



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ชื่อโครงการวิจัย

การศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

The study of perception of guideline and service of finance and
accounting of Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala
University of Technology Thanyaburi

นางสาวราไพพรรณ ศรีแจ่มดี

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประจำปี 2562

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีโดยได้รับความเมตตากรุณาจากหลายท่าน ได้แก่ คณะบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ รองคณบดีฝ่ายวิชาการและคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวัลภ์ อุปลัมภานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมภู ยิ้มโต อาจารย์โสภิตา วิศาลศักดิ์กุล ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งยังให้ความช่วยเหลือสนับสนุนในทุก ๆ ด้านรวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง การศึกษาค้นคว้างานวิจัยฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง และใคร่ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้ให้ทุนสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัยและขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ ต่อการวิจัย ตลอดจนทุก ๆ ท่านที่มีได้กล่าวนามได้ทั้งหมด ที่อำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือจนการวิจัยสำเร็จลงด้วยดี

สุดท้ายนี้หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้างานวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจข้อมูล หากมีข้อผิดพลาดหรือมีข้อเสนอแนะประการใดที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานวิจัยในด้านต่าง ๆ โปรดให้คำแนะนำมายังผู้วิจัยจะขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

รำไพพรรณ ศรีแจ่มดี

สิงหาคม 2563

ชื่อโครงการวิจัย โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้วิจัย นางสาวรำไพพรรณ ศรีแจ่มดี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปี 2562

บทคัดย่อ

การศึกษารครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) ศึกษาการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 4) นำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประชากรได้แก่อาจารย์และเจ้าหน้าที่ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 100 คน กลุ่มตัวอย่างได้แก่อาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่มาให้บริการงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้สูตรเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) จำนวน 100 คน โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้ t-test ANOVA และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เป็นประเภทพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ ผลการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่ามีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ผลการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ค่าโดยรวมพบว่าการให้บริการอยู่ในระดับมาก จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ และวุฒิการศึกษา มีผลต่อการรับรู้และการให้บริการของงานการเงินและบัญชี และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการให้บริการ

คำสำคัญ: การรับรู้ แนวปฏิบัติ การให้บริการ งานการเงินและบัญชี

Research Project Title: The study of perception of guideline and service of finance and accounting of Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Researcher: Faculty of Home Economics Technology Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Academic Year 2019

Abstract

The objectives of this study were 1) to investigate the perception of financial and accounting practices at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 2) to study of financial and accounting services at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 3) to study the relationship between perception, practice and service of finance and accounting, Faculty of Education, Rajamangala University of Technology, Thanyaburi, 4) to apply the suggestions to improve the financial and accounting services at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The population consisted of 100 lecturers and officers of Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The sample was 100 lecturers and officers who used financial and accounting services at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The sample size was calculated using Krejcie & Morgan's formula. Research instrument for data collection was a questionnaire. Data were analyzed using statistics, including percentage, and mean, t-test ANOVA for testing hypothesis and Pearson Correlation for determining the relationship between the perception and services of financial and accounting work with a given statistical significance level of 0.05.

The results of this research indicated that most of the sample were females, aged 31-40 years, graduated with a higher bachelor's degree, worked as academic staff. In addition, overall perception of financial and accounting practices at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi was at a high level. Overall service quality of the financial and accounting work at Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi was at a high level. The results of testing hypothesis indicated that the respondents with different gender, age, and educational level had different perception and service provision of financial and accounting. Furthermore, the perception of financial and accounting practices was positively related with financial and accounting work service.

Keywords: Perception, Practices, Service Provision, Financial and Accounting

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	2
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการรับรู้.....	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องแนวปฏิบัติ.....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการให้บริการ.....	10
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	27
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	30
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	34
4.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี.....	37
4.3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานของการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการงานการเงินและ บัญชี.....	39
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงิน และบัญชี.....	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	46
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	48
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	48
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก.....	51
ประวัติผู้วิจัย.....	60



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ภาพที่ 2.1 แสดงแนวโน้มเกี่ยวกับประสานสนธิ (Closure).....	9
3.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซี่และมอร์แกน.....	28
4.1 แสดงจำนวน ความถี่ และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล.....	34
4.2 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้แนวปฏิบัติของ งานการเงินและบัญชี.....	37
4.3 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการให้บริการของงานการ เงินและบัญชี.....	38
4.4 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศ	39
4.5 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีจำแนก ตามอายุ.....	39
4.6 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตาม วุฒิการศึกษา.....	40
4.7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา.....	40
4.8 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล.....	41
4.9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล.....	42
4.10 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการให้บริการของงานการเงินและบัญชีจำแนกตามเพศ.....	43
4.11 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชีจำแนกตาม อายุ.....	43
4.12 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชีจำแนกตาม วุฒิการศึกษา.....	44
4.13 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชีจำแนกตาม ประเภทบุคคล.....	44
4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงิน และบัญชีโดยรวม.....	45



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยสถานการณ์ปัจจุบัน การบริการที่ตื่นับเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการ ซึ่งการบริการที่ตื่นับทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจเป็นสิ่งแรก โดยทางแผนกการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มุ่งเน้นการบริหารงานที่รวดเร็ว คล่องตัว ทันสมัย นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและให้บริการอย่างเท่าเทียมเสมอภาคกันแก่ผู้มาใช้บริการ ทางแผนกการเงินและบัญชีที่ผ่านมาไม่เคยมีการวัดคุณภาพการให้บริการ จึงได้ทำงานวิจัยฉบับนี้ขึ้นมา ด้วยเหตุผลนี้ ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป (แผนกการเงินและบัญชี) ได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการ เพื่อจะได้นำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง ที่จะพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ให้มีประสิทธิภาพตลอดจนให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของทุกธุรกิจ ขณะเดียวกันความไม่พึงพอใจ หรือข้อร้องเรียนของลูกค้าที่เกิดขึ้น ก็มีความสำคัญไม่น้อยกว่ากัน เมื่อเกิดข้อร้องเรียนขึ้น พนักงานผู้ให้บริการ หัวหน้าทีมบริการ หรือหน่วยธุรกิจขององค์กรจะมีวิธีตอบสนอง หรือสร้างระบบในการรับมือกับคำร้องเรียนนั้นอย่างไร ทำอย่างไรจึงจะเปลี่ยนข้อร้องเรียนให้เป็นความประทับใจ ด้วยกระบวนการหรือวิธีการแก้ไขข้อร้องเรียนนั้น ๆ ได้อย่างทันท่วงที ข้อมูลการร้องเรียนเหล่านี้บริษัทจำเป็นต้องรวบรวมและนำมาพิจารณาแก้ไข ป้องกันและจัดการอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว และแบบเชิงรุก

แผนกการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ถือเป็นฝ่ายที่สำคัญ เพราะเป็นฝ่ายที่ดูแลเรื่องค่าใช้จ่ายงบประมาณที่ได้จัดสรรจากมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามแผนมหาวิทยาลัย โดยใช้ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติด้านการเงิน บัญชี และพัสดุ และระเบียบของกรมบัญชีกลาง เป็นตัวควบคุมเพื่อให้ อาจารย์ และเจ้าหน้าที่ในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เบิกเงินถูกต้อง ซึ่งทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสาร การเบิกจ่ายในปัจจุบัน

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน อาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ยังขาดการรับรู้และแนวทางในการปฏิบัติงานทางด้านการเบิก - จ่าย ทางการเงิน ซึ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดทางด้านเอกสารการเบิกจ่าย และทำให้ส่งงานล่าช้าทางแผนกการเงินและบัญชี จึงหาวิธีการในการแก้ปัญหาเพื่อให้ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ รักษามาตรฐานเรื่องการเบิก-จ่าย ให้เป็นไปตาม กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพราะเล็งเห็นว่า การเบิกจ่ายเงินนั้นสำคัญ เพื่อลด

ความผิดพลาดของการเบิกจ่ายเงินให้ถูกต้อง ไม่เสียเวลา แล้วทันส่งใช้เงินยืม ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้บริการแก่อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ให้ดียิ่งขึ้นอีก

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี-ราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.2.4 เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- 1.3.1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน
- 1.3.2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตของเนื้อหา : ศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จำนวน 100 คน
- 1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษา
 - 1) ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประเภทบุคคล ลักษณะการมาติดต่อ ลักษณะการใช้วิธีติดต่อ ความถี่ในการติดต่อ
 - 2) ตัวแปรตาม คือ การรับรู้แนวปฏิบัติ การให้บริการ

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

1.5.1 การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่การมีสิ่งเร้ามา กระทับกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความ

1.5.2 แนวปฏิบัติ คือ การดำเนินงานของฝ่ายการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยดุสิตธานี และกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อมิให้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

1.5.3 การให้บริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ

1.5.4 ฝ่ายการเงินและบัญชี คือ การให้บริการงานด้านการเงิน บัญชี เพื่อสนับสนุนการจัดการศึกษาของคณะฯ ทั้งเงินงบประมาณแผ่นดิน และงบประมาณรายได้ ควบคุมดูแลงานงบประมาณ ให้ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1. สามารถนำผลการวิจัยเรื่องการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี ไปใช้เพื่อสร้างการรับรู้แนวปฏิบัติทางด้านการเบิกจ่ายได้

1.6.2. สามารถนำผลการวิจัยการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปฏิรูปการให้บริการในธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ ได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการนำเสนอ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรของสิ่งที่ผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาตั้งผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น จากงานวิจัยอื่นและเอกสารทางวิชาการจากแหล่งต่างๆเพื่อนำมากำหนด สมมติฐาน โดยมีการแบ่งเนื้อหาภายในบทนี้เป็น 5 ส่วน

- 1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการรับรู้
- 2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องแนวปฏิบัติ
- 3 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการให้บริการ
- 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการรับรู้

2.1.1 ความหมายของการรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการวิธี ของบุคคลแต่ละบุคคลในการตีความและประมวลผลต่อ ตัวกระตุ้นที่ เข้ามากระตุ้น แล้วสื่อออกมาให้เป็นความหมายต่างกันไป (Schiffman & Kanuk, 2000)

การรับรู้ คือ เกิดขึ้นโดยประสาทสัมผัสเกิดการรับสัมผัสขึ้น และมีการตีความถึงสัมผัสนั้นออกมา เป็นความหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่เรารู้จักและเข้าใจซึ่งแปลความหมายจากสิ่งสัมผัสนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้จาก ความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ที่เคยมีมา ซึ่งถ้าไม่มีความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์ชำนาญที่เคยมีหรือ การที่เราสัมผัส หรือเรื่องราวอื่นๆไปก็อาจจะไม่ก่อให้เกิดการรับรู้ขึ้นๆ ขึ้นโดยที่การรับรู้จะเกิดได้ขึ้นกับ การสัมผัสกับสิ่งเร้าโดยเฉพาะเท่านั้น (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2549)

การรับรู้ คือ บุคคลได้รับการตีความ กำหนดความหมายและสนองตอบต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งการรับรู้ จะแยกออกได้เป็น 2 สิ่ง ดังนี้คือการรับรู้ซึ่งข้อมูล และการกำหนดความหมายข้อมูลให้เป็นสิ่งที่เข้าใจหรือเป็น ข้อมูลข้อความถึงเข้าใจ การรับรู้ ควรจะต้องมีการรู้ ความหมายในข้อมูลหรือข้อความที่ส่งมาให้รู้เรื่องกัน มีความสนใจและมีความเชี่ยวชาญประสบการณ์ซึ่งจะทำให้ตี ความหมายข้อมูลได้อย่างถูกต้อง (บรรยงค์ ไตจินดา, 2543)

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามา กระทับกับ อวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ

2.1.2 กระบวนการของการรับรู้ (Process)

เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

Sensing -----> Memory -----> Learning -----> Decision making

กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้

1) มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบกาย ที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ

2) ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตา หู ฟัง จมูก ได้ กลิ่น ลิ้น รส และผิวหนังรู้ร้อนหนาว

3) ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส

4) การแปลความหมายของสิ่งที่เราสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ที่บทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้านั้นคืออะไรเมื่อมนุษย์เรารู้จักโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา ทำหน้าที่ดูคือ มองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือ ได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รู้รส จมูก ทำหน้าที่ดมคือ ได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึกร้อนเย็นถูกต้อง กระบวนการรับรู้ ก็สมบูรณ์แต่จริงๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่างๆ

2.1.3 กลไกของการรับรู้

กลไกการรับรู้เกิดขึ้นจากทั้ง สิ่งเร้าภายนอกและภายในอินทรีย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ) เป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการรับรู้ต้องมีความสมบูรณ์จึงจะสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้ดีเพราะอวัยวะสัมผัสรับสิ่งเร้า ที่มากระทบประสาทรับสัมผัสส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้สมองแปลความหมายออกมา เกิดเป็นการรับรู้ และอวัยวะสัมผัสของมนุษย์ มีขีดความสามารถจำกัด กลิ่นอ่อนเกินไป เสียงเบาเกินไป แสงน้อยเกินไปย่อมจะรับสัมผัสไม่ได้ ดังนั้นประเภท ขนาด คุณภาพของสิ่งเร้าจึงมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนอง สิ่งเร้าบางประเภทไม่สามารถกระตุ้นอวัยวะสัมผัสของเราได้ เช่น คลื่นวิทยุ

2.1.4 องค์ประกอบของการรับรู้

1) สิ่งเร้าได้แก่วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่างๆ

2) อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ถ้าไม่สมบูรณ์จะทำให้สูญเสียการรับรู้ได้

3) ประสาทในการรับสัมผัสเป็นตัวกลางส่งกระแสประสาทจากอวัยวะรับสัมผัสไปยังสมองส่วนกลางเพื่อการแปลความต่อไป

4) ประสบการณ์เดิม การรู้จัก การจำได้ ทำให้การรับรู้ได้ดีขึ้น

5) ค่านิยม ทักษะคติ

6) ความใส่ใจ ความตั้งใจ

7) สภาพจิตใจ อารมณ์ เช่น การคาดหวัง ความดีใจ เสียใจ

8) ความสามารถทางสติปัญญา ทำให้รับรู้ได้เร็ว

9) การจัดระบบการรับรู้

มนุษย์เมื่อพบสิ่งเร้าไม่ได้รับรู้ตามที่สิ่งเร้าปรากฏแต่นำมาจัดระบบตามหลักดังนี้

1. หลักแห่งความคล้ายคลึง (Principle of similarity) สิ่งเร้าใดที่มีความคล้ายกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน

2. หลักแห่งความใกล้เคียง (Principle of proximity) สิ่งเร้าที่มีความใกล้เคียงกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน

3. หลักแห่งความสมบูรณ์ (Principle of closure) เป็นการรับรู้สิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ขึ้น ความคงที่ของการรับรู้ (Perceptual constancy) ความคงที่ในการรับรู้มี 3 ประการ ได้แก่

1. การคงที่ของขนาด

2. การคงที่ของรูปแบบ รูปทรง

3. การคงที่ของสีและแสงสว่าง

2.1.5 ปัจจัยกำหนดการรับรู้

สิ่งเร้าอย่างเดียวกัน อาจจะทำให้คนสองคน สามารถรับรู้ต่างกันได้ การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และจะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม การศึกษา เป็นต้น

ดังนั้นการที่บุคคล จะเลือกรับรู้สิ่งเร้าใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขณะใดขณะหนึ่งนั้นจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท คือ อิทธิพลที่มาจากภายนอก ได้แก่ ความเข้มและขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) การกระทำซ้ำ ๆ (Repetition) สิ่งที่ตรงกันข้าม (Contrast) การเคลื่อนไหว (Movement) และอิทธิพลที่มาจากภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) การคาดหวัง (Expectancy) ความสนใจ อารมณ์ ความคิดและจินตนาการ ความรู้สึกต่างๆ ที่บุคคลได้รับ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ยังแบ่งออกได้อีกเช่นแบ่งปัจจัยของการรับรู้ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประการแรกลักษณะของผู้รับรู้ กับ ประการที่สองลักษณะของสิ่งเร้า ดังจะอธิบายดังนี้คือ ปัจจัยการรับรู้มี 2 ประเภทคือ

1) ลักษณะของผู้รับรู้

ลักษณะของผู้รับรู้พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย อย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพกับด้านจิตวิทยา

(1) ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะสัมผัสอื่น ๆ ปกติหรือไม่มี ความรู้สึกสัมผัสสมบูรณ์เพียงใด ความสมบูรณ์ของอวัยวะสัมผัสจะทำให้รับรู้ได้ดี การรับรู้บางอย่าง เกิดจากอวัยวะสัมผัส 2 ชนิดทำงานร่วมกัน อีกประการหนึ่งต้องขึ้นกับ ขอบเขตความสามารถในการรับรู้ ด้วยคือขอบเขตความสามารถโดยธรรมชาติในการรับรู้ของคน ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการสัมผัสและ ความสามารถในการแปลความหมายของสิ่งเร้า ความสามารถของอวัยวะสัมผัสมีขอบเขตจำกัด ไม่สามารถ รับสัมผัสสิ่งเร้าได้ทุกชนิด แสงที่มีความเข้มน้อยเกินไป วัตถุขนาดเล็กมากเราไม่สามารถมองเห็นได้ พวกรังสี คลื่นวิทยุ ประสาทหูรับไม่ได้ เสียงที่เบาเกินไปจนไม่ทำให้ แก้วหูสั่นสะเทือนเราก็ไม่ได้ยิน ความเข้มของสิ่งเร้า ที่สามารถทำให้ อวัยวะสัมผัสเกิด ความรู้สึกได้ เรียกว่า Threshold การเปลี่ยนแปลงความเข้ม หรือขนาด ของสิ่งเร้า เพื่อให้บุคคลสามารถรับรู้ได้ เรียกว่า The differential threshold ดังนั้นลักษณะของผู้รู้ ด้านกายภาพ หรือสรีระวิทยาของบุคคล จะต้องสมบูรณ์การรับรู้จึงจะสามารถแปลความออกมาได้

(2) ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มียุทธิต่อการรับรู้ นั้น มีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ ทักษะค่านิยม วัฒนธรรม ประสบการณ์เดิม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลจาก การเรียนรู้เดิม และ ประสบการณ์เดิม ทั้งสิ้น นักจิตวิทยา ถือว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่บุคคลเลือกสรรอย่างยิ่ง (High Selective) เริ่มตั้งแต่สัมผัส เลือกเอาเฉพาะ ที่ต้องการ และแปลความ ให้เข้ากับตนเอง บุคคลจึงจะเลือกรับรู้สำหรับลักษณะของผู้รู้ทางด้านจิตวิทยานั้น ยังมีปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ อีก 14 ข้อ คือ ความรู้เดิม ความต้องการหรือความปรารถนา สภาพของจิตหรืออารมณ์ เจตคติ อิทธิพลของสังคม ความตั้งใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลินที่มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจ คุณค่าและความสนใจที่มีผลต่อการรับรู้ ความดึงดูดในทางสังคม สติปัญญา การพิจารณาสังเกต ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้ และการคาดหวัง

2) ลักษณะของสิ่งเร้า

ลักษณะของสิ่งเร้าที่พิจารณาจาก การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใด ก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับว่า สิ่งเร้าดึงดูด ความสนใจ ความตั้งใจมากน้อยเพียงใด หรือไม่ ลักษณะของสิ่งเร้าที่มี อิทธิพลต่อการรับรู้มีดังนี้

(1) สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความสนใจและความตั้งใจ ได้แก่คุณสมบัติและคุณลักษณะของสิ่งเร้า ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ตนเอง ซึ่งถ้าสิ่งเร้ามีคุณสมบัติและลักษณะที่สนองธรรมชาติในการรับรู้ของคนเราก็จะ ทำให้มีความตั้งใจในการรับรู้ดีขึ้น

(2) ขนาดความเข้มข้นหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีความเข้มข้นมาก ก็รับรู้ได้มาก บังเกิด การรับรู้ได้ชัดแจ้ง ความชัดเจน ของสิ่งที่มองเห็นก็ดี ความดังของเสียงก็ดี การสัมผัสทางผิวหนังอย่างหนักก็ดี กลิ่นที่ฉุนจัดก็ดี เหล่านี้เป็น ความเข้มข้น ที่ทำให้เกิด ความรู้สึกจากการสัมผัสที่จัดแจ้งทั้งสิ้น ในสิ่งเร้าชนิด เดียวกันบุคคลจะเลือก รับรู้สิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นมากกว่า ก่อนสิ่งที่มีความเข้มข้น น้อยกว่า

(3) ความเปลี่ยนแปลงหรือความเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่มีการเปลี่ยนแปลง จะดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งเร้า ที่ไม่มีการ เปลี่ยนแปลง สิ่งเคลื่อนไหวดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าของที่อยู่ในลักษณะหยุดนิ่ง

(4) การกระทำซ้ำ ๆ ของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซ้ำซาก เรียกร้องให้เราสนใจ ได้มาก เช่น การโฆษณาสินค้าซ้ำบ่อย ๆ

(5) ความกว้างขวางหรือขนาดของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีขอบเขตจำกัดเกินไป เราก็รับสัมผัสได้ยาก เราจะรับสัมผัสได้ดี ถ้าสิ่งเร้ามีขนาด หรือมีอาณาเขตกว้างขวางพอสมควร สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ น่าสนใจ กว่าที่มีขนาดเล็ก

(6) ความแปลกใหม่ สิ่งเร้าที่ไม่เป็นไปตามปกติทำให้เกิดความตั้งใจมากกว่า เช่น แกะดำในฝูง แกะสีน้ำตาล

(7) ความคงทน สิ่งเร้าที่เร้าในระยะเวลายาวนานจะทำให้เรารับสัมผัสได้ยาก เราจะรับสัมผัสได้ ถ้าสิ่งเร้า นั้นเร้าอยู่นานพอสมควร

(8) ระยะทาง เป็นระยะทางพอสมควรไม่ใกล้หรือไกลเกินไป

(9) ลักษณะการตัดกัน (Contrast) ของสิ่งเร้าตามปกติภาพ (Figure) ควรให้สีเด่นขึ้นพื้น (Ground) สีจางลง สิ่งเร้าที่ตัดกัน จะดึงดูดความสนใจ ได้มากกว่าสิ่งที่คล้ายคลึงกัน

(10) สี แต่ละสีมีประสิทธิภาพในการดึงดูดสายตาได้ต่างกัน

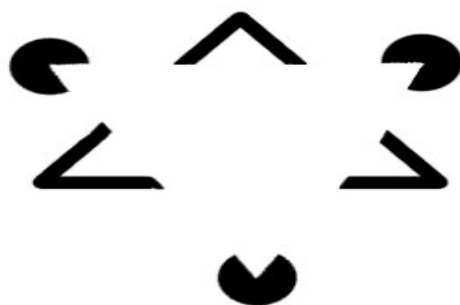
(11) การจัดลักษณะหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้าพวก Gestalt Psychologis เช่น เวอร์ธไฮเมอร์ (Wertheimer) และกอฟฟ์กา (Koffka) ได้ให้ความสนใจกับ Perception อย่างมาก ได้ให้หลักเกณฑ์ในการที่คนเรามีแนวโน้มที่จะจัดภาพที่มองเห็น โดยจัดกลุ่มวัตถุเรียง ตามกฎ 4 ประการดังต่อไปนี้

(12) กฎแห่งความคล้ายคลึง (the law of Similarity) ว่าสิ่งใดก็ตามที่มีลักษณะเหมือนกัน หรือ มีลักษณะสำคัญร่วมกัน อาจเป็นรูปร่าง หรือขนาดหรือสีเหมือนกันคนเรียมักจะรับรู้ร่วมกันเป็นสิ่งเดียวกันรับรู้ ว่าเป็นพวกเดียวกัน

(13) กฎแห่งความใกล้ชิด หรืออยู่ภายในขอบเขตที่ใกล้เคียงกัน (The law of Proximity) ว่าสิ่งที่ อยู่ใกล้กันคนเรียมักจะรับรู้ ว่า มีความเกี่ยวข้องกันมากกว่า สิ่งที่เหมือนกัน แต่อยู่ไกลกันออกไป คนเรียมักมีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้กันให้เป็นภาพเดียวกัน หรือเป็นหมวดหมู่เดียวกัน

(14) กฎแห่งความสมบูรณ์ หรือกฎแห่งความสิ้นสุด (The law of Closure) เป็นไปตามแนวคิด ของ Gestalt Psychology ที่ว่า มนุษย์เรารับรู้เป็นส่วนรวม มากกว่าที่จะรับรู้ เป็นส่วนย่อย ๆ ส่วนรวม มีความสำคัญมากกว่าสิ่งที่ย่อยที่มารวมกันและการรับรู้ประเภทนี้ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม จิตใจของคนเราย จะรู้สึกผิดปกติเมื่อมองเห็นสิ่งหนึ่งสิ่งใด ขาดตกบกพร่องไปจากสิ่งที่เราคิด และความคิดของเรา ก็จะหลอกให้ เรารับรู้ว่า มันเต็มสมบูรณ์โดยที่เราไม่ได้ตั้งใจ Closure เป็นภาพที่ใกล้จะสมบูรณ์ขาดความสมบูรณ์ไปเพียง เล็กน้อย แต่มนุษย์เรียมักมีแนวโน้มที่จะต่อเติม ส่วนที่ขาดหายไปของภาพ ให้เกิดภาพที่สมบูรณ์โดยพยายามมอง

ให้ภาพที่ไม่สมบูรณ์ สมบูรณ์ขึ้นมาเนื่องจากการรับรู้ซึ่งมีแนวโน้มเกี่ยวกับการประสานสนิท (Closure) ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้



Law of Closure:

Objects grouped together are seen as a whole.

We tend to ignore gaps and complete contour lines. In the image above, there are no triangles or circles, but our minds fill in the missing information to create familiar shapes and images.

ภาพที่ 2.1 แสดงแนวโน้มเกี่ยวกับการประสานสนิท (Closure)

(15) กฎแห่งความต่อเนื่อง (The law of Good Continuation) ถ้าไม่มีอะไรมาขัดขวางแล้ว คนเรามักจะรับรู้ในลักษณะเดียวกัน ต่อเนื่องกันตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเราเห็นเส้นตรงตั้งแต่ต้น เราก็มักสรุปเอาว่ามันเป็นเส้นตรงตลอด ความต่อเนื่อง (Continuity) เกิดจากสิ่งเร้ามีทิศทางไปทางเดียวกัน เช่น เราดูไฟกระพริบตามป้ายโฆษณา

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องแนวปฏิบัติ

2.2.1 ความหมายของแนวปฏิบัติ

แนวปฏิบัติ คือ การดำเนินงานของฝ่ายการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อมีให้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

2.2.2 ทฤษฎีแนวปฏิบัติ (Operational theory)

ใช้เป็นหลักในการบริหารและปฏิบัติงานสื่อสารทุกประเภทในสาขาวิทยาศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ เพื่อการเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน การสื่อสารพัฒนาการ การสื่อสารการเมืองหรือการสื่อสารธุรกิจ

ทฤษฎีการสื่อสารแนวปฏิบัติสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งในด้านการศึกษ การพัฒนาอารมณ์ และจิตใจ รวมทั้งการพัฒนาพฤติกรรม อาทิ การใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ ความเพลิดเพลิน ความบันเทิงหรือจิตบำบัด นอกจากนี้ยังจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

วิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรปริญญาตรี สาขานิเทศศาสตร์ จัดว่าเป็นการรวมทฤษฎีแนวปฏิบัติไว้ เพื่อสะดวกแก่การศึกษาทั้งในเชิงองค์รวมและเชิงแยกส่วนเชิงองค์รวมอยู่ในวิชาแกนบังคับร่วมเชิงแยกส่วนอยู่ในวิชาเอกบังคับสาขาต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการให้บริการ

2.3.1 ความหมายของการให้บริการ

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530 ให้ความหมายของคำว่า “ บริการ ” หมายถึง “ การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ ” ส่วนความหมายโดยทั่วไปที่มักกล่าวถึงคือ การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

การบริการ (Service) มีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลายทศวรรษ ดังนี้

การบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือ ความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอราคาขายหรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นร่วมกับการขายสินค้า (ฉัตรยาพร เสมอใจ , 2545:10 อ้างอิงจาก ขนิษฐา เสมอรักษ์ ,2551:18)

(สมิต สัจฉกร, 2545:13 อ้างอิงจาก ขนิษฐา เสมอรักษ์,2551:18) การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บริการบุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

(ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546 : 18 อ้างอิงจาก ขนิษฐา เสมอรักษ์, 2551 : 18) การให้บริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

Konosuke Matsushita (1989 : 78 อ้างอิงจาก มณีรัตน์ แดงอ่อน , 2551:28) ประธานและผู้ก่อตั้งบริษัทหมัตซึตะอิเล็กทรอนิกส์เทรียส จำกัด กล่าวว่า สินค้า การขาย และการบริการ คือสามเสาหลักที่มีอาจแยกออกจากกันได้ ธุรกิจที่ดีจำเป็นต้องมีความเอื้ออาทรต่อลูกค้า และความเอื้ออาทร นั้นแสดงออกตรงที่ การให้บริการธุรกิจที่ดีต้องมีสินค้าที่ดีและเหนืออื่นใดต้องมีบริการที่ดีด้วย เพราะด้วยบริการที่ดีธุรกิจสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพถึงจุดสูงสุดได้

Gronroos (1990 : 27 อ้างอิงจาก มณีรัตน์ แดงอ่อน , 2551:28) ได้ขยายความคำว่าบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากจัดต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และหรือลูกค้าบริษัทผลิตสินค้า และหรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้ เพื่อช่วยผ่อนคลาปัญหาของลูกค้า

สรุปได้ว่า การบริการ คือการกระทำอย่างหนึ่งเมื่อบุคคลเข้ามาใช้บริการ ต้องได้รับความช่วยเหลือ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น การขาย การซื้อ การปฏิสัมพันธ์ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาคือการบริการ

2.3.2 แนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ

พาราซูรามาน และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1990) เสนอว่า คุณภาพเป็นสิ่งที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพก็คือ การบริการที่ดีที่สุด โดยมีคุณค่า และมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการผลิตภัณฑ์ ผู้รับบริการจะได้รับการบริการเป็นไปตามที่คาดหวัง



การบริการมีคุณภาพ (Juran and Gryna, 1998 ; Hutchins, 1985: 165 ; Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990: 16) คุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้า ในผลิตภัณฑ์ หรือบริการ กับการรับรู้ที่แท้จริงที่มี โดยหากลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ เหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่คาดหวัง ก็ถือได้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเอง และคุณภาพการให้บริการนี้



รอส โกทซ์ และเดวิส (Ross, Goetsch and Davis, 1997: 11-13) อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือการบริการจัดการน้อย แต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก กับในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการ มักไม่สามารถทำการทำนายได้เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (behavior of the delivery person) ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์การ (image of the organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการจนถึงการสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดีขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการในขณะนั้น จากที่ได้กล่าวถึงทัศนคติของนักวิชาการดังกล่าว การศึกษาคุณภาพการให้บริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และเป็นมุมมองในเชิงคุณภาพที่สำคัญที่พึงได้รับความสนใจ



2.3.3 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982) สมิธ และฮุสตัน (Smith and Houston, 1982 cited in Khantanapha, 2000) พาราซูรามาน และคณะ (Parasuraman et al., 1988) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (service quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง (expectation-WHAT THEY WANT) กับการรับรู้ (perception-WHAT THEY GET)

ลิวอิสและบลูม (Lewis, and Bloom, 1983) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็น

สิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (delivering service quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

กรอนรูส (Gronroos, 1982; 1990: 17) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมินนั่นเอง

ครอสบี (Crosby, 1988: 15) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการและสามารถที่จะทราบของต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

2.3.4 ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ



ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า (customer value) (Cronin, and Taylor, 1992; Oliver, 1993; Zeithaml, Parasuraman, and Berry, 1988) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการเป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993)

ส่วนแนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนินและเทเลอร์ (Cronin and Taylor, 1992) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการที่ได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มีรับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด คอร์ดับเบิลสกี รัสท์ และซาร์ฮอริก (Cordupleski, Rust, and Zahorik, 1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์การที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่งคือบิตเนอร์ (Bitner, 1992) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดโดยผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

โดยประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก่อให้เกิดกรอบการพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองนัยยะ กล่าวคือ นัยยะแรก คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และนัยยะที่สองคุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ (service quality) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัย

ส่วนใหญ่มักให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลักคือแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สอง วัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีแทมส์ พาราชูรามานคำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการ หรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะในประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั่นเองเพียงแค่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ดูจะรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ



2.3.5 เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 50) อธิบายให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ โดยพื้นฐานแล้วนับเป็นเรื่องที่ยากเนื่องจากธรรมชาติความไม่แน่นอนของงานบริการที่จับต้องไม่ได้และคาดหมายลำบาก จึงได้มีความพยายามจากนักวิชาการมาโดยต่อเนื่องในการพยายามค้นหาแนวทางการประเมินหรือวัดคุณภาพการให้บริการที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงมิติของการปฏิบัติและสามารถนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเด่นชัดที่สุด

กรอนรูส (Gronroos, 1984) ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) เป็นภาพแห่งมิติของคุณภาพที่ส่งผลกระทบต่อทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการจะมีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระดับของคุณภาพเชิงเทคนิค และคุณภาพเชิงหน้าที่นั่นเอง ทั้งนี้ กรอนรูส ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ตามหลัก 6 ประการ ดังนี้

1) การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (professionalism and skill) เป็นการพิจารณาว่า ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความรู้และทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2) ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (attitude and behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3) การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (accessibility and flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการ และเวลาที่ได้รับการจากผู้ให้บริการ รวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4) ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (reliability and trustworthiness) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่เข้ารับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน

5) การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้น หรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไขสถานการณ์นั้น ๆ ได้ทันทางที่ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (reputation and credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

กรอนรูส (Gronroos, 1982; 1983; 1984) ตามที่ได้กล่าวมานั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาคุณภาพที่เน้นหนักในเชิงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง ผลงานที่สำคัญอันเป็นแนวคิดของกรอนรูสคือข้อเสนอในเชิงแนวคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่เขาเรียกว่า “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality-PSQ) และ “คุณภาพการให้บริการที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด” (Total Perceived Quality-TPQ) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่มีต่อการประเมินคุณภาพของบริการภายหลังจากที่เข้ารับบริการแล้ว (ปรับปรุงจาก อธิวิทย์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา, 2547: 182 โดยผู้เขียน) ต่อมาในปี ค.ศ.1990 กรอนรูส (Gronroos, 1990: 40-42) ได้อธิบายแนวคิดในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด ว่า เป็นคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการรับรู้ โดยเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. คุณภาพที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการคาดหวัง (expected quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การสื่อสารทางการตลาด (marketing communication) ภาพลักษณ์ขององค์กร (corporate image) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (word-of-mouth communication) และความต้องการของลูกค้า (customer needs)

2. คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ (experiences quality) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ขององค์กร (corporate image) คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) และคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality)

(ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต, 2011) สรุปได้ว่า ลูกค้าที่รับบริการมักจะทำการประเมินคุณภาพของการให้บริการโดยการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ของการใช้บริการว่าคุณภาพทั้งสองด้านนั้น สอดคล้องกันหรือไม่ หรือมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกัน

แล้ว จะกลายเป็นคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality-TPQ) และทำการสรุปผลขั้นสุดท้าย เป็นคุณภาพที่รับรู้ได้ (Perceived Service Quality-PSQ) นั่นเอง ซึ่งหากผลจากการเปรียบเทียบพบว่า คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ไม่เป็นไปหรือไม่สอดคล้องกับคุณภาพที่คาดหวังจะทำให้มีการรับรู้ของลูกค้าที่ดี หรือไม่อย่างไร ส่วนนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้ให้ความสนใจทำการศึกษาค้นคว้าเพื่อใช้ชี้วัดคุณภาพ การให้บริการ และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายก็คือ พาราซูรามานและคณะในผลงานการวิจัยเชิงสำรวจ และบทความตีพิมพ์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ผลงานเมื่อปี ค.ศ.1985, 1988 และ 1990 ซึ่งได้ต่อยอดจากผลงานความคิดของกรอนรูส (Gronroos, 1982; 1984) และได้รับการพัฒนามาเป็นกรอบแนวคิด พื้นฐานเรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการบัซเซลและเกลล์ (Buzzle and Gale, 1985 อ้างถึงในอนุวัฒน์ ศุภชุตินุกูลและคณะ, 2542: 2-3) ได้กล่าวถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการไว้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ จะถูกกำหนดโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็น ผู้พิจารณาว่าอะไรที่เรียกว่าคุณภาพ โดยไม่ได้ใส่ใจว่ากระบวนการทำให้การบริการเกิดขึ้นนั้นเป็นอย่างไร อย่างไรก็ตาม ลูกค้าหรือผู้รับบริการแต่ละคนย่อมมีมุมมองในเรื่องคุณภาพที่อาจแตกต่างกันไปบ้าง

2. คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องค้นหาอยู่ตลอดเวลาไม่มีจุดสิ้นสุด โดยที่เรา ไม่สามารถกำหนดคุณภาพการให้บริการให้เป็นไปโดยเฉพาะเจาะจง หรือเป็นสูตรสำเร็จตายตัวได้ การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจึงต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทั้งในช่วงเวลาที่กิจการดำเนินไปได้ด้วยดีหรือไม่ดี ก็ตาม

3. คุณภาพการให้บริการ จะเกิดขึ้นได้ด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น ผู้ปฏิบัติงานในส่วนใด การควบคุมคุณภาพของการปฏิบัติงานของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ การให้บริการที่มีคุณภาพได้ สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องได้รับคือการปลุกฝังจิตสำนึกความรับผิดชอบ ต่อการให้บริการ และการนำเสนอบริการที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ทั้งต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้าหรือผู้รับบริการ

4. คุณภาพการให้บริการ การบริหารการบริการ และการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่อาจแยกออก จากกันได้ ในการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ผู้ปฏิบัติงานให้บริการจะเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจ คำติชมผลงาน ซึ่งให้การนี้ ผู้บริการจะต้องเอาใจใส่ต่อการบริหารจัดการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานบริการด้วยความจริงใจและสร้างสรรค์ ภายใต้ความมุ่งหวังที่จะให้บริการที่ออกมามีคุณภาพดี

5. คุณภาพการให้บริการ จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นธรรม

6. คุณภาพการให้บริการจะดีเพียงนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของการบริการภายในองค์กรที่เน้น ความเป็นธรรมและคุณค่าของคน โดยองค์กรที่ให้บริการที่สามารถปฏิบัติต่อลูกค้า และบุคลากรขององค์กรได้ อย่างเท่าเทียมกัน ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการอย่างแท้จริง

7. คุณภาพการให้บริการ ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการให้บริการ แม้ว่าคุณภาพการให้บริการ จะไม่สามารถหรือยากที่จะกำหนดตายตัวลงไป แต่การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมของการบริการไว้ล่วงหน้า

รวมทั้งการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ย่อมก่อให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพที่ดี

8. คุณภาพการให้บริการ หมายถึงการรักษาความมั่นใจสัญญาว่าองค์กรจะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการได้อย่างที่เป็นไปตามความคาดหวัง และเป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ปฏิบัติงานให้บริการนอกเหนือจากที่กล่าวไปแล้ว สตีฟ และคูก (Steve and Cook, 1995: 53) ยังชี้ให้เห็นด้วยว่า การเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและความต้องการส่วนบุคคลแล้วคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรที่ให้บริการยังสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ 9 ประการดังต่อไปนี้

- 8.1 การเข้าถึงบริการได้ทันทีตามความต้องการของผู้ให้บริการ
- 8.2 ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
- 8.3 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
- 8.4 การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน
- 8.5 ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ
- 8.6 คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ
- 8.7 ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ
- 8.8 ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
- 8.9 ความรวดเร็วในการให้บริการ

นักวิชาการที่ได้กล่าวถึงหลักการพิจารณาคุณภาพการให้บริการยังได้แก่ เคอร์ซและโคล (Krutz and Clow, 1998) ซึ่งได้เสนอ หลักพิจารณา 3 ประการ ประกอบด้วย (1) คุณภาพการให้บริการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าประเมินได้ยากกว่าคุณภาพของสินค้า (2) คุณภาพการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลผลิตของการให้บริการ และจะประเมินจากกระบวนการที่บริการนั้นเกิดขึ้น และ (3) คุณภาพการให้บริการเกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ กับระดับของการบริการที่ได้รับจริง จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการนั้น เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนและหลากหลายในแง่มุมของการพิจารณา แต่กระนั้น เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญซึ่งผู้บริหารขององค์กรพึงให้ความสำคัญและทุ่มเทความสนใจ องค์กรที่ต้องการความสำเร็จของการประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน จึงต้องให้ความสนใจต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการให้บริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจ จากความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการให้ได้อย่างเด่นชัด

2.3.6 องค์ประกอบของคุณภาพบริการ

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542) กล่าวว่าบริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า การบริการเป็นกระบวนการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ผู้ให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำงานเพื่อผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากคำในภาษาอังกฤษคำว่า Service ได้มีนักบริหารหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายโดยแยกเป็นตัวอักษรและมีความหมายดังนี้

S = Service concept คือ แนวคิดรวบยอดในการบริการและการสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้า ผู้มาติดต่อหรือมาขอใช้บริการและรับบริการ

E = Enthusiasm คือ ความกระตือรือร้น หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น พร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

R = Readiness, Rapidness คือ ความพร้อมและความรวดเร็ว หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็วฉับพลัน ทันใจ และทันเวลา

V = Values คือ ความมีคุณค่า หมายถึง การทำทุกวิถีทางให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจตลอดทั้งได้คุณค่าไปจากการบริการ

I = Interesting, Impression, Courtesy คือ ความสะอาด ความถูกต้องและความมีไมตรีจิต สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของการขายสถานที่ต้อนรับลูกค้า ควรมีความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องความถูกต้องและมีไมตรีจิตต่อลูกค้า ให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

C = Cleanliness, Correctives, Courtesy คือ ความสะอาด ความถูกต้องและความมีไมตรีจิต สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของการขายสถานที่ต้อนรับลูกค้า ควรมีความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องความถูกต้องและมีไมตรีจิตต่อลูกค้า ให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

E = Endurance คือ ความอดทน และการรู้จักควบคุมอารมณ์

S = Sincerity คือ ความจริงใจและการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส

สุภาพร วงษ์จำปี (2557, หน้า14) สรุปได้ว่าองค์ประกอบของคุณภาพบริการกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้าแนวคิดรวบยอดในการบริการ ความกระตือรือร้น ความพร้อมและความรวดเร็ว ความมีคุณค่า ความสะอาด ความถูกต้องและความมีไมตรีจิตสะอาด ความถูกต้องความมีไมตรีจิต ความอดทน และการรู้จักควบคุมอารมณ์และความจริงใจและการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส

2.3.7 ลักษณะของการบริการ

ประสิทธิ์ พรรณพิสุทธิ์ (2540, หน้า22) ได้กล่าวถึงลักษณะการให้บริการเพื่อการให้บริการเกิด ความรวดเร็วถูกต้อง ครบถ้วนทุกขั้นตอน และมีความเสมอภาค 2 ลักษณะคือ

1. การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) คือ การให้บริการในสถานที่ เดียวทั้งหมด ทุกหน่วยงานที่ให้บริการที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและต้องให้บริการแล้วเสร็จเพียงครั้งเดียวโดยผู้มาติดต่อ ใช้เวลาน้อยและเกิดความพึงพอใจ

2. การให้บริการแบบอัตโนมัติ (Automatic Service) เป็นการให้บริการโดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีอุปกรณ์เพียงพอ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดคน

พาราสุ รามาน, ไชแธมวาล และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ยังได้กำหนดมิติในการวัดคุณภาพบริการไว้ 10 ด้าน ดังนี้

1. ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะสภาพแวดล้อมที่ ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคลากร

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

3. การตอบสนอง (Responsiveness) การตอบสนองความต้องการของผู้ ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างทันท่วงที

4. ความสามารถ (Competency) ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ถูกต้องเหมาะสม

5. ความมีมารยาท (Courtesy) การบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อมให้เกียรติต่อผู้ใช้บริการ

6. ความน่าศรัทธา (Credibility) ความเชื่อถือได้ บริการที่ซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ

7. ความปลอดภัย (Security) ความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) การเข้าใช้บริการง่ายสะดวกไม่ยุ่งยาก

9. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างกระจ่างเข้าใจหมดข้อสงสัย

10. ความเข้าใจ (Understanding The Customer) ความเข้าใจถึงความต้องการของ

ผู้ใช้บริการต่อมาได้มีการพัฒนามิติการวัดคุณภาพบริการจาก 10 ด้านเหลือ 5 ด้าน (ประภาวดี สืบสนธิ์ 2546, พรวิฑู โคว์คชาภรณ์, 2543) คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความเชื่อถือของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ

2. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การสนองตอบความต้องการของผู้ ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที

3. ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการ ความสุภาพให้เกียรติผู้ใช้บริการ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้ใช้

4. ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ให้ความสนใจผู้ใช้แต่ละคนความใกล้ชิดสนิทสนม ความรู้สึกที่สามารถรับรู้ถึงความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการข้อจำกัด และปัญหาของผู้ใช้

5. ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) คือสิ่งอำนวยความสะดวกที่มองเห็นเป็นรูปธรรม เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ บุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

2.3.8 เครื่องมือศึกษาคุณภาพการให้บริการ

ข้อสรุปทั่วไปจากงานวิจัยข้างต้น ซีแธมล์ พาราสุรามานและคณะ (Ziethaml, Parasuraman, and Berry, 1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (dimension of service quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการรวม 22 คำถามด้วยกัน ซึ่งได้รับความนิยอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550: 75) ตัวแปรหลัก 10 ตัวแปรที่ซีแธมล์ พาราสุรามานและคณะที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการ สามารถสรุปได้ในตารางด้านล่าง ก่อนที่จะมีการปรับปรุงให้คงเหลือเพียง 5 ตัวแปรหลักและได้ให้ความหมายของมิติหรือมุมมองของคุณภาพการให้บริการไว้กล่าวคือ

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือการบริการที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 ความกระตือรือร้น (responsiveness) หมายถึง การที่องค์กรที่ให้บริการแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยหรือปัญหาต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (understanding of customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการภายหลังตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการนำมาทดสอบซ้ำจากจากโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกลุ่มทั้งสิ้น 12 กลุ่ม คำตอบที่ได้

จากการสัมภาษณ์จำนวน 97 คำตอบ ได้ทำการจับกลุ่มเหลือเพียง 10 กลุ่มที่แสดงถึงคุณภาพการให้บริการ โดยแบบวัด SERVQUAL นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน และส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในการแปลคะแนนของแบบวัด SERVQUAL สามารถทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้ในบริการลบกับคะแนนความคาดหวังในบริการ และถ้าผลลัพธ์ของคะแนนอยู่ในช่วงคะแนนตั้งแต่ +6 ถึง -6 แสดงว่า องค์กรหรือหน่วยงานดังกล่าวมีคุณภาพการให้บริการในระดับดี ทั้งนี้ นักวิชาการที่ทำการวิจัยดังกล่าว ได้นำหลักวิชาสถิติเพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990: 28; Lovelock, 1996: 464-466) ประกอบด้วย



มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้



มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว



มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

SERVQUALได้รับความนิยมนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้วิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์การ นอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้การพัฒนาการให้บริการประสบผลสำเร็จ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Research Works)

ชาติชาย ทองสวัสดิ์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการสื่อสารภายใน องค์กรของ พนักงานบริษัทขุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาถึงการสื่อสาร ภายในองค์กร และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยศึกษาวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจกลุ่มพนักงาน บริษัทฯ จำนวน 281 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง โดยเปิดรับข่าวสาร 21 ประเภทประกาศ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลส่วนใหญ่เปิดรับจาก เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบอร์ดประกาศ โดยมีอุปสรรคสำคัญคือ มีปัญหาการสื่อสารไม่ทั่วถึง และพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ให้ผลการรับรู้ไม่ต่างกัน สำหรับ รูปแบบการสื่อสาร เพศกับอายุที่ต่างกันมีความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสาร ในทางกลับกัน ระดับ การศึกษาที่ต่างกันมีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่ต่างกัน

อุไร ดวงระหว่า (2554 : บทความย่อ) ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent Samples t-test , One-Way ANOVA และทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา และคณะ/วิทยาลัย ที่ศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยรวมแตกต่างกัน ทุกปัจจัย ยกเว้นเพศ ส่วนปัจจัยการให้บริการได้แก่ ด้านการใช้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ ด้านบุคลากรหรือผู้ให้บริการ ด้านรูปแบบการให้บริการและด้านระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง

เกษกนก ศศิบรรยศ (2556 : บทความย่อ) การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อ ความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจการรับรู้คุณภาพการให้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชน ในเขต จังหวัดชลบุรี (2) สำรวจคุณค่าที่รับรู้จากการให้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัด ชลบุรี (3) สำรวจความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี

(4) วิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามในเขตจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 10 กลุ่ม จำแนกตามรายชื่อคลินิกเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.7–1.00 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการคุณค่าที่รับรู้จากการเข้ารับบริการ และความภักดีต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์พบว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความมั่นใจต่อลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีอิทธิพลต่อความภักดีซึ่งด้านความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อความภักดี ส่วนคุณค่าที่รับรู้จากการเข้ารับบริการมีอิทธิพลต่อความภักดี และพบว่าคุณค่าที่รับรู้ จากการเข้ารับบริการส่งผลต่อความภักดีมากกว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามในเขตจังหวัดชลบุรี

ปวีณ์วัศร์ ทรัพย์ปราษฎ์ (2561 : บทคัดย่อ) การรับรู้คุณภาพการให้บริการการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าช้ขงงานแสดงสินค้า การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดและการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าช้ขงงานแสดงสินค้าตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ช้ขงงานแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.892 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุการศึกษผลว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดและการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าช้ขงงานแสดงสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ยุพิน เกื่อนศรี (2550 : บทคัดย่อ) การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการของฝ่ายการเงินและพัสดุ ในสถาบันราชภัฏอุดรดิตต์ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการศึกษาถึงประสิทธิภาพในการให้บริการและระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการของฝ่ายการเงินและพัสดุในสถาบันราชภัฏอุดรดิตต์ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนหนึ่งเป็นการศึกษาเชิงเอกสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ได้ตัวแบบที่เหมาะสม ส่วนที่สองในการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งได้ใช้กลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มจากบุคลากรและนักศึกษาใน

สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ รวมถึงบุคลากรภายนอกที่ใช้บริการจากฝ่ายการเงินและพัสดุ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการของฝ่ายการเงินอยู่ในเกณฑ์พอใช้ส่วนฝ่ายพัสดุอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน

เบญจภา แจ้งเวชฉาย (2559 : บทคัดย่อ) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 220 คนที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 78.10 ในขณะที่คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

สุภาพร วงษ์จำปี (2557 : บทคัดย่อ) การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยประชากรในการศึกษาคือประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 6,221 คน ใช้สูตรการคำนวณ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ได้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test, One-way ANOVA และทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least significant difference test) ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 ปีขึ้นไป - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบธุรกิจส่วนตัว ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลูพบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภค และด้านการตอบสนอง

ต่อผู้บริโภค มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

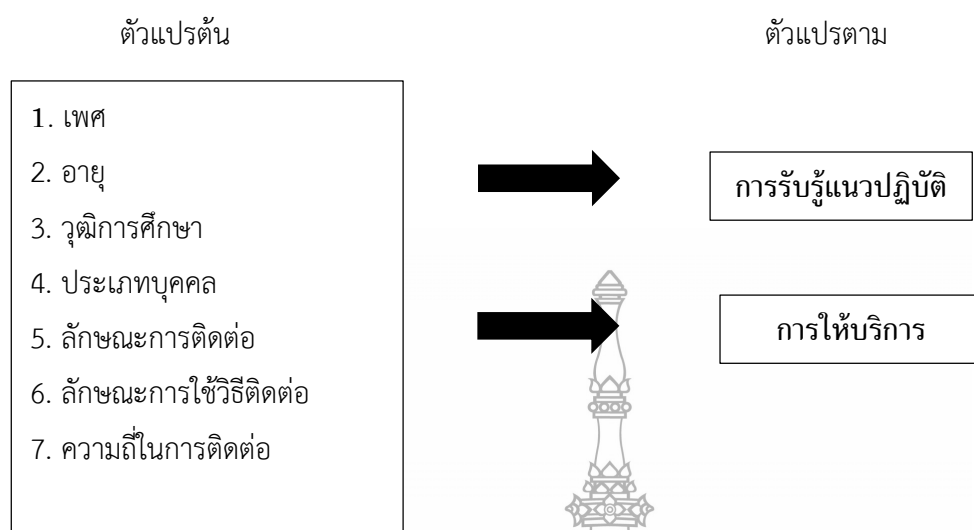
นรินทร์ ปรัชญกุล (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลบ้านฉาง พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมทุกด้านและรายด้านทั้ง 10 ด้าน ทั้งในกรณีการบริการภายในสถานที่ และภายนอกสถานที่ มี คุณภาพการให้บริการในระดับปานกลาง โดยด้านความสะดวกสบาย ด้านความเป็นธรรม ด้านคุณภาพ ด้านความเสมอภาค ด้านความทั่วถึงและด้านความต่อเนื่องเป็นด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าในภาพรวม ขณะที่ด้านประสิทธิภาพ ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ และด้านการสนองตอบความพึงพอใจ เป็นด้านที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าในภาพรวม ส่วนการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นต่อคุณภาพการบริการทั้ง 10 ด้าน และในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกันยกเว้นในประเด็น ด้านความต่อเนื่อง กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อคุณภาพการบริการในด้านความเสมอภาค ด้านการสนองตอบความพึงพอใจ ด้านความต่อเนื่อง ด้านคุณภาพและในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

กนกวรรณ บุญยาสัย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 5,801 คนกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1976) จำนวน 374 คน สถิติที่ใช้ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ One-way ANOVA ในการวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว และหากพบว่าความแตกต่างจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และอันดับสุดท้ายคือด้านความเอาใจใส่ผู้รับบริการ และการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ประชาชนที่มีเพศ อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย แต่ประชาชนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ปัญหา เพียรวิวัฒน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพผู้รับบริการ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลท่าหลวง จำนวน 2,339 คน ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 343 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพผู้รับบริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ การวัดระดับคุณภาพการให้บริการเลือกใช้สถิติ ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ระดับการศึกษา และอาชีพผู้รับบริการ ใช้สถิติ t-test และ One-way ANOVA ที่ระดับ 0.05 จากรายงานการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของการบริการพบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับดีมาก ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้รับบริการงานสวัสดิการสังคมที่มีเพศ อายุ รายได้ และอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของเทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การตรวจสอบเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาที่ทำวิจัย
8. สถานที่ทำการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 100 คน

3.1.2. กลุ่มตัวอย่าง

การหากกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ด้วยการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรเช่นเดียวกันและกำหนดให้ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

$$n = \frac{\chi^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + \chi^2 p(1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

χ^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($\chi^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

ตารางที่ 3-1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของครูซีและมอร์แกน

ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

จากการดูขนาดของกลุ่มตัวอย่างของครูซีและมอร์แกน กลุ่มประชากร 100 คน ขนาดตัวอย่าง 100 คน เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ อาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จำนวน 100 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แนวทางในการสร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ และเอกสารที่เกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะเป็นการเลือกตอบ (Check-List) เป็นคำถามปลายปิด มีจำนวน 7 ข้อ ดังนี้

ข้อ 1 เพศ

ข้อ 2 อายุ

ข้อ 3 วุฒิการศึกษา

ข้อ 4 ประเภทบุคคล

ข้อ 5. ลักษณะการติดต่อ

ข้อ 6. ลักษณะการใช้ชีวิตติดต่อ

ข้อ 7. ความถี่ในการติดต่อ

ตอนที่ 2 การรับรู้แนวปฏิบัติ ซึ่งเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

สอบถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตาม (Likert Scale)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การให้บริการ ซึ่งเป็นแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

สอบถามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตาม (Likert Scale)

ระดับคะแนน 5 หมายถึง การให้บริการมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง การให้บริการมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง การให้บริการปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง การให้บริการน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง การให้บริการน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิด สอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

การแปลความหมายคะแนนของการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น.75)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

3.3.1 การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ความครอบคลุมทางเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม โดยนำมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence: IOC) ถ้าค่า IOC มากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามข้อนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งมีความเที่ยงตรงใช้ได้

3.3.2 นำแบบสอบถามมาปรับปรุง และนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการเก็บข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถามจากอาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 100 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่น่ามาใช้ประกอบการทำการศึกษา ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา บทความ วิทยานิพนธ์ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องสมบูรณ์แบบของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัสนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
4. วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเนื้อหา โดยการใช้วิธีการสรุปประเด็นและการวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้
 - 4.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
 - 4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี โดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 - 4.3 วิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานของการรับรู้และการให้บริการของงานการเงินและบัญชี โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)
 - 4.4 วิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีมีความสัมพันธ์ต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) โดยใช้
 - 1) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล
 - 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ SD) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ข้อมูลเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้สถิติ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (X) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) โดยมีเกณฑ์การแปรผลระดับการมีส่วนร่วมในคุณภาพการให้บริการ
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัยโดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานดังนี้
 - 1) การวิเคราะห์สมมติฐานด้วย Independent Sample t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปร โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 - 2) การวิเคราะห์สมมติฐานด้วย One-Way ANOVA : F-test เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนและวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลที่มีมากกว่า 2 ตัวแปรขึ้นไป โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กรณีที่เกิดผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างต่างกัน

3) การวิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์ต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชี โดยใช้สมมติฐานด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีเกณฑ์เปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 2541, น.135)

$r = 0.50$ ถึง 1.00	ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับสูง
$r = 0.30$ ถึง 0.49	ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
$r = 0.01$ ถึง 0.29	ถือว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
$r = 0.000$	ถือว่าข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนเครื่องหมาย + หรือ - แสดงถึงลักษณะความสัมพันธ์ดังนี้

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก หมายความว่า ตัวแปร มีลักษณะเพิ่มหรือลดตามกัน

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ หมายความว่า ตัวแปร มีลักษณะเพิ่มหรือลดตรงข้ามกัน

3.7 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการ จากตำรา เอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาสาระตามหัวข้องานวิจัย

2. ศึกษาแบบสอบถามต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบข่ายในการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับตัวแปรที่จะศึกษา ตลอดจนเปรียบเทียบและปรับปรุงให้มีความเหมาะสม

3. สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยและนำไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนข้อเสนอแนะอื่น ๆ ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น

4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

บทที่ 4

ผลวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จำนวน 100 ชุด ซึ่งได้นำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ อาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ของอาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สมมติฐานของการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี โดยรวม ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) มี 2 สมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศแตกต่างกัน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที (T-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสองของความแปรผัน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
LSD	แทน	Least Significant Difference

r แทน ค่าสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

Sig. แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกลักษณะสำคัญทางสถิติ

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามอาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	19	19.00
หญิง	81	81.00
รวม	100	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	21	21.00
31 - 40 ปี	38	38.00
41 - 50 ปี	20	20.00
51 ปีขึ้นไป	21	21.00
รวม	100	100.00
วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	8.00
ปริญญาตรี	27	27.00
สูงกว่าปริญญาตรี	65	65.00
รวม	100	100.00
ประเภทบุคคล		
ข้าราชการ	24	24.00
พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ	36	36.00
พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน	30	30.00
ลูกจ้างประจำ	6	6.00
ลูกจ้างชั่วคราว	4	4.00
รวม	100	100.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n = 100)	ร้อยละ
ลักษณะงานที่มาติดต่อ		
ขอข้อมูล	57	57.00
ประสานงาน	44	44.00
รับบริการ	82	82.00
อื่น ๆ	1	1.00
รวม	184	184.00
ลักษณะการใช้วิธีการติดต่อ		
มาติดต่อเอง	90	90.00
ทางโทรศัพท์	50	50.00
ทาง Line	55	55.00
อื่น ๆ	1	1.00
รวม	196	196.00
ความถี่ในการติดต่อกับงานการเงินและบัญชี		
ทุกวัน	2	2.00
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	3	3.00
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	26	26.00
1 ครั้ง/เดือน	42	42.00
2-3 ครั้ง/เดือน	25	25.00
อื่น ๆ	22	22.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.00 ที่เหลือเป็นเพศชายร้อยละ 19.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาได้แก่ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี และ มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่วุฒิการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.00 และวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.00 และลูกจ้างชั่วคราว คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ พบว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่ลักษณะงานที่มาติดต่อ รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาได้แก่ ขอข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 57.00 ประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ อื่น ๆ คือทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับบัญชีการเงิน ทางผู้ตอบแบบจะเข้ามาเพื่อทำการขอความรู้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการติดต่อ มาติดต่อเอง คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาได้แก่ ทาง Line คิดเป็นร้อยละ 55.00 ทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 50.00 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 คือ จากแฟ้มเซ็นต์ชื่อ ตามลำดับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความถี่ ในการติดต่อกับงานการเงินและบัญชี ติดต่อ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ติดต่อ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 26.00 ติดต่อ 2-3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.00 เนื่องจาก ถ้ามีงานที่เกี่ยวข้องกับบัญชีการเงินถึงจะได้มาติดต่อ ติดต่อ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ติดต่อ ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของ งานการเงินและบัญชี โดยจะวิเคราะห์เป็นรายข้อ จำนวน 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรฐานประมาณ ค่า (Rating scale) มีจำนวนข้อคำถาม ดังนี้

การรับรู้แนวปฏิบัติงานการเงินและบัญชี จำนวน 5 ข้อ

การให้บริการการเงินและบัญชี จำนวน 5 ข้อ

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยอย่างยิ่งหรือมีระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยหรือมีระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่แน่ใจหรือมีระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วยหรือมีระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งหรือมีระดับน้อยที่สุด

4.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี

การรับรู้แนวปฏิบัติ	\bar{X}	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. ท่านรับรู้เรื่องการอนุมัติโครงการรายจ่าย ต้องการให้เจ้าหน้าที่การเงินตรวจสอบเอกสารให้เรียบร้อยก่อนส่งไปอนุมัติ	3.66	0.714	มาก	3
2. ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าอาหารในการอบรม โดยใช้ใบเสร็จร้านค้าแทนใบสำคัญเงิน	3.67	0.711	มาก	2
3. ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าตอบแทนปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ โดยให้บุคคลที่จะปฏิบัติงานนอกเวลาราชการทำหนังสือให้คนบติลงนามอนุมัติก่อนส่งแผนกการเงิน	3.12	0.671	ปานกลาง	4
4. ท่านรับรู้ว่าการเบิกจ่ายเงิน โดยยึดระเบียบปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด	3.96	0.634	มาก	1
5. โดยภาพรวมท่านรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงิน โดยเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการเบิก-จ่ายเงิน	2.70	0.541	ปานกลาง	5
รวม	3.42	0.3060	ปานกลาง	

ตามตารางที่ 4.2 พบว่า การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี มีการรับรู้แนวปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเบิกจ่ายเงิน โดยยึดระเบียบปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โดยภาพรวมท่านรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงิน โดยเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการเบิก-จ่ายเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการให้บริการของงานการเงินและบัญชี
 ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

การให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปรผล	อันดับ
1. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ในเรื่องขั้นตอน กระบวนการ และระเบียบที่ชัดเจน	4.08	0.506	มาก	4
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง	4.13	0.442	มาก	1
3. ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก	4.04	0.511	มาก	5
4. ระยะเวลาในการให้บริการมีความรวดเร็ว	4.11	0.490	มาก	3
5. ความพึงพอใจในการให้บริการโดยภาพรวม	4.11	0.469	มาก	2
รวม	4.09	0.423	มาก	

ตามตารางที่ 4.3 พบว่า การให้บริการของงานการเงินและบัญชี มีการให้บริการของงานการเงินและบัญชีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04



4.3 ผลวิเคราะห์สมมติฐานของการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานของการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (N)	\bar{X}	S.D.	t	P-Value
ชาย	19	3.4211	0.4158	-0.012*	0.991
หญิง	81	3.4222	0.2775		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	0.136	0.045	0.476	0.699
ภายในกลุ่ม	96	9.136	0.095		
รวม	99	9.272			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวมมีค่า Sig เท่ากับ 0.699 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	2.580	1.290	18.702	0.000*
ภายในกลุ่ม	97	6.691	0.069		
รวม	99	9.272			

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีแตกต่างกัน แสดงว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีแตกต่างกัน จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงผลในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา

LSD

วุฒิการศึกษา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		กลุ่ม J		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
กลุ่ม I	Mean	2.950	3.333	3.517
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.950	-	-0.383 (0.000*)	-0.567 (0.000*)
ปริญญาตรี	3.333		-	-0.184 (0.003*)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.517			-

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา พบว่า วุฒิการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 และ 0.000 มีผลต่าง

ค่าเฉลี่ยคือ -0.567 และ -0.383 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.003 มีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.184

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	1.916	0.479	6.188	0.000*
ภายในกลุ่ม	95	7.355	0.077		
รวม	99	9.272			

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ประเภทบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีแตกต่างกัน แสดงว่า ประเภทบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีแตกต่างกัน จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังแสดงผลในตารางที่ 4.9



ตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล

LSD

ประเภทบุคคล	Mean	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
		ข้าราชการ	พนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการ	พนักงานมหาวิทยาลัย สายสนับสนุน	ลูกจ้างประจำ	ลูกจ้างชั่วคราว
กลุ่ม I	Mean	3.464	3.000	3.150	3.539	3.381
ข้าราชการ	3.464	-	0.464 (0.000*)	0.314 (0.039)	-0.075 (0.309)	0.083 (0.268)
พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ	3.000	-	-	-0.150 (0.406)	-0.539 (0.000*)	-0.381 (0.000*)
พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน	3.150	-	-	-	-0.389 (0.010*)	-0.231 (0.120)
ลูกจ้างประจำ	3.539	-	-	-	-	0.158 (0.024)
ลูกจ้างชั่วคราว	3.381	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี ประเภทบุคคล พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้าราชการ โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีผลต่างค่าเฉลี่ยคือ 0.464 ส่วนกลุ่มลูกจ้างประจำมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีผลต่างค่าเฉลี่ยคือ -0.539 ส่วนกลุ่มลูกจ้างชั่วคราว มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 มีผลต่างค่าเฉลี่ยคือ -0.381 ส่วนกลุ่มลูกจ้างประจำมีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน โดยมีค่า Sig เท่ากับ 0.010 มีผลต่างค่าเฉลี่ยคือ -0.389 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (N)	\bar{X}	S.D.	t	P-Value
ชาย	19	4.1895	0.3799	1.094	0.277
หญิง	81	4.0716	0.4316		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์การให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าเพศชาย ได้เข้ามาใช้บริการงานด้านการเงินและบัญชีมากกว่าเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	0.064	0.021	0.116	0.950
ภายในกลุ่ม	96	17.652	0.184		
รวม	99	17.716			

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การให้บริการโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.950 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามวุฒิการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	0.037	0.018	0.101	0.904
ภายในกลุ่ม	97	17.680	0.182		
รวม	99	17.716			

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ตามวุฒิการศึกษา โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การให้บริการโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.904 ซึ่งมีความมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ตามวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการให้บริการของงานการเงินและบัญชี จำแนกตามประเภทบุคคล

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	0.117	0.029	0.158	0.959
ภายในกลุ่ม	95	17.600	0.185		
รวม	99	17.716			

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการให้บริการของงานการเงินและบัญชี ตามประเภทบุคคล โดยใช้สถิติ One Way ANOVA F-test พบว่า การให้บริการโดยรวม มีค่า Sig เท่ากับ 0.959 ซึ่งมีความมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ประเภทบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการของงานการเงินและบัญชีไม่แตกต่างกัน

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

การรับรู้แนวปฏิบัติ	การให้บริการ			
	r	P	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
การรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวม	0.090	0.373	ต่ำ	บวก

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการ ของงานการเงินและบัญชี ซึ่งมีค่า P เท่ากับ 0.373 ทั้งหมด มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าการรับรู้แนวปฏิบัติโดยรวม มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.090 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาถึงการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อศึกษาการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี วุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ มารับบริการ มาติดต่อเอง เดือนละ 1 ครั้ง

5.1.2 การรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยภาพรวมพบว่า การรับรู้และแนวปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเบิกจ่ายเงิน โดยยึดระเบียบปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โดยภาพรวมทำนรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงิน โดยเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการเบิกจ่ายเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

5.1.3 การให้บริการด้านการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยภาพรวมพบว่า การให้บริการของงานการเงินและบัญชีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

5.1.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3 วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติ

แตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการบริการของงานการเงินและบัญชี

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.3 วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันกับการให้บริการ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชี มีการรับรู้แนวปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การเบิกจ่ายเงิน โดยยึดระเบียบปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 การรับรู้แนวปฏิบัติที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ โดยภาพรวมท่านรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงิน โดยเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการเบิก-จ่ายเงิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี มีการให้บริการของงานการเงินและบัญชีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 สำหรับผลการพิจารณา พบว่าการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ วุฒิการศึกษาและประเภทบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติแตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน ผลวิจัยพบว่า วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติของงานการเงินและบัญชีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาติชาย ทองสวัสดิ์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการสื่อสารภายใน องค์กรของพนักงานบริษัทชุมชนพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาถึงการสื่อสาร ภายในองค์กร และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยศึกษาวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจกลุ่มพนักงาน บริษัทฯ จำนวน 281 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง โดยเปิดรับข่าวสาร 21 ประเภทประกาศ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลส่วนใหญ่เปิดรับจากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบอร์ดประกาศ โดยมีอุปสรรคสำคัญคือ มีปัญหาการสื่อสารไม่ทั่วถึง และพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ให้ผลการรับรู้ไม่ต่างกัน สำหรับรูปแบบการสื่อสาร เพศกับอายุที่ต่างกันมีความแตกต่างของรูปแบบการสื่อสาร ในทางกลับกัน ระดับ การศึกษาที่ต่างกันมีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้แนวปฏิบัติกับการให้บริการของงานการเงินและบัญชี มีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกันกับการให้บริการ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ทางเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี จะรักษามาตรฐานการให้บริการแบบนี้ไปตลอด และจะพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัย นำมาใช้ได้กับงานที่ทำ และลดขั้นตอนการทำงานให้สั้นลง ถูกต้อง รวดเร็ว และไม่ผิดกับกฎระเบียบ
2. ทางเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชี จะปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นไป

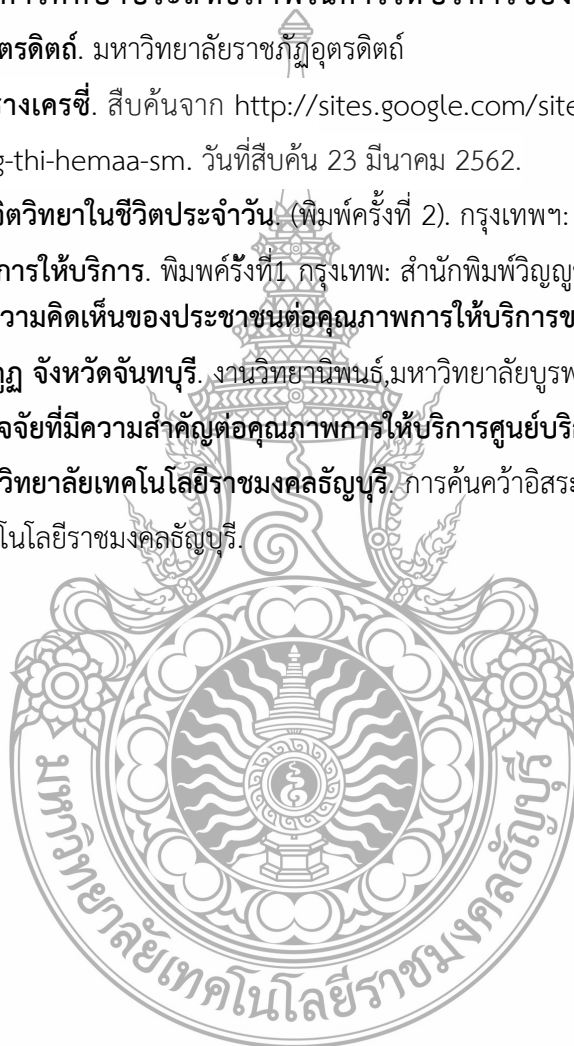
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

จากการที่ได้ศึกษางานวิจัยพบว่า การรับรู้แนวปฏิบัติงานการเงินและบัญชี อาจารย์และเจ้าหน้าที่ยังมีการรับรู้ที่น้อยเกินไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้งานการเงิน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ บุญยาศัย. (2554). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี.ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ,มหาวิทยาลัยบูรพา.**
- การรับรู้ (Perception). สืบค้นจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm> วันที่สืบค้น 22 มีนาคม 2562.
- เกษกนก ศศิบรรยศ.(2556).**การรับรู้คุณภาพการให้บริการและคุณค่าที่รับรู้ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการคลินิกผิวหนังและความงามของประชาชนในเขตจังหวัดชลบุรี.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**
- ชนิษฐา เสมอภักดี. (2551). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านค้าสวัสดิการทหารอากาศตอนเมือง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.**
- ฉัตรยาพร เสมอใจ.2550.**พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด**
- ชัชวาล อรวรงค์ศุภทัต. (2554) .**ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ.สืบค้นจาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true. วันที่สืบค้น 23 มีนาคม 2562.**
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2546). **ให้ความหมายการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน...**
- ดร. เมธา ทริมเทพาธิป. **ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>. วันที่สืบค้น 23 มีนาคม 2562.**
- น้ำทิพย์ เนียมหอม.(2560).**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่ออาชีวศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจรามอินทรา.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.**
- นิรันดร์ ประัญกุล. (2547). **ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลตำบลบ้านฉาง ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.**
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). **การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.**
- บ้านจอมยุทธ. **ทฤษฎีแนวปฏิบัติ (Operational theory). สืบค้นจาก https://www.baanjomjut.com/library/communication_theory/01_1.html. วันที่สืบค้น 22 มีนาคม 2562**
- เบญชญา แจ้งเวชฉาย. (2559). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.**

- ปวีณ์วัศร์ ทรัพย์ปราษฎ์.(2561). การรับรู้คุณภาพการให้บริการ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และกา
รับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าชงงานแสดงสินค้า. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยมหิดลวิทยาฬักรุงเทฬ.
- ปัญญา เพียรวิพัฒน์ . (2554). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการงานสวัสดิการสังคมของ
 เทศบาลตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี.** บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุพิน เถื่อนศรี.(2550). **การศึกษาประสิทธิภาพในการให้บริการของฝ่ายการเงินและพัสดุใน
 สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
- รพีวรรณ พิมพ์จันทร์. **ตารางเครชี้.** สืบค้นจาก [http://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-
 klum-tawxyang-thi-hemaa-sm](http://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-klum-tawxyang-thi-hemaa-sm). วันที่สืบค้น 23 มีนาคม 2562.
- ลักขณา สริวัฒน์. (2549). **จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์ .
- สมิต สัชญกร.2548. **ศิลปะการให้บริการ.** พิมพ์ครั้งที่1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- สุภาพร วงษ์จำปี.(2557). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลคลองพลู
 อำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี.** งานวิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุไร ดวงระหว้า.(2554). **ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service:
 กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณจิต,
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.



ภาคผนวก



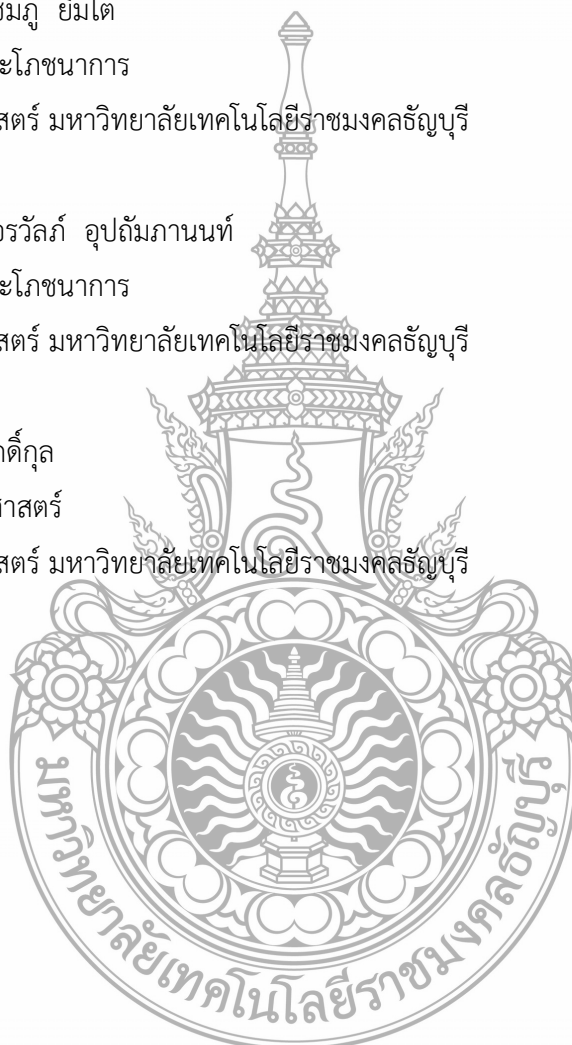
ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คำพิมาย
อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมภู ยิ้มโต
อาจารย์สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรวิทย์ อุปลัมภานนท์
อาจารย์สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. อาจารย์ไสภิดา วิศาลศักดิ์กุล
อาจารย์สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี





ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การรับรู้แนวปฏิบัติ

การรับรู้แนวปฏิบัติ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านรับรู้เรื่องการอนุมัติโครงการรายจ่าย ต้องการให้เจ้าหน้าที่การเงินตรวจสอบเอกสารให้เรียบร้อยก่อนส่งไปอนุมัติ					
2. ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าอาหารในการอบรม โดยใช้ใบเสร็จร้านค้าแทนใบสำคัญเงิน					
3. ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าตอบแทนปฏิบัติงานนอกเวลาราชการ โดยให้บุคคลที่จะปฏิบัติงานนอกเวลาราชการทำหนังสือให้คณบดีลงนามอนุมัติก่อนส่งแผนกการเงิน					
4. ท่านรับรู้ว่าการเบิกจ่ายเงินโดยยึดระเบียบ ปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด					
5. โดยภาพรวมท่านรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงิน โดยเข้าใจเรื่องกฎระเบียบการเบิก-จ่ายเงิน					

ส่วนที่ 3 การให้บริการงานการเงินและบัญชี

การให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
1. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ในเรื่องขั้นตอน กระบวนการ และระเบียบที่ชัดเจน					
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง					
3. ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก					
4. ระยะเวลาในการให้บริการมีความรวดเร็ว					
5. ความพึงพอใจในการให้บริการโดยภาพรวม					

ภาคผนวก ค
แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง การศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติและการให้บริการของงานการเงินและบัญชี

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้แนวปฏิบัติการให้บริการของงานการเงินและบัญชี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรงในตอนต้นที่ 1-4 โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ข้อที่	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป					
1.	เพศ				
2.	อายุ				
3.	วุฒิการศึกษา				
4.	ประเภทบุคคล				
5.	ท่านติดต่อกับงานการเงินและบัญชีในลักษณะใด				
6.	ท่านติดต่อกับงานการเงินและบัญชีได้ทางใด				
7.	ความถี่ในการติดต่อกับงานการเงินและบัญชี				
ส่วนที่ 2 การรับรู้แนวปฏิบัติ					
1	ท่านรับรู้เรื่องการอนุมัติโครงการรายจ่าย ต้องการให้เจ้าหน้าที่การเงินตรวจสอบเอกสารให้เรียบร้อยก่อนส่งไปอนุมัติ				

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	
2.	ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าอาหารในการอบรม โดยใช้ใบเสร็จร้านค้าแทนใบสำคัญเงิน				
3.	ท่านรับรู้ว่าการเบิกเงินค่าตอบแทนปฏิบัติงานนอกเวลาราชการโดยให้บุคคลที่จะปฏิบัติงานนอกเวลาราชการทำหนังสือให้คณบดีลงนามอนุมัติก่อนส่งแผนกการเงิน				
4.	ท่านรับรู้ว่าการเบิกจ่ายเงินโดยยึดระเบียบปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาการเบิกจ่ายเงินผิดพลาด				
5.	โดยภาพรวมท่านรับรู้เรื่องการเบิกจ่ายเงินโดยเข้าใจเรื่องกฎ ระเบียบการเบิก-จ่ายเงิน				
	ส่วนที่ 3 การให้บริการ				
1.	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรู้ในเรื่องขั้นตอน กระบวนการ และระเบียบที่ชัดเจน				
2.	เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง				
3.	ขั้นตอนการให้บริการมีความคล่องตัวและไม่ยุ่งยาก				
4.	ระยะเวลาในการให้บริการมีความรวดเร็ว				
5.	ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม				

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้เชี่ยวชาญ
(.....)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล : นางสาวรำไพพรรณ ศรีแจ่มดี

ตำแหน่ง : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

สังกัด : คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทรศัพท์ : 02-549-3152 โทรสาร : 02-577-2358

E-mail : ramphaiphan_s@exchange.rmutt.ac.th

ประวัติการศึกษา :

พ.ศ.2554 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ประวัติการทำงาน :

พ.ศ.2554-2555 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การเงิน บริษัท สกายลัคส์ จำกัด

พ.ศ.2556-2558 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การเงิน บริษัท แคป ซี.อี.แอล จำกัด

เดือนธันวาคม 2558 ตำแหน่งพนักงานมหาวิทยาลัย คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

