e-service quality on word of mouth: A higher education context. **The International Journal of Management Education**, 21 (3), 100850.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการใช้บริการจากกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น พร้อมสาเหตุของการเกิด ความไม่พึงพอใจในการใช้บริการที่เกิดจากขั้นตอนกระบวนการ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ ตลอดจน อาคารสถานที่จากผู้ใช้บริการ

- [illegible]

- [illegible]

ภาคผนวก ข
ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการสัมภาษณ์

คนที่ 1

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : งานเลขานุการผู้บริหาร เนื่องจากได้ประสานงานตามหน้าที่ของหน่วยงาน มีการตามงาน เช่น แพ้มเสนอผู้บริหาร มีการเลือกปฏิบัติ และมีความประพฤติที่รู้สึกไม่สบายใจเวลาติดต่องาน และงานบางอย่างติดตามงานล่าช้า

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : เกิดบุคคลในการเลือกปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่

คนที่ 2

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : - งานเลขานุการผู้บริหาร บางฝ่ายโทรศัพท์ไม่ค่อยติด เวลาต้องการลงนัดผู้บริหารค่อนข้างยาก ดำเนินการขั้นตอนต่อไปในกระบวนการไม่ได้หากยังไม่ได้กำหนดการนัดหมายจากผู้บริหาร งานชะงัก ติดต่อยาก น่าจะแชร์ calendar ให้

- กองบริหารงานกลางในเรื่องของไม่รู้ว่าเป็นเรื่องของแผนกไหน ต้องติดต่อใคร โทรประสานงานยาก อย่างเช่นเรื่องครุภัณฑ์ที่มีการให้ยืมเครื่องคอมพิวเตอร์ในช่วงแรก โทรหากองบริหารงานกลาง กองบริหารงานกลางแจ้งให้โทรถามเลขาฝ่าย เลขาฝ่ายแจ้งให้ติดตามเรื่องจากกองบริหารงานกลาง ทำให้ไม่ทราบว่าจะต้องติดต่อใคร เสียเวลาในการทำงาน

- รถชัตเติลบัส แอปพลิเคชัน ใช้ได้บ้าง ใช้ไม่ได้บ้าง ป้ายจุดจอดบางป้ายไม่สามารถจอดได้ เส้นทางเดินรถไม่สะดวก ต้องต่อหลายต่อ แต่ละต่อเสียเวลารอรถ เช่น จากอาคารสิริคุณากรไปโรงพยาบาล ศรีนครินทร์ หลายต่อ ระยะเวลาอรอนาน

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : สาเหตุทั้งหมดเกิดจากระบบการจัดการ น่าจะมี One Stop Service ของงานเลขานุการผู้บริหาร เพราะเค้าไม่อยู่สถานที่ปฏิบัติงานเนื่องจากติดตามผู้บริหาร และรถชัตเติลบัสก่อนกำหนดเส้นทางเดินรถควรมีการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการก่อนทำการกำหนดเส้นทางเดินรถ

คนที่ 3

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : การนัดหมายผู้บริหาร

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่ตรงเวลา นัดแล้วเลื่อนนัด สาเหตุ จากผู้บริหารติดภารกิจด่วนกะทันหัน

คนที่ 4

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ไม่มี

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

คนที่ 5

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : งานเลขานุการผู้บริหาร กระทั่งกับงานให้คำแนะนำที่ไม่เป็นประโยชน์ สื่อสารไม่คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ใช้อารมณ์ส่วนตัวในการให้บริการ ไม่เต็มใจบริการ

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ตัวผู้ให้บริการ

คนที่ 6

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : เลขานุการผู้บริหาร ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ เช่น เรื่องครุภัณฑ์ ใครเป็นคนควบคุมกำกับ ใครครอบครอง อยู่ที่ใคร

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ขาดการกำกับควบคุมผู้ใช้งาน การลงบัญชีและการติดตามการใช้งาน ทำงานไม่เป็นไปตามกระบวนการ

คนที่ 7

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ระบบบริหารจัดการเอกสาร DMS มั่นซ้ำ กระบวนการเสนอแฟ้มผู้บริหาร

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ผู้บริหารเซ็นเอกสารช้า

คนที่ 8

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ขอชม รวดเร็ว ระบบจองห้องประชุมดี ชื่นชม

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

คนที่ 9

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : Happy ดี ไม่มีปัญหา

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

คนที่ 10

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : พึงพอใจ ดีแล้ว ติดต่อสะดวก ง่าย บุคลากรยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

คนที่ 11

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ในภาพรวมทุกงานหลัง ๆ มาปีนี้ ปีนี้ ดีมาก การบริการรถ ระบบจองรถมีการโทรกลับมาคอนเฟิร์ม ถือว่าดีมาก ห้องประชุมระบบดี สามารถเห็นได้ว่าห้องประชุมว่างตอนไหน การให้บริการของพนักงานดียินดีให้บริการ เนื่องจากรู้จักกันเวลาขอใช้บริการ โทรหาได้เลยแน่นอนเวลาราชการ รถชุดเดิ้ลบัสไม่ผ่านที่ทำงาน ทำให้ไม่ได้ใช้บริการแต่ก่อนใช้บ้าง แต่สถานที่ทำงานย้ายปัจจุบัน รถชุดเดิ้ลบัสไม่ผ่าน อยากให้เส้นทางจากโรงเรียนสาธิตทั้งสองแห่งผ่านอาคารสิริคุณากร งานเลขานุการผู้บริหารหลัง ๆ สื่อสารผ่านกูเกิ้ลเช็ต ข้อมูลไม่หาย มีหลักฐาน เอกสารไม่หล่นหาย เจ้าหน้าที่ยินดีให้บริการ พนักงานขับรถส่วนใหญ่ดี ในขณะเดียวกันมีบางคนค่อนข้างขับรถเร่งรีบ ทำให้มีความรู้สึกไม่ปลอดภัย

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ปรับเส้นทางเดินรถชุดเดิ้ลบัส

คนที่ 12

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ระบบบริหารจัดการเอกสาร DMS มีปัญหา เรื่อง เวลาส่งเรื่องไปแล้วตอบกลับมาไม่มีแจ้งเตือนค่า เช่น เรื่องนักศึกษาขอผ่อนผัน ต้องได้ผลเพื่อดำเนินการต่อ เด็กรอเป็นเดือน ไม่ทัน เนื่องจากผลมาแล้ว ค่าไม่รู้ ส่งมาในระบบ แทะกลับมา ซึ่งไม่มีการแจ้ง ผ่านเป็นเดือน เด็กมาตามถึงรู้ว่าตอบกลับไปนานแล้ว แต่เป็นบางคณะ บางคณะก็รู้ว่าต้องโทรแจ้ง ในตัวระบบ DMS ไม่แจ้งการตอบกลับ ต้องโทรแจ้งกันเองนอกรอบ บางคนที่บอก บางคนที่ไม่บอกถือว่าทะกลับในระบบแล้ว หน่วยงานเจ้าของเรื่องก็รู้ว่าเรื่องถูกทะกลับมาแล้ว ผลเสียตกอยู่ที่เด็กผ่อนผันไม่ทัน และติดต่องานไม่สะดวกเมื่อเจ้าหน้าที่ลา

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ปัญหาส่วนมากน่าจะเป็นที่ระบบ น่าจะมีระบบแจ้งเตือนการตอบกลับของเอกสารใน DMS และน่าจะกำหนดตัวบุคคลที่ทำงานแทนคนที่ลา ตอนนี้อยู่ต้องรอค่ากลับมา

คนที่ 13

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ไม่ประทับใจในการใช้รถ การเดินทางไปต่างจังหวัด เรียกร้องค่าเบี้ยเลี้ยงพิเศษ ขอเงินพิเศษ เวลาไปบริการไม่เต็มที่ เช่น อยากไปเดินซื้อของ ขอใช้บริการ ไม่มี ต้องไปเอง หากเช่ารถเอกชนเค้ายินดีไปทุกที่มีแสบตบยตลอด กิน-นอน ต้องสำรองค่าที่พักให้ ค่าใช้จ่ายสูงกว่าจ้างเหมารถเอกชน (1,800 บาทรวมทุกอย่าง) ค่าโรงแรม ค่าอาหารว่าง อาหาร ซา กาแฟ ระหว่างทางบนรถ ขอพิเศษโอทีเสมือนเป็นผู้เข้าอบรม ที่ไม่พึงพอใจที่สุดคือมีการดื่มแอลกอฮอล์ ตอนเช้าไม่พร้อมทำงาน ขับรถไม่สุภาพ ไม่ตามกฎหมายจราจร แพนกอื่นโอเค ห้องประชุมให้บริการดี เลขาให้ความช่วยเหลือประทับใจ ชัตเติ้ลบัสไม่ได้ใช้เนื่องจากอ้อมโลก ไม่ตรงเวลา

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : พxr. ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น รถควรมาร่วมคนขับรถ (ภายนอก)

คนที่ 14

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : การบริการดีมาก ๆ ให้คำแนะนำ เสนอแนะต่าง ๆ ในการบริการห้องประชุมดีมาก ๆ และการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี การบริหารยานพาหนะ พนักงานขับรถควรมีการประเมินความพึงพอใจเป็นงาน ๆ ไป หลังจากการรับบริการในงานนั้น ๆ เสร็จสิ้น โดยควรมีในแบบขอใช้รถที่ประเมินการทำงานของพนักงานขับรถ โดยรวมการบริการดี

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่ใช้บริการชัตเติ้ลบัสเพราะล่าช้า และไปนอกมหาวิทยาลัยมากเกินไป ควรบริการในมหาวิทยาลัยให้ดีกว่าบริการนอกมหาวิทยาลัย

คนที่ 15

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : รถตู้พอใจบ้างบางส่วน (กระบวนการโอเค) พนักงานขับรถบางคน เช่น งานล่าสุดเดินทางไปต่างจังหวัด ไปได้หลายเส้นทาง เราต้องการไปเส้นทางนี้ พھر.ไปอีกเส้นทางนี้ กระทบแผนกิจกรรมระหว่างเส้นทาง เช่น ชื่อของระหว่างทาง ความระมัดระวัง นุ่มนวลในการขับรถ เร็วเกินไปที่ประทับใจก็มี บางคนก็ติดต่อก่อนเวลา บริการดีมากกว่า มีเซอร์วิสมาย แนะนำเส้นทางสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สารบรรณส่วนดีบางอย่างลงมาจากฝ่ายทำให้งานเร็วขึ้น ข้อเสีย บางครั้งเอกสารเยอะ กรณีหาไม่เจอ ผิดพลาด ตามเอกสาร เช่น กองบริหารงานกลางส่งไปกองคลังเอง พอเอกสารหายเรื่องไม่เดิน ตรวจสอบในระบบแล้ว แทนที่จะตามงานให้เบ็ดเสร็จ แต่หน่วยงานต้องไปตามที่กองคลังเอง เกิดความรู้สึกไม่ดี จะแคลงทะเบียนรับหรือ ระบบออกเลขหนังสือภายนอกปัจจุบันเปลี่ยนให้หน่วยงานเป็นคนออกเลขส่งเอง ไม่เข้าใจว่าทำไมให้หน่วยงานออกเอง ทำไมส่วนกลางไม่ออกเอง รู้สึกว่าเป็นภาระหน่วยงาน บางครั้งเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานไม่ชำนาญไม่ได้ทำบ่อย ๆ รูปแบบฟอร์มผิดผิดเพี้ยน ไม่มีใครตรวจสอบ ส่งออกเลย และเรื่องให้ User สามารถออกเลขได้หลายคน เห็นเฉพาะของตอนเวลาจะตามเรื่องจะสามารถตามเรื่องได้มัย User จะรู้ได้ยังไงเหมือนเป็นการผลักภาระให้หน่วยงานออกหนังสือภายนอก ควรจะเป็นกองบริหารงานกลางที่เป็นคนทำ อะไร ๆ ผลักมาให้หน่วยงาน แล้วกองบริหารงานกลางมีภาระงานอะไร เมื่อผลักมาให้หน่วยงานทำเองแล้ว งานเลขานุการผู้บริหารบริการดี ซัพพอร์ทดี มีเซอร์วิสมาย ระบบจองห้องประชุมโอเค เวลามีปัญหาสามารถตามได้ ภาพรวมดี งานด่วนสามารถโทรตรงได้เลย

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : บุคลากรทำไม่ทำ ภาระงานเยอะหรือไม่ เคยประเมินหรือไม่ว่าควรไปต่อหรือพอแค่นี้ กลับไปทำแบบเดิม เมื่อให้ภาระกิจออกเลขหน่วยงานไปแล้ว กองบริหารงานกลางทำอะไร

คนที่ 16

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ไม่มี

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

คนที่ 17

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ระบบบริหารจัดการเอกสาร DMS โอเค ติดตามง่าย เลขานุการผู้บริหารสื่อสารไม่ค่อยพูด เรื่องอาจจะล่าช้า หรือสับสน อาจจะเป็นการปรับตัวกับเจ้านายใหม่ รถตู้รถชุดเตี๊ลบัสไม่ค่อยให้บริการ ห้องประชุมบริการดี

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่รู้สาเหตุ คาดเดาว่าอาจจะเปลี่ยนเจ้านายใหม่ เจ้านายเก่าอาจจะยังไ้กันได้ เจ้านายใหม่อาจจะต้อง perfect

คนที่ 18

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : ห้องประชุม อุปกรณ์เครื่องมือไม่สมบูรณ์ เช่น กล้องไม่มีทุกห้อง เวลาประชุมออนไลน์ ต้องไปยืมห้องอื่น อุปกรณ์ไม่พร้อมทุกห้อง มีเป็นบางห้อง สัญญาณอินเทอร์เน็ตในห้องประชุมไม่ดีเท่าข้างนอก (มีแค่ 2 ซิต) งานเลขานุการผู้บริหาร โอเคช่วยเหลือดี บางครั้งส่งไฟล์ให้เคาปรินซ์ได้เลย ไม่ต้องเดินทางไปหา ติดต่อแค่ฝ่ายเดียว ฝ่ายอื่นไม่ได้ติดต่อ กาแฟ การเบิกกาแฟไม่สะดวก หน่วยงานไม่สามารถเบิกเองได้ ต้องให้อีกหน่วยงานหนึ่งเป็นผู้เบิก จากเงื่อนไขกองบริหารงานกลางให้แต่ละชั้นให้เบิกกาแฟได้แค่หน่วยงานเดียว บางครั้งกาแฟเราหมดต้องรอหน่วยงานนี้ไปเบิกไม่สะดวก ในเมื่อระบบเบิกเป็นชื่อเรา หน่วยงานเรา ทำไมเราไม่สามารถไปเบิกกาแฟได้ ต้องรอหน่วยงานนั้น หน่วยงานเดียว งานยานพาหนะไม่มี แต่มีครั้งนึงขอรถไปสนามบิน ถึงเวลาโทรเท่าไรก็ไม่รับ ได้นั่งแท็กซี่ไปสนามบิน

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : สาเหตุอาจจะเพราะห้องประชุมไม่มีงบประมาณ อยากให้ทุ้มงบประมาณในด้านอุปกรณ์หลัก และอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ให้ทันสมัย เช่น กล้อง อุปกรณ์เพิ่มช่องเสียบสาย USB พนักงานขับรถควรมีความรอบคอบ มีการตรวจสอบการมอบหมายงานให้ดี การเบิกกาแฟยุ่งยาก เยอะสิ่ง หรือกลัวเอากาแฟกลับบ้าน ไม่มีใครเอากาแฟกลับบ้าน

คนที่ 19

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : การเสนอแฟ้มผู้บริหารอนุมัติ แบบฟอร์มของหน่วยงานมีอยู่แล้ว กองบริหารงานกลางมาบังคับให้แก้ไข เช่น แบบฟอร์มงานวิจัยที่หน่วยงานเจ้าของเรื่องเป็นผู้ออกแบบ และใช้กันทั้งมหาวิทยาลัย ศูนย์ผลิตเอกสารปัจจุบันไม่มีการแจ้งหน่วยงานผู้ว่าจัดสรรงบประมาณหน่วยงานละเท่าไร ทำให้หน่วยงานไม่สามารถบริหารจัดการงบประมาณในการทำเอกสารได้ ตอนนี้เงียบ ไม่แจ้งใด ๆ เลย ต้องตามเรื่องเอง รถตู้มีครั้งหนึ่งมีปัญหาเรื่องการเบิกจ่ายเนื่องจากบัตรเดบิตน้ำมันมีปัญหาว่าไม่ให้บัตรเดบิตน้ำมันของรถที่ให้บริการ การทำลายเอกสารปัจจุบันไม่มีการอัปเดตคณะกรรมการ ไม่มีการนัดประชุมชี้แจง รูปแบบ เท่าที่ทราบตอนนี้หน่วยงานทำลายเองเลย เนื่องจากไม่มีการเคลื่อนไหวใด ๆ และเอกสารที่ต้องทำลายมีจำนวนมาก ตอนนี้ไม่มีคำชี้แจง ไม่มีนัดประชุม ไม่มีอะไรเลย เงียบ

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : คนลงรับควรมีการศึกษาถึงระเบียบ แบบฟอร์มที่เค้าทำและใช้ทั้งมหาวิทยาลัย หรือปรึกษาเจ้าของแบบฟอร์มหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เรื่องรถพนักงานขับรถ หัวหน้างาน ควรแจ้งถึงเหตุผลและใช้บัตรเดบิตน้ำมันรถให้ตรงกับรถที่ให้บริการ ควรชี้แจงอย่างน้อยจะได้รู้เพื่อปรึกษากองคลัง เรื่องทำลายเอกสารบุคลากรไม่มีการสื่อสาร ไม่มีการชี้แจงรายละเอียดเหมือนที่เคยทำ ปกติจะนัดประชุม 3 เดือนต่อครั้ง หายไปเลย เงียบ ไม่มีทำอะไรทั้งสิ้น ไม่มีคณะกรรมการ หรือมีการยกเลิกคณะกรรมการชุดที่แล้วหรือไม่ ควรปรับปรุงคณะกรรมการ มีการชี้แจง

คนที่ 20

Q1 : การให้บริการใดบ้างที่ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ และส่งผลให้เกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการปฏิบัติงานของท่านอย่างไร

A1 : พอใจ รู้จักกัน ทำงานด้วยกันมานาน คนอื่นอาจจะคุยไม่ดี แต่ส่วนตัวรู้สึกสะดวก บางทีไม่ได้เจอกัน จะแซทคุยกันเรื่องงานได้เลยผ่านทางโซเชียลมีเดีย

Q2 : สาเหตุของปัญหาการให้บริการดังกล่าวข้างต้นเกิดจากอะไรบ้าง

A2 : ไม่พบ

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง Voice of Customer-GAD : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้สำรวจข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ในการนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ผล จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการกรอกข้อมูลแบบสอบถามตามที่เป็นจริงและสอดคล้องกับประสบการณ์ความคิดเห็นของท่าน ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่มีนำไปเผยแพร่ แต่จะนำไปเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยพัฒนาการให้บริการของกองบริหารงานกลางเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง () ไม่ระบุ

2. อายุ

() 20-30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี
() 51-60 ปี () 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า () มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.
() ปวส. หรืออนุปริญญา ()ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก

4. ประเภทบุคลากร

() ข้าราชการ () พนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณแผ่นดิน
() พนักงานมหาวิทยาลัยเงินรายได้ () พนักงานมหาวิทยาลัยยังไม่ระบุแหล่งเงิน
() ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย () ลูกจ้างประจำ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการได้รับบริการจากกองบริหารงานกลาง

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความสำคัญตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

ระดับความคิดเห็น 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

ระดับความคิดเห็น 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
2.1.1 คุณภาพของการให้บริการตรงกับความคาดหวังของท่าน					
2.1.2 ระบบบริการต่าง ๆ มีความหลากหลาย และช่วยให้ท่านทำงานได้สะดวก รวดเร็ว					
2.1.3 ระบบบริการต่าง ๆ ทำให้ท่านพึงพอใจ					
2.1.4 มีการพัฒนาระบบใหม่ตลอดเวลาทันต่อสภาพปัจจุบันและมีคุณภาพ					
2.2 ปัจจัยด้านบุคคล (People)					
2.2.1 บุคลากรให้บริการด้วยคุณภาพและเป็นมิตร แต่งกายสะอาด สุภาพ					
2.2.2 บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการแนะนำ					
2.2.3 ท่านได้รับบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ					
2.2.4 พนักงานให้ความสำคัญและใส่ใจในความต้องการของท่าน					
2.3 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)					
2.3.1 ขั้นตอนการใช้งานสะดวก รวดเร็ว					
2.3.2 ผลลัพธ์ของงานที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์					
2.3.3 การจัดการแก้ไขปัญหาเมื่อพบข้อผิดพลาด					
2.3.4 บริการมีความต่อเนื่องและไม่ทำให้ท่านเสียเวลา					
2.4 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)					
2.4.1 ความสะอาดและแผนผังการติดต่องานสะดวก สวยงาม					
2.4.2 การให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง					
2.4.3 บรรยากาศในรถยนต์เหมาะสมสำหรับการเดินทาง สะอาด สงบ ปลอดภัย					
2.4.4 บรรยากาศในสำนักงานการติดต่องานเหมาะสม รวดเร็ว ถูกต้อง					

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2.5 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)					
2.5.1 สถานที่ติดต่อสะดวกต่อการเดินทาง					
2.5.2 สถานที่ติดต่อมีพื้นที่จอดรถเพียงพอและสะดวกสบาย					
2.5.3 สถานที่ตั้งของหน่วยงานสามารถค้นหาได้ง่าย					
2.5.4 สถานที่ตั้งของหน่วยงานเหมาะสม สว่าง เข้าใจง่าย					
2.6 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศ (Promotion)					
2.6.1 ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ระบบสารสนเทศต่าง ๆ รับรู้ได้อย่างกว้างขวาง					
2.6.2 ท่านสามารถใช้ระบบสารสนเทศต่าง ๆ รับรู้ได้อย่างกว้างขวาง					
2.6.3 ความน่าสนใจของระบบสารสนเทศที่สร้างขึ้นมาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ					
2.6.4 การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของมหาวิทยาลัยบนสื่อออนไลน์ดึงดูดและสร้างแรงจูงใจ					

ภาคผนวก ง

ผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

ผลวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.922

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	28	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	28	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	28

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question01	200	1	5	4.06	.741
question02	200	1	5	4.10	.806
question03	200	1	5	4.12	.784
question04	200	1	5	4.05	.803
total_que_01	200	1.00	5.00	4.0813	.72376
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question05	200	1	5	4.19	.865
question06	200	1	5	4.11	.861
question07	200	1	5	4.08	.878
question08	200	1	5	4.10	.917
total_que_02	200	1.00	5.00	4.1200	.80473
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question09	200	1	5	4.05	.849
question10	200	1	5	4.07	.799
question11	200	1	5	3.88	.894
question12	200	1	5	3.99	.902
total_que_03	200	1.00	5.00	3.9975	.79492
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question13	200	1	5	4.16	.773
question14	200	1	5	4.18	.786
question15	200	1	5	4.16	.801
question16	200	1	5	4.09	.834
total_que_04	200	1.50	5.00	4.1475	.71865
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question17	200	2	5	4.27	.714
question18	200	1	5	4.13	.844
question19	200	2	5	4.23	.714
question20	200	1	5	4.15	.800
total_que_05	200	2.00	5.00	4.1938	.66755
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
question21	200	1	5	4.01	.796
question22	200	1	5	4.09	.721
question23	200	1	5	4.06	.751
question24	200	1	5	4.01	.783
total_que_06	200	1.25	5.00	4.0425	.69325
Valid N (listwise)	200				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
total_que_01	200	1.00	5.00	4.0813	.72376
total_que_02	200	1.00	5.00	4.1200	.80473
total_que_03	200	1.00	5.00	3.9975	.79492
total_que_04	200	1.50	5.00	4.1475	.71865
total_que_05	200	2.00	5.00	4.1938	.66755
total_que_06	200	1.25	5.00	4.0425	.69325
total_total	200	1.83	5.00	4.0971	.65004
Valid N (listwise)	200				

ประวัติผู้เขียน

นางสาววิริยา แซ่ลี

เกิดวันที่ 28 สิงหาคม 2521

สถานที่ โรงพยาบาลศรีนครินทร์ จังหวัดขอนแก่น

ภูมิลำเนา จังหวัดขอนแก่น

ตำแหน่ง นักจัดการงานทั่วไป

ประเภท พนักงานมหาวิทยาลัยเงินงบประมาณแผ่นดิน

สังกัด สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

โทรศัพท์ (043) 009700 เบอร์ภายใน 42124

อีเมล sviriy@kku.ac.th

- การศึกษา
1. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) คณะการบัญชีและการจัดการ
วิชาเอกคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
สำเร็จการศึกษา พ.ศ.2544
 2. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สำหรับผู้บริหาร (Executive MBA Program)
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
สำเร็จการศึกษา พ.ศ.2566

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญ/เชี่ยวชาญ : คอมพิวเตอร์ การวิเคราะห์ วิจัย การบริหารจัดการข้อมูล
ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย :

1. โครงการวิจัยสถาบันมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561
เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถขนส่งมวลชนมหาวิทยาลัยขอนแก่น KST (KKU Smart Transit) ปีที่พิมพ์ 2561, สถานที่วิจัย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, แหล่งทุน : กองบริหารงานวิจัย
สถานะโครงการ : เสร็จสมบูรณ์แล้ว
2. โครงการวิจัยสถาบันมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564
เรื่อง การบริหารจัดการการขอใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่พิมพ์ 2564,
สถานที่วิจัย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, แหล่งทุน : กองบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น
สถานะโครงการ : เสร็จสมบูรณ์แล้ว
3. การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนกรณีศึกษา ร้าน กขค 20 บาททุกอย่าง ตำบลศิลา
อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เผยแพร่ในงานประชุมวิชาการระดับชาติ MBA ประจำปี พ.ศ.2567
สถานะโครงการ : เสร็จสมบูรณ์แล้ว
4. โครงการวิจัยสถาบันมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2568
เรื่อง Voice of Customer-GAD : VoC การรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการกองบริหารงานกลาง สำนักงาน
อธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีที่พิมพ์ 2568, สถานที่วิจัย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
สถานะโครงการ : เสร็จสมบูรณ์แล้ว