

การศึกษาคุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Service quality of KKBS Library, Khon Kaen University

จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ (Jittanan Kounchaiyapoom)¹

เทพนิมิตร สุริยะ (Tepnimit Suriya)²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและความคาดหวังของบริการ และ 2) ศึกษาคุณภาพการบริการ จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 333 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการศึกษาคุณภาพการบริการใช้ SERVQUAL Model ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) และด้านการรู้จักและเข้าใจ (Empathy) วิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า ANOVA

ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันพบว่าบริการของห้องสมุดที่นักศึกษาใช้บริการ ได้แก่ บริการห้องประชุมกลุ่มย่อย บริการนั่งรอเรียนและรอเพื่อน และบริการยืม-คืน

¹บรรณารักษ์ปฏิบัติการ ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail: ksikks@kku.ac.th

²พนักงานพิมพ์ ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail: stepni@kku.ac.th

¹Librarian, Khon Kaen Business School, Khon Kaen University

²Library Service Personnel, Khon Kaen Business School, Khon Kaen University

(Received : April 26, 2018; Revised : March 27, 2019; Accepted : April 2, 2019)

หนังสือ วารสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และใช้บริการห้องสมุดในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์
ช่วงเวลาในแต่ละครั้งที่เข้ามาใช้บริการไม่แน่นอน

ผลการศึกษาคูณภาพบริการโดยใช้ SERVQUAL Model พบว่า ภาพรวม
คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และด้านที่มีคุณภาพมากที่สุด
คือ ปัจจัยด้านบุคคล รองลงมา คือ การรับรู้บริการ และระดับความสำคัญบริการ
ตามลำดับ ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการศึกษาระดับปริญญาโท ส่งผล
ต่อความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการ และปัจจัยด้านบุคคลส่งผลต่อระดับความสำคัญ
ของบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ, การประเมินคุณภาพบริการ, หอสมุด

Abstract

The research results found the library service's student used were; meeting room, waiting for class and friend, and circulation. The library used on Monday to Friday, no specific time. The service quality of 5 dimensions was a good level ($\bar{X} = 4.02$). Personal factors with expectations, perceptions, and service signification levels found education factor in master degree effect to expectations of service quality dimensions and effect to service signification levels with statistical significance level ($p < 0.05$)

Keywords : Service Quality, Quality Assessment of Services, KKBS Library

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันอุดมศึกษาในฐานะแหล่งบริการสารสนเทศสนับสนุนการเรียน
การสอนที่สำคัญในมหาวิทยาลัย ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับการให้บริการที่ต้องเน้นถึง
คุณภาพบริการโดยยึดถือความถูกต้องและความพึงพอใจของผู้บริการเป็นสำคัญ
เพราะการให้บริการที่มีคุณภาพเป็นรูปธรรมจะให้ผู้ใช้บริการเชื่อมั่นต่อองค์กรบริการ
กลับมาใช้บริการซ้ำ รวมถึงแนะนำบริการให้กับคนอื่นเพื่อมาใช้บริการอีกด้วย
(ประภาวดี สืบสนธิ์, 2546, น. 230) นั้นแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจ ความประทับใจ

นำไปสู่การรับรู้ถึงคุณภาพบริการ (Service Quality) เพราะคุณภาพบริการคือความเป็นเลิศ (Excellent Service) การทำให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด (Satisfaction) เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547, น. 63) รับรู้ได้ถึงประโยชน์ (Profitability) เห็นคุณค่า และช่วยกันรักษาให้คงอยู่ (Daniel & Berinyuy, 2010, p. 30) ดังนั้นคุณภาพการบริการ (Service Quality) จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการบริหารจัดการสถาบันให้บริการต่าง ๆ เพราะปัจจุบันถือว่าการบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

จากความสำคัญของคุณภาพบริการ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะประเมินคุณภาพบริการโดยประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985, p. 47) ใน 5 มิติ ได้แก่ บริการที่จับต้องได้ (Tangibles) บริการที่ไว้วางใจได้ (Reliability) ความรับผิดชอบหรือความมุ่งมั่นต่อการให้บริการ (Responsiveness) การบริการที่มั่นใจได้หรือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) ต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการ การรับรู้คุณภาพบริการ และระดับความสำคัญของบริการที่ใช้ เพราะยังไม่เคยประเมินคุณภาพบริการมาก่อนเพื่อทราบถึงคุณภาพบริการที่แท้จริง และสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้วางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพบริการของห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชีให้ดียิ่งขึ้นเหมาะสมกับความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการรุ่นใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความคาดหวังของบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สมมติฐานการวิจัย

- 1.1 สมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน
- 1.2 สมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีการรับรู้บริการที่ได้รับจริงในมิติคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน

1.3 สมมติฐาน ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของบริการในมิติคุณภาพบริการที่ได้รับจริงแตกต่างกัน

2. แนวคิด ทฤษฎี

คุณภาพ (Quality) หมายถึง ระดับความเป็นเลิศ (Degree of Excellence) ในคุณลักษณะโดยรวมของผลิตผล หรือบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองความต้องการเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าหรือผู้รับบริการโดยปฏิบัติตามมาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานทางวิชาชีพ ซึ่งต้องมิตีต่าง ๆ ในด้านความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ เช่น ความเหมาะสมของการให้บริการ การมีประสิทธิภาพ การมีประสิทธิผล การมีประสิทธิภาพ การมีความปลอดภัย การเข้าถึงบริการหรือมีบริการเมื่อจำเป็น รวมถึงการมีความเท่าเทียมและความต่อเนื่องในการรับบริการ ซึ่งก็คือความพอใจของลูกค้า (ไสว ไชยบุญเรือง, 2555, น. 9)

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง ระดับความสามารถของผลิตผลหรือบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้าที่มีคุณลักษณะได้มาตรฐาน ปราศจากข้อบกพร่อง (Zero Defect) และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าถึงขั้นเป็นที่พึงพอใจ (Satisfaction) องค์ประกอบหลักที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการต่อการให้บริการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก และ 4 เป็นปัจจัย ส่วนแรกเป็นส่วนของผู้ให้บริการซึ่งสะท้อนถึงลักษณะการให้บริการมี 3 ปัจจัย คือ 1) ด้านระบบการให้บริการ (Service System) 2) ด้านกระบวนการให้บริการ (Workflow Process) 3) ด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) และส่วนที่สอง เป็นส่วนของผู้รับบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ ปัจจัยที่ 4) ด้านภูมิหลังของผู้รับบริการ (Recipients Background) (เลิฟล็อก และไรท์, 2546, น. 54)

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985, p. 47) ได้กล่าวถึงมิติของการรับรู้คุณภาพการบริการ 10 มิติ ไว้ดังนี้

1. สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ บุคลิกภาพของบุคลากร อุปกรณ์และเทคโนโลยีสำหรับการสื่อสาร เป็นต้น

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้เกี่ยวกับบริการนั้น ๆ อย่างถูกต้องและมีความเป็นอิสระ

3. การตอบสนอง (Responsibility) หมายถึง กริยาที่แสดงออกถึงความต้องการที่จะช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันที รวมถึงความพร้อมในการที่จะให้บริการ ณ เวลานั้น ๆ

4. สมรรถภาพ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ ทักษะ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ๆ

5. อธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสุภาพ เรียบร้อย แสดงออกถึงความเคารพและให้เกียรติ และคำนึงถึงมิตรภาพในการติดต่อกับผู้อื่น

6. ความไว้วางใจ (Credibility) หมายถึง การมีคุณค่า น่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์และมีความเชื่อถือไว้วางใจได้

7. ความมั่นคง (Security) หมายถึง ความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ จากความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงสงสัย

8. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การที่สามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย หรือเข้าถึงบริการได้ง่าย

9. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจง่าย รวมถึงการรับฟังสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและสามารถสื่อสารและตอบสนองสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการได้

10. การเข้าใจ (Understanding) หมายถึง มีความพยายามที่จะเข้าใจผู้รับบริการ และทราบถึงความต้องการของผู้รับบริการ

จากมิติของการรับรู้คุณภาพการบริการ 10 มิติ ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988, p. 21) ต่อมาได้พัฒนาโดยรวมมิติที่มีความใกล้เคียงกันเข้าไว้ด้วยกัน ได้มิติการรับรู้คุณภาพบริการ 5 มิติ ดังนี้

1. Tangibles สิ่งจับต้องได้ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏต่อสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ ตัวบุคคล รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

2. Reliability ความเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติงานบริการได้ตามสัญญาไว้อย่างถูกต้องแม่นยำ และมีความเป็นอิสระ

3. Responsiveness ความรับผิดชอบ หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและการจัดเตรียมบริการให้กับลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

4. Assurance การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ การแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล

มีกริยามารยาทที่ดีในการติดต่อสื่อสารและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. Empathy ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้ความสนใจกับลูกค้า รวมถึงมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

ผู้วิจัยได้นำการวัดคุณภาพการบริการ 5 มิติ ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988, p. 21) มาเป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการของห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังและบริการที่รับรู้ เพราะความพึงพอใจของผู้บริการ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุริยวรรณ สรรพสิงห์, ธนพรรณ กุลจันทร์, และอังสนา ธงไชย (2560, น. 91-94) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อประเมินคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ และประเมินคุณภาพเว็บไซต์ ของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งด้านคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และคุณภาพเว็บไซต์ในทุกด้าน

พัฒนา ธนกฤตพุดิเมธ (2559, น. 383) ได้ศึกษาการประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาใช้ SERVQUAL Model ผลการศึกษาพบว่า มีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ และคาดหวังต่อคุณภาพบริการอยู่ในระดับสูงที่สุดทั้ง 4 หาด โดยโรงแรม 4 ดาวที่ตั้งอยู่บริเวณชายหาดพัทยากลาง ลูกค้าชาวไทยรับรู้และคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการด้วยเครื่องมือ SERVQUAL พบว่า การให้บริการมีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ลูกค้าชาวไทย คาดหวังไว้ และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าชาวไทยที่มาใช้บริการโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยา มีการรับรู้จริงและความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน

ชลธิชา ศรีบำรุง (2557, น. 76-77) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฝ้อ จังหวัดชลบุรี โดยวิธีการประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) 2) ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร (Reliability) 3) ด้านการทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่น (Assurance) 4) ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว (Responsiveness) 5) ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ (Empathy) ผลการศึกษา พบว่า ผู้รับบริการ

มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็วมีคุณภาพระดับมากที่สุด ($X = 3.62$, $SD = .42$)

สุรางคณา ภัทรเมฆินทร์ และศรายุทธ เล็กผลิผล (2556, น. 1-16) ได้ศึกษา SERVQUAL Model กับคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยใช้ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL Model) ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการที่จับต้องได้ (Tangibles) 2) ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ (Reliability) 3) ด้านการมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการ (Responsiveness) 4) ด้านการบริการที่เชื่อมั่น (Assurance) 5) ด้านการบริการที่เอาใจใส่ (Empathy) ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($X = 4.12$) ปัจจัยด้านการบริการที่จับต้องได้ (Tangibles) มีคุณภาพระดับมากที่สุด ($X = 4.16$) รองลงมาได้แก่ด้านการบริการที่ไว้วางใจได้ (Reliability) มีคุณภาพระดับมาก ($X = 4.13$)

Kumar (2015, p. 61) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Banks of India โดยใช้ SERVQUAL Model ทั้ง 5 ด้าน 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่ มีความคาดหวังต่อบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) มีคุณภาพระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.18$) ส่วนด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) เป็นบริการที่ลูกค้ารับได้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$) และภาพรวมความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

Khanchitpol Yousapronpaiboon (2014, p. 1088) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทยด้วย SERVQUAL Model ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความคาดหวังด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 7.33$) มีความคาดหวังระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ($\bar{X} = 4.32$) ส่วนของการยอมรับได้ระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

($\bar{X}$ = 4.80) ยอมรับได้ระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ($\bar{X}$ = 4.32)

Sharma และ Sokanki (2016, p. 100) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของผู้ให้บริการโทรศัพท์ Vodafone ประเทศอินเดีย โดยใช้ SERVQUAL 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพบริการอันดับแรก คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ($\bar{X}$ = 6.278) รองลงมา คือ คุณภาพด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ($\bar{X}$ = 6.0797) อันดับ 3 คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ($\bar{X}$ = 6.028) อันดับ 4 คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ($\bar{X}$ = 5.8956) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ($\bar{X}$ = 5.863) และผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพบริการ พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์ Vodafone ประเทศอินเดียมีการรับรู้ในคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

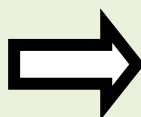
4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษา ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้การประเมินคุณภาพของการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988, p. 21) ใน 5 มิติ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

คุณภาพบริการ

- 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)
- 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
- 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)
- 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)
- 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)



ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจตาม
ความคาดหวังต่อ
คุณภาพบริการ
การรับรู้คุณภาพ
บริการที่ได้รับจริง
และระดับ
ความสำคัญของ
บริการที่ใช้

5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย นักศึกษา บุคลากร คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น คณะและหน่วยงานอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และบุคคลทั่วไป

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) (สิน พันธ์พิณี, 2551, น. 137) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 333 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ และข้อมูลด้านคุณภาพบริการ คุณภาพบริการที่ได้รับจริง และระดับความสำคัญของบริการ จำนวน 23 ข้อคำถาม ใน 5 ด้าน คือ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) จำนวน 5 ข้อคำถาม 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) จำนวน 5 ข้อคำถาม 3) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) จำนวน 6 ข้อคำถาม 4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) จำนวน 4 ข้อคำถาม และ 5) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) จำนวน 3 ข้อคำถาม ตามเกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985, p. 48) ดังนี้

ความคาดหวังมีค่ามากกว่าการรับรู้จริงจากบริการที่ได้รับ ($E > P$) หมายความว่าไม่พึงพอใจ

ความคาดหวังมีค่าเท่ากับการรับรู้จริงจากบริการที่ได้รับ ($E = P$) หมายความว่าพอใจ

ความคาดหวังมีค่าน้อยกว่าการรับรู้จริงจากบริการที่ได้รับ ($E < P$) หมายความว่าพึงพอใจมาก คือ บริการที่ได้รับเหนือความคาดหวัง

6. สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) คุณภาพการบริการที่ได้รับและความคาดหวังบริการของผู้ใช้ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC⁺ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และ One Way ANOVA (F-test)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปข้อมูลตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คน (ร้อยละ 76.60) และเพศชาย จำนวน 78 คน (ร้อยละ 23.40) ส่วนใหญ่เป็น นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี จำนวน 253 คน (ร้อยละ 76.00) นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 62 คน (ร้อยละ 18.60) และน้อยที่สุดนักศึกษาและ บุคคลภายนอกคณะบริหารธุรกิจและการบัญชีและคณะเศรษฐศาสตร์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 5.40) ตามลำดับ

เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 281 คน (ร้อยละ 84.39) เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มากที่สุด จำนวน 106 คน (ร้อยละ 31.83) รองลงมา ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 96 คน (ร้อยละ 28.83)

เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 42 คน (ร้อยละ 12.61) เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มากที่สุด จำนวน

24 คน (ร้อยละ 7.21) รองลงมา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาโทที่กำลังศึกษาอยู่มากกว่าชั้นปีที่ 2 จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.90)

และนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาเอก จำนวน 10 คน (ร้อยละ 3.00) เป็นนักศึกษาระดับปริญญาเอกชั้นปีที่ 1 จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.20) และชั้นปีอื่น ๆ (มากกว่าชั้นปีที่ 2) จำนวน 4 คน (ร้อยละ 1.20)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

2.1 บริการของห้องสมุด คณะบริหารธุรกิจ และการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่นักศึกษาเคยใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า บริการที่นักศึกษาส่วนใหญ่เคยใช้มากที่สุด ได้แก่ บริการห้องประชุมกลุ่มย่อย มีผู้ตอบจำนวน 240 คน (ร้อยละ 72.10) รองลงมา ได้แก่ บริการนั่งรอเรียนและรอเพื่อน มีผู้ตอบจำนวน 237 คน (ร้อยละ 71.20) และน้อยที่สุด ได้แก่ บริการยืม-คืน หนังสือ วารสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีผู้ตอบ จำนวน 210 คน (ร้อยละ 63.10)

2.2 วันที่นักศึกษามาใช้บริการห้องสมุดฯ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้บริการห้องสมุดในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 170 คน (ร้อยละ 51.10) รองลงมา ได้แก่ การเข้าใช้บริการไม่แน่นอน (วันจันทร์-วันศุกร์ หรือ วันเสาร์-วันอาทิตย์) จำนวน 128 คน (ร้อยละ 38.40) และน้อยที่สุด ได้แก่ วันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 35 คน (ร้อยละ 10.50)

2.3 ช่วงเวลาที่นักศึกษาเข้ามาใช้บริการห้องสมุดฯ พบว่าส่วนใหญ่มาใช้บริการช่วงเวลาที่ไม่นอน มีผู้ตอบจำนวน 163 คน (ร้อยละ 48.90) รองลงมา ได้แก่ ช่วงเวลา 12.01 น.-13.00 น. จำนวน 68 คน (ร้อยละ 20.40) และน้อยที่สุด คือ เวลา 08.30 น.-12.00 น.จำนวน 17 คน (ร้อยละ 5.10)

2.4 ความถี่ในการเข้าใช้บริการห้องสมุดฯ พบว่าส่วนใหญ่ ใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 140 คน (ร้อยละ 42.00) รองลงมา ได้แก่ ใช้บริการบ้างแต่ไม่มาก (1-4 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน 108 คน (ร้อยละ 32.40) น้อยที่สุด คือ ใช้บริการทุกวัน จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.40)

3. ความคาดหวังการบริการ ต่อมิติคุณภาพบริการ 5 ด้าน

ภาพรวมของความคาดหวังการบริการ บริการที่ได้รับจริง และความสำคัญของการบริการ จากมิติคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน พบว่า

1. ความคาดหวังในบริการ ภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) รองลงมา ได้แก่ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ระดับมาก

($\bar{X}$ = 4.16) และน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมบริการ (Tangibility) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08)

2. บริการที่ได้รับจริง ภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.02) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) รองลงมา ได้แก่ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07) และน้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83)

3. ระดับความสำคัญของบริการ ภาพรวมทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) อยู่ระดับมากเท่ากัน ($\bar{X}$ = 4.21) รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมบริการ (Tangibility) และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) อยู่ระดับมากเท่ากัน ($\bar{X}$ = 4.16) และน้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12)

เมื่อความคาดหวังการบริการ บริการที่ได้รับจริง และความสำคัญของการบริการ ตามมิติคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ได้ผลสรุป ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)

ความคาดหวังในบริการ ต่อด้านความเป็นรูปธรรมบริการ (Tangibility) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดมีบรรยากาศที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการเรียนรู้ และเรื่องห้องสมุดมีเวลาเปิดปิดที่แน่นอนและเหมาะสม ระดับมากเท่ากัน ($\bar{X}$ = 4.16) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีชั้นวางหนังสือ โต๊ะ/เก้าอี้ และห้องประชุมฯ ที่ทันสมัย และห้องสมุดมีเจ้าหน้าที่ให้บริการเหมาะสม ระดับมากเท่ากัน ($\bar{X}$ = 4.06) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีหนังสือและสื่อการเรียนรู้ที่เพียงพอต่อความต้องการ ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98)

บริการที่ได้รับจริง ต่อด้านความเป็นรูปธรรมบริการ (Tangibility) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดมีเวลาเปิดปิดที่แน่นอนและเหมาะสมมากที่สุด ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีบรรยากาศที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการเรียนรู้ ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีหนังสือและสื่อการเรียนรู้ที่เพียงพอต่อความต้องการ ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.66)

ความสำคัญของบริการ ต่อด้านความเป็นรูปธรรมบริการ (Tangibility) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดมีเวลาเปิด-ปิดที่แน่นอนและเหมาะสมระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีบรรยากาศที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการเรียนรู้ระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และน้อยที่สุด คือ เรื่องห้องสมุดมีเจ้าหน้าที่ให้บริการเหมาะสมระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

ความคาดหวังการบริการ ต่อด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดมีการประชาสัมพันธ์เวลาเปิด-ปิดบริการที่ชัดเจนระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ การให้บริการห้องสมุดอย่างเคร่งครัดระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเมื่อต้องการใช้บริการห้องสมุดจะได้รับบริการเสมอระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$)

บริการที่ได้รับจริง ต่อด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องเจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ การให้บริการห้องสมุดอย่างเคร่งครัดระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีการประชาสัมพันธ์เวลาเปิด-ปิดบริการที่ชัดเจนระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศที่เหมาะสมระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$)

ความสำคัญของบริการ ต่อด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุดคือ ห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศที่เหมาะสมระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) และน้อยที่สุด คือ เรื่องเมื่อต้องการใช้บริการห้องสมุดจะได้รับบริการเสมอ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$)

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

ความคาดหวังในบริการ ต่อด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดีและมีความเต็มใจในการให้บริการระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีโต๊ะ เก้าอี้ เพียงพอต่อความต้องการระดับ

มาก ($\bar{X} = 4.1$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและทันท่วงทีระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$)

บริการที่ได้รับจริง ต่อด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดีและมีความเต็มใจในการให้บริการระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการและมีช่องทางในการให้บริการหลากหลายระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีห้องสัมมนาเพียงพอต่อความต้องการระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$)

ความสำคัญของการบริการ ต่อด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุดคือเจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างรวดเร็วและทันท่วงทีระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องห้องสมุดมีทรัพยากรสารสนเทศเพียงพอต่อความต้องการระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) และน้อยที่สุด คือ เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้บริการและมีช่องทางในการให้บริการหลากหลายระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$)

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)

ความคาดหวังการบริการ ต่อการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องคุณรู้สึกปลอดภัยและสบายใจเมื่อใช้บริการห้องสมุดฯ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการให้บริการ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่ง ระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$)

บริการที่ได้รับจริง ต่อการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องคุณรู้สึกปลอดภัยและสบายใจเมื่อใช้บริการห้องสมุดฯ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีทักษะในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$)

ความสำคัญของการบริการ ต่อการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุด คือ คุณรู้สึกปลอดภัยและสบายใจเมื่อใช้บริการห้องสมุดฯ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$)

รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีทักษะในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ และเจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการให้บริการ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) เท่ากัน และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่ง ระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$)

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy)

ความคาดหวังในบริการ ต่อด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดได้ให้ความใส่ใจในบริการที่เป็นเลิศ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการทุกคนเท่าเทียมกัน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนและสามารถตอบสนองความต้องการได้ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$)

บริการที่ได้รับจริง ต่อด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องห้องสมุดได้ให้ความใส่ใจในบริการที่เป็นเลิศ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการทุกคนเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และน้อยที่สุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่มีความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนและสามารถตอบสนองความต้องการได้ ระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$)

ความสำคัญของบริการ ต่อด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการทุกคนเท่าเทียมกัน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคนและสามารถตอบสนองความต้องการ และห้องสมุดได้ให้ความใส่ใจในบริการที่เป็นเลิศเท่ากันระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$)

ทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านการศึกษา (ระดับปริญญาโท) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันและส่งผลกระทบต่อความคาดหวังในมิติคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.013)

ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีการรับรู้บริการที่ได้รับจริงในมิติคุณภาพบริการที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นปัจจัยด้านการศึกษา

(ระดับปริญญาตรี) และระดับการศึกษา (ปริญญาโท) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้ (บริการที่ได้รับจริง) ในมิติคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 (Sig. = 0.000) เท่ากัน

ปัจจัยด้านบุคคล (เพศ สถานะ การศึกษา) ที่แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของบริการในมิติคุณภาพบริการที่ได้รับไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านการศึกษา (ระดับปริญญาโท) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของบริการในมิติคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.039)

บทสรุป

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ในสภาพปัจจุบันผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการห้องประชุมกลุ่มย่อย เข้าใช้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 12.00 น. - 13.00 น. และใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

2. ความคาดหวังของผู้ใช้บริการโดยภาพรวมผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในบริการอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มากที่สุด ตามลำดับ ส่วนด้านที่ผู้ใช้บริการให้ความคาดหวังน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมในบริการ

3. คุณภาพการบริการ ทั้ง 5 ด้าน ตามทฤษฎีคุณภาพของการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988, p. 21) ใน 5 มิติของห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชีนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ให้บริการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการและรู้จักและเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการ

อภิปรายผล

การศึกษาคุณภาพบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่นตามทฤษฎีคุณภาพของการบริการ (SERVQUAL) ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988, p. 21) ใน 5 มิติ ด้านความคาดหวังในบริการ บริการที่ได้รับจริง และความสำคัญของบริการนั้น พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ในระดับมาก

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริยวรรณ สรรพสิงห์, ธนพรรณ กลุจันท์, และอังสนา ธงไชย (2560, น. 91-94) รวมถึงการศึกษาของ สุชาฐิณี พยุงบกร (2554, น. 47-49) ที่ใช้ SERVQUAL Model ในการประเมินคุณภาพบริการ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังบริการ การรับรู้บริการ และความสำคัญของระดับบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ใช้บริการเสนอแนะใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพื้นที่การเรียนรู้ คือ ให้เพิ่มพื้นที่การเรียนรู้ ได้แก่ ที่นั่งอ่านแบบกลุ่มและแบบเดี่ยว รวมถึงห้องประชุมกลุ่มย่อย 2) ด้านทรัพยากรการเรียนรู้และทรัพยากรสนับสนุนการเรียนรู้ คือ จำนวนหนังสือบางชื่อเรื่องมีไม่เพียงพอกับความต้องการ บางชื่อเรื่องপিพม์เก่าเกินไป รวมถึงจำนวนคอมพิวเตอร์ที่มีให้บริการไม่เพียงพอ 3) ด้านสภาพแวดล้อมส่งเสริมการเรียนรู้ คือ ห้องประชุมกลุ่มย่อยบางห้องมีกลิ่นอับ

ผู้วิจัยเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป ได้แก่ การศึกษาคุณภาพบริการทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ห้องสมุด เนื่องจากปัจจุบันทรัพยากรอิเล็กทรอนิกส์ของห้องสมุดมีเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี* (งานนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2546). ความต้องการสารสนเทศ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศ หน่วยที่ 6*. (น. 293-333). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัฒนะ ธนภตพุดิเมธ. (2559). *การประเมินคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 4 ดาว บริเวณชายหาด 4 หาด ในเมืองพัทยาโดยการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.

- เลิฟล็อก, คริสโตเฟอร์ เอช, และไรท์, ลอเรน. (2546). *การตลาดบริการ* (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, ดลยา จาตุรงค์กุล และพิมพ์เดือน จาตุรงค์กุล, ผู้แปลและเรียบเรียง). กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอดวินโดโซนา.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2551). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สุชาฐิณี พงกร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ให้บริการถึงคุณภาพการให้บริการ ด้านศูนย์บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) ของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่* (งานนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรางคณา ภัทรเมฆินทร์, และศรายุทธ เล็กผลิล. (2556). *การศึกษา SERQUAL Model กับคุณภาพบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก* (งานนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุริยวรรณ สรรพสิงห์, ธนพรรณ กุลจันทร์, และอังสนา ธงไชย. (2560). *การประเมินคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ, 10(1), 85-99.*
- ไสว ไชยบุญเรือง. (2555). *คุณภาพการให้บริการผู้ใช้ไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด*. (งานนิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). ชลบุรี: วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Daniel, C.N., & Berinyuy, L.P. (2010). *Using the SERVQUAL Model to assess service quality and customer satisfaction: An empirical study of grocery stores in Umea* (Master's thesis). Umea: Umea School of Business, Umea University.
- Kumar, M. (2015). *Study of customer satisfaction with the service quality of Public Section Banks of India. International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences, 4(2), 61-78.*



- 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.
- _____. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Sharma, A., & Sokanki, N. (2016). Servqual used in a Vodafone India. *Global Journal of Enterprise Information System*, 8(4), 98-103.
- Khanchitpol Yousapronpaiboon. (2014). SERVQUAL: Measuring higher education service quality in Thailand. *Social and Behavior Sciences*, 116(2014), 1088-1095.