

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
กรณีศึกษา งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

**The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction**

**A case study: Registration, Pak Phanang Vocational College Nakhon Si Thammarat  
Province**

รมิดา ทรัพย์อุปการ  
**Ramida Sapuppakan**

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ  
กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัด  
นครศรีธรรมราช โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 212 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการ  
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทำการทดสอบ  
สมมติฐานด้วยสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นนักศึกษา  
ช่วงเวลาที่สะดวกการใช้บริการเวลา 10.31 - 12.30 น. ประเภทของการบริการไปรายงานผลการ  
เรียน คุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี ( $M = 4.46$ ,  $SD = 0.48$ ) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่  
ในระดับพอใจมากที่สุด ( $M = 4.51$ ,  $SD = 0.56$ ) และผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  
เพียร์สัน พบว่า คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กันทางบวก  
อย่างมีนัยสำคัญ  $r = .80$ ,  $p < .01$  แสดงว่าคุณภาพการบริการสูงส่งผลให้ความพึงพอใจของ  
ผู้ให้บริการสูงด้วยเช่นกัน

**คำสำคัญ :** ความสัมพันธ์, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเป็นยุคของข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้ทุกองค์กรมีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคปัจจุบัน โดยองค์กรต่าง ๆ มุ่งเน้นด้านคุณภาพในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสำคัญ คุณภาพการบริการถือว่าเป็นตัวชี้วัดของการอยู่รอดของธุรกิจในความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐาน ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถในการสร้างความประทับใจ ความน่าเชื่อถือ และสร้างความรู้สึกในทางบวก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสูงสุด ซึ่งผลจากความพึงพอใจจากลูกค้าหรือผู้ให้บริการนั้นส่งผลให้ธุรกิจอยู่รอดสามารถสร้างความแตกต่างให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้

การให้บริการทางการศึกษาเป็นบริการอย่างหนึ่งที่ทุกสถาบันการศึกษาต้องใช้กลยุทธ์ในการบริหารงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ เช่น นักศึกษา ครู ผู้ปกครองและบุคคลอื่นที่มาติดต่อ การบริการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับงานทะเบียน ซึ่งงานทะเบียน คือแผนกหนึ่งที่เป็นสนับสนุนฝ่ายวิชาการ ในด้านการศึกษาทำหน้าที่ให้บริการแก่นักศึกษาตั้งแต่การรับนักศึกษาเข้าเรียนโดยมีกระบวนการเก็บประวัติส่วนตัว ประวัติการศึกษา สถานภาพการศึกษา ตลอดจนสำเร็จการศึกษา ให้ข้อมูลด้านการเรียนการสอนกับนักศึกษาและบุคลากร ผู้ปกครองและบุคคลอื่นที่มาขอใช้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการทุกคนย่อมมีความคาดหวังในการใช้บริการ การบริการจึงมีความจำเป็นต้องมีการวางแผน แก้ไข และปรับปรุงอยู่เสมอ (พิมล เมฆสวัสดิ์ 2550, หน้า 11) มีการพัฒนาระบบการดำเนินงานให้มีคุณภาพ ในด้านความพร้อม การเอาใจใส่ ให้ความสะดวก ให้การต้อนรับผู้ที่มาใช้บริการด้วยไมตรีจิตที่ดี มีความถูกต้องและรวดเร็วในการดำเนินงาน ซึ่งการบริการเหล่านี้หากตอบสนองกับผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดยังช่วยสร้างความประทับใจด้านบวกแล้วยังอยากบอกต่อไปในทางที่ดีถือได้ว่าเป็นคุณภาพการบริการ ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางการศึกษา

ผู้วิจัยจึงมีสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการนั้นให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## ขอบเขตการวิจัย

**ขอบเขตเนื้อหา** ผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

**ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษา ครู/บุคลากร ศิษย์เก่า ผู้ปกครอง/บุคคลอื่น ที่ใช้บริการงานทะเบียน ในวิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จำนวนทั้งสิ้น 450 คน โดยการสุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตร Yamane จำนวน 212 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

**ขอบเขตด้านระยะเวลา** วิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2564 ถึง เดือน มกราคม 2565

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นการประเมินของผู้รับบริการ โดยที่มีการเปรียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ที่ให้บริการพินล เมฆสวัสดิ์ (2550, หน้า 11) การบริการคุณภาพอย่างมีคุณภาพสถานที่บริการต้องมีความสะดวก และเวลาในการให้บริการอย่างเหมาะสม ในทางจิตวิทยา มีลักษณะการบริการโดยใช้แรงงานของมนุษย์เพื่อตอบสนองของความต้องการให้ตรงความคาดหวัง ทำให้เกิดความพึงพอใจสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการในด้านบวกสามารถเกิดการบอกต่อกันไปในทางที่ดี แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการอยากกลับไปใช้บริการซ้ำอีก ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ในด้านบวกของบริการที่ดีอีกด้วย สิ่งสำคัญที่สุดคือ สร้างความแตกต่างในการบริการกับคู่แข่งให้ได้ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องมีความรู้ และทักษะที่ถูกต้องแม่นยำในการให้บริการโดยให้ความเท่าเทียมกันไม่ว่าผู้เข้ารับบริการนั้นเป็นใครก็ตาม Zeithaml, Parasuraman, & Berry (2013) (อ้างถึงใน วรรษสิญา ศุภธนโชติพงศ์ 2562, หน้า 25) คุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือคุณภาพการบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพ 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะงานบริการเป็นลักษณะทางกายภาพ สามารถจับต้องสัมผัสได้สะดวก มีความสวยงาม และทันสมัยใน สถานที่อาคาร วัสดุสำนักงาน เครื่องใช้อุปกรณ์การบริการด้านเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศอักษรชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในการบริการ

## 2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการได้บริการกับ

ลูกค้าตรงตามสัญญาที่ได้ให้ไว้กับผู้รับบริการด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้อง ครบถ้วน ตั้งแต่ขั้นตอนแรกถึงขั้นตอนสุดท้ายของการให้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถไว้วางใจในความถูกต้องเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

## 3. ด้านการตอบสนองแก่ผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง การแสดงออกในการบริการอย่างเต็มที่ที่อำนวยความสะดวก พนักงานพร้อมในการบริการด้วยการตื่นตัวกระตือรือร้นต้อนรับด้วยความรวดเร็วให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดจนมีการให้บริการได้อย่างทั่วถึงกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

## 4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง การที่พนักงานให้บริการได้สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้านั้นต้องมีความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริการซึ่งสามารถสร้างความเชื่อถือในข้อมูลและบริการนั้นได้ โดยผู้ให้บริการนั้นต้องแสดงให้เห็นลูกค้าได้รู้สึกในความปลอดภัยและสามารถตอบสนองในความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพและมีมารยาทในการบริการที่ดีเป็นการแสดงออกในประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารนั้นทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่าได้รับบริการที่ดี

## 5. ด้านการรู้จักเอาใจใส่เข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความเข้าใจที่จะคอยดูแลเอาใจใส่โดยคำนึงถึงจิตใจต้องดูแลผู้รับบริการเสมือนญาติ ศึกษาผู้รับบริการด้านความต้องการในแต่ละรายว่ามีความเหมือนหรือความแตกต่างกันในเรื่องใด โดยใช้เป็นแนวทางสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในแต่ละราย

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งชี้วัดถึงระดับของการบริการที่มาจากผู้ให้บริการมีความรู้ ทักษะ ความสามารถดี เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยและมีคุณภาพซึ่งในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ย่อมทำให้ธุรกิจนั้นสามารถประสบความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขันโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นการประกอบธุรกิจในการให้บริการโดยมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันและตั้งอยู่บริเวณเดียวกัน ดังนั้นการเน้นคุณภาพในการบริการจะช่วยสร้างความแตกต่างให้องค์กรนั้นและยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวังไว้

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจแสดงถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกของจิตใจที่เกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการและได้แสดงออกเป็นพฤติกรรมเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือทำ

ให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวก ซึ่งเป็นความรู้สึกที่พอใจ ภูมิใจ ความรู้สึกดีที่ประทับใจต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561, หน้า 40) ความพึงพอใจทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกพอใจและประทับใจตรงตามความคาดหวังจากการได้รับบริการซึ่งการให้บริการที่ดีต้องมีความสัมพันธ์ของแต่ละฝ่ายไม่ว่าจะเป็นด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย ด้านพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถ การให้บริการได้ตรงเวลาสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญเป็นองค์ประกอบในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ สมิต สัชฌุกร (2546, หน้า 18-19) ซึ่งแนวทางการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ดังนั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการดังต่อไปนี้

1. ทำการตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสำรวจค่านิยมในความต้องการความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยใช้เครื่องมือในการสำรวจความต้องการมีทั้งข้อมูลภายในและภายนอก เพื่อได้ทราบข้อบกพร่อง และข้อได้เปรียบขององค์กร เหล่านี้นำมาใช้ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาของคุณภาพการบริการต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารมีความจำเป็นต้องนำข้อมูลที่ผู้ใช้บริการมีความต้องการและได้ความคาดหวังตลอดถึงข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบและ ต้นทุนของการดำเนินการขององค์กร ดูแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปนำมาเป็นนโยบายเพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้

2. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ การบริหารต้องมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทางด้านการตลาดและใช้ด้านการควบคุมคุณภาพเก็บข้อมูลช่วยอำนวยความสะดวกเร็วในการบริการนำมาใช้ ซึ่ง ผู้บริหารต้องใช้กลยุทธ์ที่มีอยู่ให้สอดคล้องในการดำเนินงานเป็นไปตามทิศทางและเป้าหมายขององค์กรการบริการ เช่น การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการบันทึกจัดเก็บ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติมาติดต่อสื่อสารกันในแผนกภายในขององค์กร

## **คำถามการวิจัย และสมมติฐานในการวิจัย**

### **คำถามการวิจัย**

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หรือไม่ อย่างไร  
สมมติฐานของการวิจัย

H<sub>1</sub> คุณภาพการบริการด้านจับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

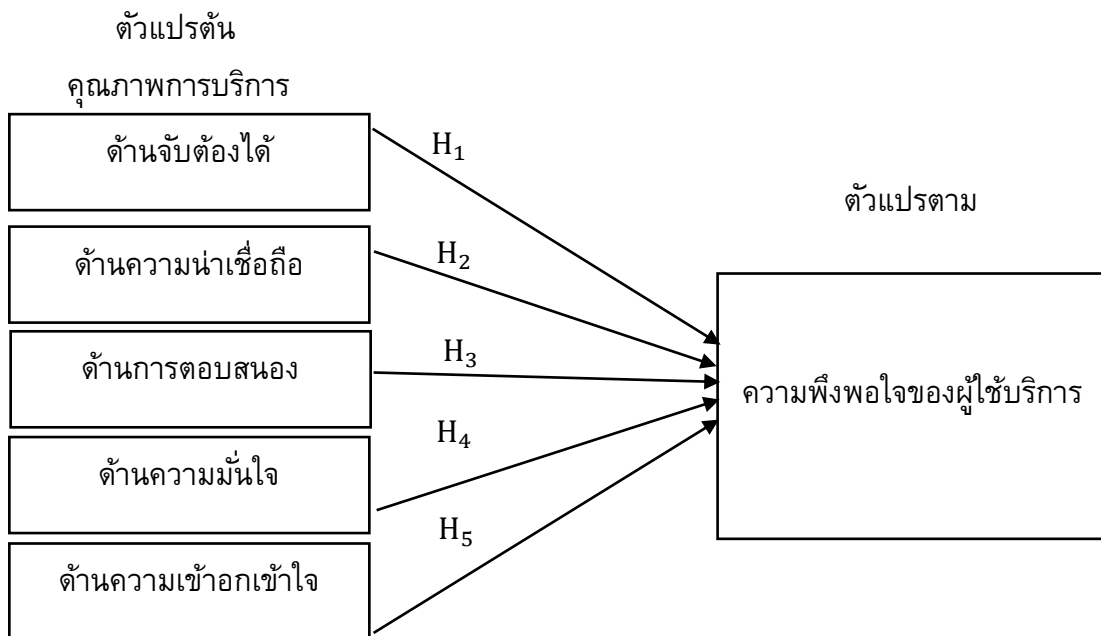
H<sub>2</sub> คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H<sub>3</sub> คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H<sub>4</sub> คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

H<sub>5</sub> คุณภาพการบริการด้านความเข้าอกเข้าใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

### กรอบแนวคิดการวิจัย



### ระเบียบวิธีวิจัย

#### ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวนทั้งสิ้น 450 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยคำนวณจากสูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน 5% จะได้กลุ่มตัวอย่าง 212 ตัวอย่าง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยการใช้คำถามปลายปิด (Close-end question) และคำถามปลายเปิด (Open-end question) ประกอบด้วยกัน 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ผู้ใช้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวกในการใช้บริการ และประเภทของการบริการที่ใช้ครั้งสุดท้าย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านจับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านความเข้าอกเข้าใจ (Yongdong Shi, Catherine Prentice, Wei He. 2014) จำนวน 22 ข้อ คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Seyed Reza Seyed Javadein, Amir Khanlari Khanlari, Mehrdad Estiri. 2008) จำนวน 4 ข้อ คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ค่า (Rating scale) ของ Likert 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	พอใจมาก
3	หมายถึง	พอใจปานกลาง
2	หมายถึง	พอใจน้อย
1	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ให้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยชีวศึกษาปากพนัง (Pretest) จำนวน 5 คน โดยการตอบแบบสอบถามไม่มีประเด็นที่สงสัยและไม่มีข้อซักถาม จากนั้นได้ทำการแจกแบบสอบถามและเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Pilot) จำนวน 20 คน โดยวิธีแจกแบบออนไลน์จากกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง

และได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยใช้แบบทดสอบจำนวน 20 ชุด ตามวิธีของ Cronbach s Alpha Coefficient อยู่ระหว่าง 0.72-0.84

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 1) สถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ ส่วนคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) และใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 79.70 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 เป็นนักศึกษา จำนวน 120 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.6 ช่วงเวลาที่สะดวกใช้บริการเวลา 10.30-12.30 น. จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ประเภทของการบริการไปรายงานผลการเรียน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 29.7

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการบริการงานทะเบียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมทุกด้าน

คุณภาพการบริการ	( $\bar{X}$ )	(S.D.)
1.ด้านจับต้องได้	4.47	0.53
2.ด้านความน่าเชื่อถือ	4.46	0.53
3.ด้านการตอบสนอง	4.45	0.59
4.ด้านความมั่นใจ	4.54	0.51
5.ด้านความเข้าใจ	4.41	0.60
รวมเฉลี่ย	4.46	0.48

จากตาราง 1 พบว่า คุณภาพการบริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.46 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความมั่นใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมาคือ ด้านจับต้องได้มีค่าเฉลี่ย 4.47 ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 4.46 ด้านการตอบสนองมีค่าเฉลี่ย 4.45 ส่วนด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.41



ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เพียร์สันของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง

คุณภาพการบริการ	Correlation		
	Pearson Correlation	Sig.	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ระดับความสัมพันธ์
ด้านจับต้องได้	0.485	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.732	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านการตอบสนอง	0.765	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านความมั่นใจ	0.738	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านความเข้าใจ	0.728	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
รวม	0.801	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 ผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ งานทะเบียน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.801 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและในทิศทางเดียวกันเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์รายด้าน พบว่าด้านการตอบสนองมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) สูงสุด เท่ากับ 0.765 และด้านจับต้องได้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ต่ำสุด เท่ากับ 0.485

### สรุปและอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นนักศึกษา มีช่วงเวลาที่สะดวกในการใช้บริการเวลา 10.31-12.30 น. มีประเภทของการบริการใบรายงานผลการเรียน คุณภาพการบริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านความมั่นใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านจับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ส่วนด้านความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการได้แก่ ด้านจับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านความเข้าใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทุกด้าน โดยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองเป็นด้านที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ให้บริการบริการด้วยความรู้สึกที่เต็มใจในการอำนวยความสะดวกแสดงความกระตือรือร้นในการให้บริการตลอดถึงการมีความพร้อมบริการไปตามขั้นตอนที่เหมาะสมตามลำดับอย่างรวดเร็วได้ทันที่อย่างทั่วถึงและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงความพร้อมและความเอาใจใส่ในการบริการหรือเมื่อผู้ใช้บริการเกิดปัญหาหากสามารถให้คำแนะนำคอยแก้ปัญหาตอบข้อสงสัยได้ทันที สอดคล้องกับงานวิจัยอรรณ ใจโต (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง พบว่าด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจได้จากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินโดยการผ่านแอปพลิเคชัน มีการให้บริการได้สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลาและถูกต้องแม่นยำซึ่งทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพจากการใช้บริการซึ่งส่งผลไปยังความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543) ได้กล่าวว่าการตอบสนองตรงกับความต้องการที่ได้รับของผู้ใช้บริการอย่างมีคุณภาพทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

คุณภาพการบริการด้านมั่นใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เมื่อผู้ให้บริการ มีความรู้มีทักษะที่ดีในงานที่บริการตลอดถึงการบริการด้วยคุณภาพมีมารยาทในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการนั้นรับรู้และสร้างเชื่อมั่นรู้สึกมีความคุ้มค่าที่ได้รับบริการที่ดีที่สุดทุกครั้งที่ใช้บริการสอดคล้องกับพรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีผลการวิจัยพบว่าด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลในระดับมากที่สุดคือพนักงานมีความน่าเชื่อถือการบริการด้วยบริการที่สุภาพและมีความรู้ทักษะเชี่ยวชาญในการบริการสามารถให้ข้อมูลกับผู้ใช้บริการได้เสมอ สมิต สัชฌุกร (2546) ได้กล่าวไว้ว่าสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการคือความสามารถของผู้ให้บริการที่มีทักษะความรู้ความชำนาญได้แสดงออกมาให้ผู้ใช้บริการยอมรับและไว้วางใจได้

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการตามข้อตกลงหรือสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ตลอดถึงความถูกต้องและความเหมาะสมจากการบริการทุกครั้งที่ใช้บริการจนทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกพอใจและไว้วางใจ สอดคล้องกับศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุลตานนท์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคนใช้กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและความภักดีของคนใช้ โดยเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาลให้บริการโดยไม่มีข้อบกพร่องเป็นสถานบริการเอกชนที่สร้างความน่าเชื่อถือมีความพร้อมในการบริการทุกๆ ด้าน นิตินิต ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวไว้ว่าการสร้างความน่าเชื่อถือจะต้องมีมาตรฐานในการบริการที่ดี ยิ่งธุรกิจที่ให้บริการหากเคยได้รับรางวัลหรือมีการบอกต่อจากผู้ที่เข้าใช้บริการยิ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและน่าเชื่อถือมากขึ้น

คุณภาพการบริการด้านความเข้าอกเข้าใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กล่าวคือในการบริการผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงความรู้สึกและบริการได้ตรงกับเฉพาะความต้องการของแต่ละบุคคลที่เข้ามาใช้บริการได้ ให้ความสำคัญกับทุกคนที่เข้ามาใช้บริการและให้ความสะดวกบริการเป็นรายๆ ให้ความเคารพให้เกียรติในสิทธิของแต่ละบุคคลแสดงความเห็นอกเห็นใจเอาใจใส่ผู้ใช้บริการสอดคล้องกับพินดา เพชรรัตน์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษี สำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2 ผลการศึกษาพบว่าด้านความเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรโดยเจ้าหน้าที่ถือว่าผู้ใช้บริการเป็นบุคคลสำคัญจึงคอยเอาใจใส่ดูแลและแนะนำการปฏิบัติที่ถูกต้องในการเสียภาษีมูลค่าเพิ่ม จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2556) ได้กล่าวไว้ว่าการแสดงถึงความสนใจมีความเป็นกันเองในการบริการให้ความสำคัญมองถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลักและเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเป็นการดูแลเอาใจใส่ในการให้บริการที่ดี

คุณภาพการบริการด้านจับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การให้บริการของงานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนังมีสถานที่จัดได้เหมาะสมสวยงาม มีอุปกรณ์ วัสดุสำนักงานในการบริการอย่างเพียงพอ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จัดอย่างเป็นระเบียบ สะอาดซึ่งมีความสะดวกทำให้หยิบง่ายใช้คล่อง มีป้ายเขียนข้อความที่ชัดเจนสามารถทำให้เข้าถึงแหล่งบริการได้ง่าย รวมทั้งการแต่งกายของผู้ให้บริการดูดีสุภาพเรียบร้อย .ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในสร้างความประทับใจและความพึงพอใจในการให้บริการสอดคล้องกับพรประภา ไชยอนุกุล (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษา พบว่าด้านรูปธรรมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งพนักงานแต่งกายมีบุคลิกภาพดี สถานที่ท่องเที่ยวจัดได้สวยงามเหมาะกับการมาพักผ่อน มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอในการให้บริการ รวิวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2551) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพการบริการต้องอาศัยลักษณะด้านกายภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการให้บริการ โดยมีการจัดตกแต่งสถานที่ให้สวยงามมี

สภาพแวดล้อมที่ดีวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ต้องอยู่ในสภาพดีพร้อมใช้งานตลอดจนถึงการให้บริการของพนักงานต้องต้อนรับด้วยการพูดจาที่สุภาพยิ้มแย้มในซึ่งจะทำให้เป็นการเสริมระดับคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น

ดังนั้นผลของการวิจัยสรุปได้ว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านคุณภาพการบริการทุกด้านไม่ว่าเป็นด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจมากที่สุดทั้งนี้เพราะพนักงานหรือผู้ให้บริการ งานทะเบียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนัง บริการด้วยความรู้สึกที่เต็มใจในการอำนวยความสะดวกแสดงความกระตือรือร้นและมีความพร้อมบริการตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงความพร้อมและความเอาใจใส่อย่างมีคุณภาพทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดขณะเดียวกันด้านความมั่นใจผู้ให้บริการยังมีความรู้มีทักษะที่ดีในงานที่บริการตลอดถึงการบริการด้วยความสุภาพ ใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการนั้นรับรู้และสร้างเชื่อมั่นรู้สึกมีความคุ้มค่าที่ได้รับการบริการที่ดีที่สุดทุกครั้งที่ใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือผู้ให้บริการได้บริการตามข้อตกลงหรือสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ตลอดถึงความถูกต้องและความเหมาะสมจนทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกพอใจและไว้วางใจได้ด้านความเข้าอกเข้าใจผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับทุกคนที่เข้ามาใช้บริการและให้ความสะดวกบริการเป็นรายๆ ให้ความเคารพให้เกียรติในสิทธิของแต่ละบุคคลแสดงความเห็นอกเห็นใจเอาใจใส่ผู้ใช้บริการและด้านจับต้องได้โดยคุณภาพการบริการของงานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนังจัดสถานที่ได้เหมาะสม มีวัสดุอุปกรณ์ ในการบริการอย่างเพียงพอ จัดอย่างเป็นระเบียบ สะอาดพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการแต่งกายของผู้ให้บริการดูดีสุภาพเรียบร้อย เป็นส่วนสำคัญในสร้างความประทับใจและความพึงพอใจในการให้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์และอภิปรายผลในงานวิจัยในครั้งนี้ถึงแม้จะพบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ งานทะเบียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาปากพนังคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าคุณภาพด้านจับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด ดังนั้นควรมีการเพิ่มศักยภาพการบริการเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในด้านจับต้องได้โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ให้ข้อมูลต่างๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็ว เช่นนักศึกษาสามารถเช็คผล

การเรียนรู้ได้สามารถลงทะเลเบียนเรียนชำระเงินค่าธรรมเนียมต่างๆ ผ่านระบบมือถือเป็นพัฒนาการให้บริการ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกได้มากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2556) จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พนิดา เพชรรัตน์. (2556). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). การประเมินคุณภาพบริการสำนักงานหอประชุมกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557) คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. ค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้ซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรับสิต. ค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรรษสิญา สุภชนโชติพงศ์. (2562). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยศิลปกร
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ 1. (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์ ส.ส.ท.: กรุงเทพมหานคร.

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณผู้ใช้: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น. 10(2), 160-172.
- สมิต สัจฉกร. (2546). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สายธาร
- อรรรณ ใจโต. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง (รายงานวิจัย). ลำปาง: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- Seyed Reza Seyed Javadein, Amir Khanlari, Mehrdad Estiri. (2008). Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust. International Journal of Human Sciences. 5(2).1-20
- Yongdong Shi, Catherine Prentice, Wei He. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter?. International Journal of Hospitality Management. 40.81-91