

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา งานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี

รัตนาภรณ์ ชียงกะบุตร¹
Rattanaphorn Chiyangkabud¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณภาพการให้บริการ ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครู บุคลากร เจ้าหน้าที่ นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครองนักเรียน นักศึกษา ที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี จำนวน 239 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16-20 ปี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการงานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.80$) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก ($M = 3.80$) และคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 76.70 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณานำหน้าของตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) มากที่สุด ($\beta = 0.275, p < .001$) รองลงมาคือ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ($\beta = 0.246, p < .05$) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ($\beta = 0.188, p < .05$) ส่วนคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง (Responsive) และด้านความมั่นใจ (Assurance) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ; Master student, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University ; Email : rattanaporn9499@gmail.com

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) หรือ "กรมอาชีวศึกษา" (เดิม) เป็นหนึ่งในสี่หน่วยงานหลักของกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบกำกับดูแลงานการศึกษาในด้านการอาชีวศึกษา เป็นสำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ, 2564) มีสถานศึกษาในสังกัดทั้งสิ้น จำนวน 431 แห่งทั่วประเทศ (กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอาชีวศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา, 2564) มีการจำแนกสถานศึกษาในสังกัดออกเป็น 6 ภาค แต่ละภาคจำแนกเป็นอาชีวศึกษาจังหวัด ซึ่งในอาชีวศึกษาจังหวัดอุดรธานี มีสถานศึกษาทั้งหมด 9 สถานศึกษา ประกอบด้วยวิทยาลัยเทคนิคอุดรธานี วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาภิเษกอุดรธานี วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีอุดรธานี วิทยาลัยสารพัดช่างอุดรธานี วิทยาลัยการอาชีพกุมภวาปี วิทยาลัยการอาชีพบ้านผือ และวิทยาลัยการอาชีพหนองหาน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, กระทรวงศึกษาธิการ, 2564) จะเห็นได้ว่า วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ชื่อเดิม วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวอุดรธานี เป็นหนึ่งในเก้าวิทยาลัยในอาชีวศึกษาจังหวัดอุดรธานี มีโครงสร้างการบริหารงานประกอบไปด้วย 4 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารทรัพยากร ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายแผนงานและความร่วมมือ และฝ่ายพัฒนากิจการนักเรียน นักศึกษา แต่ละฝ่ายมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นงาน ซึ่งแต่ละงานปฏิบัติภารกิจหลักในด้านการจัดการเรียน การสอน และสนับสนุนการจัดการศึกษาให้พัฒนาตามนโยบายการจัดการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และกระทรวงศึกษาธิการ

งานการเงินบัญชี เป็นงานในฝ่ายบริหารทรัพยากร ซึ่งมีหน้าที่หลักในการบริหารจัดการการจ่ายเงินงบประมาณ และเงินนอกงบประมาณ เก็บรักษาเอกสารและหลักฐานต่าง ๆ ไว้เพื่อการตรวจสอบ และอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรในสถานศึกษาเกี่ยวกับการเบิก-จ่ายให้ถูกต้องตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง ประสานงานและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสถานศึกษา จัดทำปฏิทินการปฏิบัติงาน เสนอโครงการและรายงานการปฏิบัติงานตามลำดับขั้น ดูแลบำรุงรักษา และรับผิดชอบทรัพย์สินของสถานศึกษาที่ได้รับมอบหมาย รวมไปถึงปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย (วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี, 2565) ในการนี้รวมถึง การให้บริการรับชำระค่าลงทะเบียนเรียนจากนักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง ซึ่งที่ผ่านมาเป็นการให้บริการในที่ตั้งของวิทยาลัย ณ ห้องงานการเงินบัญชี ฝ่ายบริหารทรัพยากร เพียงจุดเดียว ไม่มีการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ หักบัญชีเงินฝาก ผ่านเคาเตอร์ธนาคาร หักบัตรเครดิต ผ่านตู้ ATM ผ่านตัวแทนชำระผ่านโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ต ทำให้มีปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาหลายด้าน เช่น ความไม่สะดวกในการเดินทางมาชำระค่าบริการ และปัญหาคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่งานการเงินบัญชีของวิทยาลัย ทำให้เกิดความล่าช้า นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครองต้องเสียเบี้ยปรับในกรณีชำระค่าลงทะเบียน

ไม่ทัน เนื่องจากทำให้บริการยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุมในทุกพื้นที่ ซึ่งการที่จะพัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้ตอบสนองความต้องการนั้น คุณภาพของการให้บริการจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดให้มีคุณภาพและการให้บริการที่ดี มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล สร้างความพึงพอใจให้ผู้มาใช้บริการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้เกิดความประทับใจ และต้องการส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาในวิทยาลัยต่อไป

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการงานการเงินบัญชีของวิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานให้บริการด้านการเงินบัญชีดังกล่าว จึงต้องการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อให้งานการเงินบัญชีวิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ดำเนินการด้านการให้บริการการเงินบัญชีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลสูงสุดกับผู้ใช้บริการ รวมไปถึงพัฒนาคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศ เป็นผู้นำและเป็นแบบอย่างการปฏิบัติงานด้านการให้บริการการเงินบัญชีที่มีคุณภาพ ในระดับอาชีวศึกษาจังหวัดอุดรธานี ระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และระดับชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

H₁ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H₂ คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H₃ คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง (Responsive) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H₄ คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ (Assurance) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H₅ คุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ (Empathy) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา งานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ตัวแปรต้น

ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนอง (Responsive) ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครู บุคลากร เจ้าหน้าที่ นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง

ขอบเขตด้านระยะเวลา วิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือนธันวาคม 2565

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman et al. (1985) ได้ให้ความหมายของคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) ไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง “คุณสมบัติ คุณลักษณะที่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถจับต้องได้ของการบริการที่ดี เป็นที่รับรู้และพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการที่ได้รับ ทั้งในความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าที่ได้ตรงตามมาตรฐานและการบริการที่ตรงกับคุณภาพการให้บริการที่องค์กรระบุไว้ และตรงหรือเหนือกว่าที่ผู้รับบริการตั้งไว้” และได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไว้ 10 ด้าน ต่อมาในปี 1988 Parasuraman et al. (1988) ได้ปรับลดเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการเหลือเพียง 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง การให้บริการที่เป็นรูปธรรม จับต้องได้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ เอกสาร ความเป็นระเบียบของสำนักงาน รวมถึงการให้บริการของพนักงาน

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการได้ถูกต้อง เหมาะสม สม่าเสมอ ตรงตามที่แจ้งไว้กับลูกค้า

3. การตอบสนอง (Responsive) หมายถึง ความกระตือรือร้นในการเข้าต้อนรับ และช่วยเหลือลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง การให้บริการด้วยความรู้ความสามารถที่มีผสมผสานกับทักษะและบุคลิกภาพที่ดีของผู้ให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในการใช้บริการ

5. การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ เป็นกันเอง ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

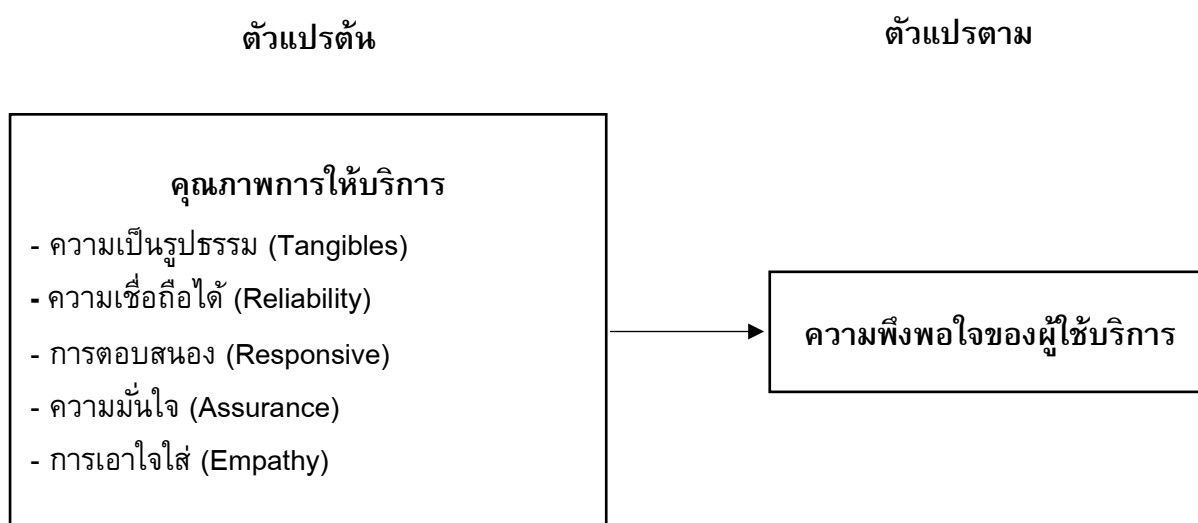
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจมาจากคำศัพท์ในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของคำว่า “พอ” หรือ “พอใจ” ไว้ว่าหมายถึง ความเหมาะสม ความสนใจ ความชอบใจ ซึ่งสอดคล้องกับ เควิร์ก (Quirk, 1987) ที่ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ และ ฮอร์น (Hornby, 2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจ คือ การประเมินสินค้าหรือบริการที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง หรือความต้องการของลูกค้า (Zeithaml & Bitner, 2003) การสร้างคุณภาพการให้บริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น (Cronin & Taylor, 2012)

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัยหลายท่าน ได้แก่ Cronin and Taylor (2012) ทำการศึกษาแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการและความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภค และความต้องการซื้อ Wang and Shieh (2006) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษาห้องสมุดมหาวิทยาลัยฉางตุง คริสเตียน ทำให้ทราบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในทุกด้าน ส่วน ศิริรักษ์ ภูหิรัญ และ กฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการมีเพียง 4 ด้าน คือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจ ด้านการตอบสนอง และด้านความน่าเชื่อถือ ส่วนด้านความเป็นรูปธรรมไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรการวิจัย คือ ครู บุคลากร เจ้าหน้าที่ นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครองนักเรียน นักศึกษา ที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี จำนวนทั้งสิ้น 592 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 239 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) คุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ประยุกต์จาก Wang et al. (2004) 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ประยุกต์จาก Puriwat and Tripopsakul (2017)

ผู้วิจัยได้ทดลองแจกแบบสอบถาม โดยการสังเกตการณ์ให้ลองทำ จำนวน 5 คน ไม่พบปัญหาในการทำแบบสอบถาม จึงได้ทำการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ในภาพรวมได้ค่าเท่ากับ .867 และทำการวิเคราะห์เป็นรายด้าน ได้ค่าดังนี้ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เท่ากับ .474 ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) เท่ากับ .706 ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) เท่ากับ .689 ด้านการตอบสนอง (Responsive) เท่ากับ .574 ด้านความมั่นใจ (Assurance) เท่ากับ .693 และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) เท่ากับ .875

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 79.90 อายุระหว่าง 16-20 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการ	Mean	S.D.	ระดับ
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	3.80	.63	มาก
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	3.78	.64	มาก
การตอบสนอง (Responsive)	3.80	.70	มาก

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	Mean	S.D.	ระดับ
ความมั่นใจ (Assurance)	3.80	.64	มาก
การเอาใจใส่ (Empathy)	3.80	.74	มาก
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	3.80	.67	มาก
รวม	3.80	.59	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการงานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (M = 3.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการตอบสนอง (Responsive) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) อยู่ในระดับมาก (M = 3.80) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก (M = 3.78) และผู้บริโภคมี่ความพึงพอใจในภาพรวมของคุณภาพการให้บริการในระดับมาก (M = 3.80)

ตาราง 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE(B)	Beta	t	Sig
(Constant)	.583	.185		3.147	.002
ความเป็นรูปธรรม (Tangibles)	.250	.063	.275	3.988	.000*
ความเชื่อถือได้ (Reliability)	.182	.070	.188	2.613	.010*
การตอบสนอง (Responsive)	.160	.087	.153	1.840	.067
ความมั่นใจ (Assurance)	-.006	.087	-.005	-.066	.947
การเอาใจใส่ (Empathy)	.260	.087	.246	3.009	.003*

$R^2 = 0.767$ Adjusted $R^2 = 0.579$ $F = 66.44$ Sig = 0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้อยละ 76.70 เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า ด้านการตอบสนอง (Responsive) และด้านความมั่นใจ (Assurance) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ส่วนด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ($\beta = 0.275$, $p < .001$) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ($\beta = 0.246$, $p < .05$) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)

($\beta = 0.188, p < .05$) อาจกล่าวได้ว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หากมีการปรับปรุงคุณภาพเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16-20 ปี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพ นักเรียน นักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการงานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการตอบสนอง (Responsive) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) อยู่ในระดับมาก ($M = 3.80$) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) อยู่ในระดับมาก ($M = 3.78$) และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมของคุณภาพการให้บริการในระดับมาก ($M = 3.80$) เช่นกัน

ผลการวิเคราะห์การถดถอยของอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ได้แก่ ความสะอาดของสถานที่ให้บริการ เอกสารประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และการแต่งกายของผู้ให้บริการ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากความเป็นรูปธรรมเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ สัมผัสได้ บ่งบอกถึงความรู้สึกได้ชัดเจน เช่น วิทยาลัยมีแม่บ้าน นักการทำความสะอาดสถานที่เป็นประจำ ทำให้สถานที่มีความสะอาดอยู่เสมอ และวิทยาลัยเป็นวิทยาลัยของรัฐบาล มีการแต่งกายตามวันที่ส่วนกลางกำหนดไว้ ทำให้รูปแบบการแต่งกายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น หากผู้ให้บริการมีการพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการมากขึ้น จะส่งผลให้มีความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการมากขึ้นตามไปด้วย

2. ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับลูกค้า เป็นรายบุคคล การให้ความใส่ใจกับลูกค้า การเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า การให้บริการแจ้งเวลาทำการให้ทราบชัดเจน สถานที่ตั้งในการให้บริการมีความสะดวก และให้ความใส่ใจเป็นส่วนตัวต่อผู้ใช้บริการ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน มีการศึกษาความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้มาใช้บริการ สามารถสนองตอบความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าเป็นระยะๆ ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้คุณภาพการให้บริการดีขึ้น และลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการมากขึ้นตามไปด้วย

3. ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย การให้บริการตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ การให้บริการด้วยความจริงใจ การให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ และการให้บริการ

ได้ถูกต้องในครั้งแรกเสมอ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ได้ถูกต้อง แม่นยำ ด้วยความจริงใจในการให้บริการ ส่งผลให้คุณภาพการให้บริการเป็นไปในทิศทางที่ดี และลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพของการบริการมากขึ้น

ส่วนคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง (Responsive) และด้านความมั่นใจ (Assurance) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เนื่องจาก ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบสนองและไม่สามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการ ดังต่อไปนี้แก่ผู้ใช้บริการได้ดีเท่าที่ควร คือ การแจ้งให้ทราบว่าจะทำธุรกรรมให้เวลาไหน การให้บริการได้อย่างรวดเร็ว การให้บริการด้วยความเต็มใจ การอำนวยความสะดวกได้ตลอดเวลา การสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ การสร้างความรู้สึกลดภัยในการทำธุรกรรมกับผู้ใช้บริการ การบริการด้วยความสุภาพ รวมไปถึงการที่ผู้ให้บริการมีความรู้เพียงพอในการตอบคำถามของผู้ใช้บริการ

ดังนั้น ผลการวิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการงานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.80$) ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก ($M = 3.80$) และคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ส่วนคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง (Responsive) และด้านความมั่นใจ (Assurance) ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการงานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ด้านความเป็นรูปธรรม (Tangibles) และด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนั้น ผู้ให้บริการควรมีการพัฒนาบริการ ส่งเสริม สนับสนุน รวมถึงการวางแผนรองรับงบประมาณในการพัฒนาการบริการ งานการเงินบัญชี วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้มารับบริการ และตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2564). รายงานประจำปี 2563. แผนกวิชาการพิมพ์ วิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี.
- กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2564). สถานศึกษาในสังกัด สอศ. ในจังหวัดอุดรธานี. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565, จาก <https://www.vec.go.th/Default.aspx?tabid=186>.
- กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานอาชีวศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา. (2564). สถานศึกษาอาชีวศึกษารัฐบาล. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2565, จาก <https://www.vec.go.th/th-th/หน่วยงานในสังกัด/สถานศึกษาในสังกัดสอศ/สถานศึกษาอาชีวศึกษารัฐบาล.aspx>.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี. (2565). หน้าี่งานการเงินบัญชี ตามคำสั่งวิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี ที่ 223/2565 เรื่อง มอบหมายหน้าที่การปฏิบัติราชการ ประจำปีการศึกษา 2565 [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. งานบุคลากร, วิทยาลัยการอาชีพอุดรธานี.
- ศิริรักษ์ ภูหิรัญ และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (2012). **Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension.** Journal of Marketing, 56,(3), 55-68.
- Hornby, A. F. (2000). **Advance learner's dictionary (6th ed.).** London, England: Oxford University.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.** Journal of Marketing, 49(Fall), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). **Servqual : A multiple-item scale for measuring consumer perc.** Journal of retailing, 64(Spring), 12-40.
- Puriwat, W. & Tripopsabul, S. (2017). **The Impact of E-service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking Usage : Case Study of Thailand.** Polish Journal of Management Studies. 15(2), 187-188.
- Quirk, R. (1987). **Longman dictionary of contemporary English (2nd ed.).** London, England: Richard Clay Ltd.

- Wang, I. M. & Shieh, C. J. (2006). **The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: the Example of CJCU library.** Journal of Information & Optimization Sciences. 2006(27) : 193-209.
- Wang, Y., Po Lo, H. & Yang, Y. (2004). **An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction : Evidence from China's Telecommunication Industry.** Information Systems Frontiers. 6(4), 333.
- Zeithaml, V. A. & Bitner M. J. (2003). **Customer perceptions of service.** Services Marketing : Integrating Customer Focus across the Firm.