

คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน
โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

นางสาวจิรนนท์ เกรียงธีรศักดิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2552

**Service Quality as Expected and Perceived by Students of Mahidol
Wittayanusorn School (Public Organization)**

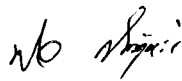
Miss Jiranan Krengtirasak

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration
School of Management Science
Sukhothai Thammathirat Open University

2009

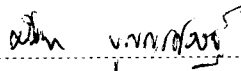
หัวข้อวิทยานิพนธ์ คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดล
วิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
ชื่อและนามสกุล นางสาวจิรนนท์ เกรียงธีรศักดิ์
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์
2. รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิฎีไกร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว




..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.พิศาล สร้อยชูหว่า)



..... กรรมการ

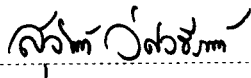
(รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิฎีไกร)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินต์ วิสวธีรานนท์)

วันที่ 11 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

ชื่อวิทยานิพนธ์ คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดล
วิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ผู้วิจัย นางสาวจิรนนท์ เกรียงธีรศักดิ์ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์ (2) รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวิวัฒน์
ปีการศึกษา 2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวัง และคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) (2) เปรียบเทียบคุณภาพบริการตาม ความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) และ (3) เปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ปีการศึกษา 2551 จำนวน 724 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ ทาโรยามาเน่ และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 300 คน และกระจายการเก็บข้อมูลทุกห้อง ห้องละ 10 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การแจกแจงแบบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า (1) คุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยนักเรียนคาดหวังมากที่สุดในด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร และมีการรับรู้มากที่สุดในด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (2) คุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจเท่านั้นที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีระดับความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ทุกด้าน ดังนั้น นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์จึงไม่พึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ และ (3) นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีระดับชั้นและคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ คุณภาพบริการ ความคาดหวัง การรับรู้ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

Thesis title: Service Quality as Expected and Perceived by Students of Mahidol Wittayanusorn School (Public Organization)

Researcher: Miss Jiranan Krengrirasak; **Degree:** Master of Business Administration; **Thesis advisors:** (1) Sritana Boonyasait, Associate Professor; (2) Chatchai Loyritvuthikair, Associate Professor;

Academic year: 2009

Abstract

The purposes of this research were to (1) study the service quality of Mahidol Wittayanusorn School (Public Organization), (MWITS), as expected and perceived by MWITS students, (2) compare the expected and the perceived service qualities of MWITS students and (3) compare the expected and the perceived service qualities of MWITS students classified by personal background

This research was the survey research. Three hundred samples were selected in accordance with Taro Yamane method and stratified sampling technique from the whole school Mathayom 4-6 student populations of 724 of the academic year 2008. Simple random sampling technique was also used in selecting 10 student samples for each class, from all 30 classes within the school. The research tool was questionnaire and statistical tools were percentage, means, standard deviations, t-test, one-way analysis of variance, and least significant difference test

The research findings results showed that (1) over all, the quality of services as expected and perceived by the students were at the maximum level. The highest students' expectation was the confidence in the capability of the school personnel and the highest perception was understanding and sympathy, (2) the quality of services both in all and separated categories as expected and perceived by students were significantly different at 0.05 levels, except on the understanding and sympathy in which the expectations for service quality were higher than perceptions, thus, students were not satisfied with the school provided service and (3) as classified by personal background, expectations on the service quality of students who were in different levels and had different GPA were significantly different at 0.05 level and perceptions on the service quality of students with different genders were significantly different at 0.05 level as well.

Keywords: Service Quality , Expectation , Perception , Mahidol Wittayanusorn School (Public Organization)

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ศรีธนา บุญญเศรษฐ์ และรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย คณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ช่วยถ่ายทอดความรู้แก่ผู้วิจัยอย่างยิ่ง นักเรียนทุกระดับชั้นในปีการศึกษา 2551 ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม อีกทั้งเจ้าหน้าที่ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการประสานงานและอำนวยความสะดวกในการศึกษาครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มอบทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อนร่วมงาน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ เพื่อนนักศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจตลอดมา ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ประเทศไทย และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ตลอดจนผู้สนใจการศึกษาทั้งหลายทั้งมวล

จirnันท์ เกรียงธีรศักดิ์

กันยายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง.....	39
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	45
ข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์.....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	73
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	73
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	76
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	76

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนมหิดล วิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)	79
ตอนที่ 2 ระดับของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของ นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน).....	80
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการ รับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)..	90
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวัง และการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การ มหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล.....	99
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน).....	110
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปการวิจัย.....	114
อภิปรายผล.....	118
ข้อเสนอแนะ.....	124
บรรณานุกรม.....	127
ภาคผนวก	134
ก. รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม.....	136
ข แบบสอบถาม.....	137
ประวัติผู้วิจัย.....	146

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	เกณฑ์ 10 ประการ ที่ผู้รับบริการใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ..... 29
ตารางที่ 2.2	เกณฑ์ที่ผู้รับบริการใช้ประเมินคุณภาพบริการตามเครื่องมือ (SERVQUAL)..... 32
ตารางที่ 2.3	คำจำกัดความของเกณฑ์ 5 ประการในเครื่องมือ “SERVQUAL”..... 33
ตารางที่ 2.4	เปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการระหว่าง SERVQUAL และ RATER.... 57
ตารางที่ 2.5	จำนวนนักเรียนที่สมัครสอบเข้าโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ในแต่ละปี การศึกษา..... 59
ตารางที่ 3.1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 75
ตารางที่ 4.1	คำร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน..... 80
ตารางที่ 4.2	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โดยรวม..... 81
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนด้านความน่าเชื่อถือ..... 82
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ..... 84
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนด้านความมั่นใจในสมรรถนะของ บุคลากร..... 85
ตารางที่ 4.6	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ 87
ตารางที่ 4.7	ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความ คาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนด้านบริการที่เป็นรูปธรรม..... 88
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการ รับรู้ของนักเรียน โดยรวม..... 91
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการ รับรู้ของนักเรียนในด้านความน่าเชื่อถือ..... 92

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	94
ตารางที่ 4.11	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร.....	95
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ.....	97
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านบริการที่เป็นรูปธรรม.....	98
ตารางที่ 4.14	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามเพศ.....	100
ตารางที่ 4.15	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามระดับชั้น.....	101
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือ.....	102
ตารางที่ 4.17	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามคะแนนเฉลี่ย.....	102
ตารางที่ 4.18	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	103
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร.....	104
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ.....	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านบริการที่เป็นรูปธรรม.....	106
ตารางที่ 4.22	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน.....	107
ตารางที่ 4.23	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามเพศ.....	108
ตารางที่ 4.24	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามระดับชั้น.....	109
ตารางที่ 4.25	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ย.....	110
ตารางที่ 4.26	การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน.....	111
ตารางที่ 4.27	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน).....	112

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 การรับรู้คุณภาพโดยรวม.....	23
ภาพที่ 2.2 แบบจำลองคุณภาพบริการ.....	26
ภาพที่ 2.3 GAP 5 ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้ของลูกค้า.....	28
ภาพที่ 2.4 ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ.....	31
ภาพที่ 2.5 ทางเลือกการประเมินคุณภาพ.....	35
ภาพที่ 2.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง ความพึงพอใจและบริการที่รับรู้ได้.....	37
ภาพที่ 2.7 เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการและความพึงพอใจที่ได้รับ.....	38
ภาพที่ 2.8 แบบจำลองการรับรู้.....	48
ภาพที่ 2.9 แบบจำลองกระบวนการที่รับรู้.....	49
ภาพที่ 2.10 การจัดแบ่งส่วนงานของ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์.....	55

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อันเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง เศรษฐกิจ การเมืองมีผลทำให้ประเทศต่าง ๆ ในโลกต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้นจนกลายเป็นโลกไร้พรมแดน (Borderless World) ซึ่งวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจและสังคมเจริญก้าวหน้า เศรษฐกิจที่เจริญก้าวหน้าทำให้โลกตะวันตกมั่งคั่งร่ำรวยซึ่งมีผลทำให้เกิดเป็นแรงกระตุ้นให้มีการวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาค้นคว้าหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างไม่หยุดยั้ง สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ก็ทำหน้าที่ค้นคว้าวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีสื่อสารอันทันสมัยมีส่วนช่วยให้เกิดการเปลี่ยนถ่ายข้อมูลใหม่ ๆ หมุนเวียนอยู่ตลอดเวลาอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ ส่งผลต่อความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาของชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นจำเป็นต้องมีการพัฒนาด้านการศึกษาซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและมีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การให้การศึกษาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะทำให้มนุษย์มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ในการปรับตัวให้ทันกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์รู้จักค้นคว้าหาเหตุผลในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบ มีความคิดริเริ่มในการนำสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศเข้ามาใช้โดยอาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น การศึกษาถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศและเป็นปัจจัยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่กำลังขาดแคลนนักวิจัย และนักประดิษฐ์คิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพราะความเจริญของประเทศขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของการขยายตัวด้านเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรม รวมทั้งรู้จักนำเอาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ภายใต้ความเป็นกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

การที่ประเทศไทยจะแข่งขันกับประเทศอื่นได้นั้นการวิจัยพัฒนาและประดิษฐ์คิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำประเทศไทยเข้าสู่การแข่งขันในโลกแห่งฐานความรู้ โดยผ่านทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพและมีคุณค่ายิ่งในการพัฒนาไปสู่ความเป็นนักวิจัย นักประดิษฐ์คิดค้น เป็นผู้สร้างองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้กับประเทศชาติ และสังคมไทยในอนาคต ทำให้ประเทศชาติสามารถดำรงอยู่และแข่งขันได้ในประชาคมโลก เป็นสังคมผู้ผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น สร้างสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ สังคมแห่งคุณภาพ และแข่งขัน

รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงมีการจัดตั้งโรงเรียนวิทยาศาสตร์ขึ้นเป็นการเฉพาะ โดยประกาศพระราชกฤษฎีกาให้โอนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ มาจัดตั้งเป็นโรงเรียนวิทยาศาสตร์เพื่อบริหารจัดการและดำเนินการจัดการเรียนการสอนทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และจัดสรรงบประมาณแผ่นดินเป็นค่าใช้จ่ายบุคคลที่เหมาะสมให้กับนักเรียนของ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ทุกคนอย่างไม่มีเงื่อนไขกับนักเรียนที่เป็นทรัพยากรที่ทรงคุณค่าของประเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้ได้รับการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2545 : 14) กล่าวว่า “ชุมทรัพย์หนึ่งที่มีคุณค่ามหาศาลคือ ชุมทรัพย์แห่งสติปัญญาของประชากรภายในประเทศ อันมีค่ามากกว่าทรัพยากรทั้งหมดของแผ่นดินรวมกัน การสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้กลายเป็น ชุมทรัพย์แห่งสติปัญญาจึงเป็นเรื่องสำคัญมากและเป็นหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงของผู้บริหารประเทศ สิ่งที่น่าห่วงก็คือบุคลากรของประเทศที่ทรงคุณค่ามหาศาล” การผลิตนักเรียนที่มีคุณภาพ ต้องมีการลงทุนด้านองค์ประกอบที่จะช่วยพัฒนาความรู้ไม่ว่าจะเป็นอาคาร ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์การสอนต่าง ๆ ที่ให้บริการแก่นักเรียน และนักเรียนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการรับบริการจากโรงเรียน หากเปรียบเทียบทางธุรกิจแล้ว นักเรียนจะเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่นักเรียนได้รับจริง (Perceived Service) กับการบริการที่นักเรียนได้คาดหวังเอาไว้ (Expected Service) ซึ่งความคาดหวังของนักเรียนได้รับอิทธิพลมาจาก ประสิทธิภาพในอดีต โดยประสิทธิภาพอาจเกิดจากการเคยไปใช้บริการจากสถาบันการศึกษาอื่น หรือเคยใช้บริการแบบอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของนักเรียนที่เข้ามาใช้บริการ ตัวอย่างเช่น ความต้องการของนักเรียนแต่ละราย ประสิทธิภาพในอดีต การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ ปัจจัยทางสภาพการณ์ ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก เป็นต้น แม้จะมีนักเรียนสนใจเข้ามาโดยตลอดจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 9 ปีแล้ว แต่ก็ยังไม่มีการศึกษา คุณภาพบริการของโรงเรียนตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน ประกอบกับสำนักงาน

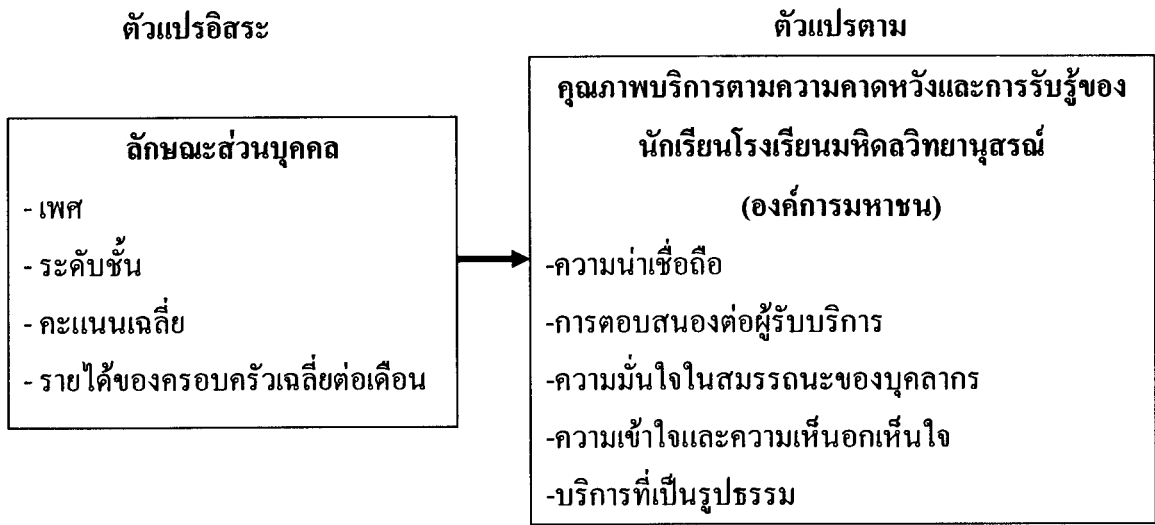
คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการได้กำหนดให้คุณภาพการบริการเป็นตัวชี้วัดหนึ่งของส่วนราชการ สถาบันอุดมศึกษา และองค์การมหาชน ดังนั้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรคนหนึ่งของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เพื่อผลการศึกษาที่ได้จะนำประโยชน์สำหรับโรงเรียนในการปรับปรุงพัฒนาบริการให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด เกิดความสมดุลของคุณภาพบริการทั้งในมุมมองของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการให้ดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยเห็นสมควรนำแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman , Zeithaml and Berry ซึ่งมีตัวชี้วัด 5 ด้าน มากำหนดเป็นตัวแปรที่ศึกษา ดังกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 คุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมาก

4.2 คุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน

4.3 นักเรียนที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการและการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ ประชากรคือนักเรียนของ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในปีการศึกษา 2551 จำนวนทั้งสิ้น 724 คน

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ตามแนวคิดการประเมินคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ และบริการที่เป็นรูปธรรม

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2551 ถึงเดือนกันยายน 2552 โดยเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2552

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ได้แก่ เพศ ระดับชั้น คณะแผนกเฉลี่ย และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ใน 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ และบริการที่เป็นรูปธรรม

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการที่ทำให้นักเรียนได้รับความพอใจและประทับใจสามารถยึดครองใจนักเรียนได้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ สร้างความเชื่อมั่นและไม่เปลี่ยนใจอีกทั้งชวนผู้อื่นมาใช้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

6.1.1 ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการได้ตามที่ได้ให้สัญญาไว้ตามอุดมการณ์และเป้าหมายของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์

6.1.2 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการให้ความช่วยเหลืออย่างสะดวกและรวดเร็วแก่นักเรียน

6.1.3 ความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ ความสุภาพ จริยธรรมที่ทำให้นักเรียนมั่นใจในการให้บริการ

6.1.4 ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ต่อนักเรียนเป็นรายบุคคล และการตอบสนองความต้องการของนักเรียน

6.1.5 บริการที่เป็นรูปธรรม หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ เช่น การตกแต่งภายนอกและภายใน อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก

6.2 ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการ ความรู้สึกหรือความคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในการคาดคะเนหรือคาดการณ์ไว้

ล่วงหน้าถึงบริการที่มีคุณภาพว่าควรจะมี ควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้นตามความเหมาะสมต่อสถานภาพหรือสถานการณ์นั้น

6.3 การรับรู้ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ความเข้าใจอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนที่มีต่อการบริการ โดยผ่านประสาทสัมผัสภายหลังจากที่ได้รับบริการจริงจากโรงเรียนแล้ว

6.4 นักเรียน หมายถึง ผู้รับบริการของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึงระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มาใช้บริการในปีการศึกษา 2551

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนการปฏิบัติงาน ควบคุม ปรับปรุง ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักเรียน

7.2 ได้ข้อมูลเป็นแนวทางการศึกษาวิจัยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับผู้วิจัย นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำเสนอเนื้อหาครอบคลุม หัวข้อต่าง ๆ ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
5. ข้อมูลพื้นฐานของ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการเป็นการผสมผสานกันระหว่างองค์กร ผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ โดยผ่านการสื่อสารและร่วมมือกันเพื่อให้ได้บริการที่ต้องการ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ได้แก่ ความหมายของการบริการ ลักษณะของการบริการ และความสำคัญของการบริการ ดังนี้

1.1 ความหมายของการบริการ

ได้มีผู้ให้นิยามคำว่าบริการไว้อย่างหลากหลายโดยผู้วิจัยได้นำมาดังนี้
ชูชาติ วิเศษณี (2542 : 212) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง ผลลัพธ์ทั้งหลายที่ทำให้เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยบรรดากิจกรรม ณ จุดสัมผัสระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้าผู้รับบริการและทั้งโดยกิจกรรมภายในองค์กรของผู้ให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 18) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

นัตยาพร เสมอใจ (2547 : 14) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า จากความหมายดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การบริการแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1. ผลิภัณฑ์บริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนัดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ การตรวจและรักษาโรค การจัดที่พักในรูปแบบต่าง ๆ การให้ความรู้และพัฒนาทักษะในสถานศึกษาต่าง ๆ การให้คำปรึกษาในการบริหารธุรกิจ หรือการให้ความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ

2. การบริการส่วนบุคคล เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขายและใช้สินค้านั้นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น บริการติดตั้งเครื่องซักผ้าหลังการขาย การตรวจเช็คเครื่องปรับอากาศตามระยะเวลา หรือการให้คำแนะนำในการใช้งานเครื่องพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ หรือการฝึกอบรมการใช้เครื่องจักรในการผลิตให้แก่ลูกค้าอุตสาหกรรม

พิภพ อูคร (2547 :9-10) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการ นำเสนอหรือผลประโยชน์ หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการ โดยผ่านกิจกรรมหรือการดำเนินการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการบริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำล้วน ๆ โดยไม่มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใด ๆ ก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การบริการหมายรวมถึงแต่การกระทำที่อำนวยความสะดวกในลักษณะที่เป็นนามธรรมล้วน ๆ โดยไม่มีวัสดุสิ่งของหรือสินค้าที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของการกระทำนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การสอนหนังสือ การร้องเพลง การซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้าหรือรถยนต์ การบริการขนส่งสินค้า หรือการให้คำปรึกษาทางด้านกฎหมาย บัญชีหรือธุรกิจ เป็นต้น จนถึงการกระทำที่เป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมให้กับสินค้า ตลอดจนการกระทำที่ส่งผลให้ได้รับสิ่งของที่เป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่น การให้บริการติดตั้งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ขายควบคู่ไปกับเครื่องคอมพิวเตอร์ การบริการที่พักแรมของโรงแรม หรือ การบริการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2549 : 14) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการ ซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2550 : 196) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือผลงานที่ผู้ประกอบการมอบให้กับผู้บริโภค โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ผู้บริโภคเมื่อจ่ายเงินซื้อบริการแล้วก็ไม่ได้มีสิทธิเป็นเจ้าของทรัพย์สินใด ๆ นอกจากสิทธิในการได้รับบริการตามที่ตกลงกันเท่านั้น

อนุก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2550 : 21) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการและการจัดการระบบการบริการ เพื่อให้ได้มาซึ่งการบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการและเกิดเป็นความพึงพอใจสูงสุด

Gronroos (1990 : 27) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมที่โดยทั่วไปมีอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ และ/หรือกับทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และ/หรือระบบของผู้ให้บริการนั้น ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้านั่นเอง

Heizer and Render (1999 : 12) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน เช่น การศึกษา ความบันเทิง การเช่า การบริหารงานของรัฐบาล การเงิน การบริการด้านสุขภาพ อสังหาริมทรัพย์ การประกัน และการบำรุงรักษา เป็นต้น

Kotler (2000 : 428) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือประโยชน์เชิงนามธรรมซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

Lovelock (2002 : 6) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง ปฏิกริยาหรือการปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอกับอีกฝ่ายหนึ่งถึงแม้กระบวนการจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าแต่การปฏิบัติการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และครอบครองเป็นเจ้าของได้

UNCTAD (2004 : 208 อ้างใน ชิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุรยา 2549 : 7) ให้ความหมายว่า การบริการ หมายถึง ผลผลิตทางเศรษฐกิจของสินค้าทั่วไปที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งได้รับการผลิตขึ้นส่งมอบ และบริโภคในเวลาเดียวกัน

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่า การบริการ (Service) ได้ว่า การบริการ หมายถึง การดำเนินการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ โดยเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจหรือเพื่อให้บรรลุถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

1.2 ลักษณะของการบริการ

จากความหมายของการบริการที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นก่อให้เกิดลักษณะเฉพาะของการบริการซึ่งมีความแตกต่างออกไปจากลักษณะสินค้าทั่วไป โดยมีผู้กล่าวถึงลักษณะของการบริการไว้ดังนี้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 27-29) ได้กล่าวว่าการบริการนั้นมีลักษณะเป็นการกระทำและพฤติกรรม ไม่เหมือนกับสินค้าที่เป็นวัตถุที่จับต้องได้ การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1. ความไม่มีตัวตน (Intangibility) คือ บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ คมกลิ่นได้ และซื้อเป็นขวดได้ นักการตลาดที่ดีจะต้องเข้าใจเรื่องความไม่มีตัวตนของการบริการ และนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เช่น จะต้องตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด และนำใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ว่าการบริการก็น่าจะดีเหมือนการตกแต่งสถานที่

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) คือ การผลิตและการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ดังนั้น ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียว ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ซึ่งต้องมีการกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็ว

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Perishability of Output) คือ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้า ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ

4. ความต้องการไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) คือ ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลา

5. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) คือ ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Labour Intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546 : 1216) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการบริการไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้อง (Intangibility) คือ บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพ ประโยชน์จากการบริการที่ได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหา เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภค กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ ทำให้การขายอยู่ในวงจำกัดเรื่องเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) คือ ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้น ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ของผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) คือ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ปราณี เข็มละออภักดี (2548 : 42-43) ได้กล่าวถึงการบริการว่า มีลักษณะเฉพาะด้านการบริการ 4 ประการ ดังนี้

1. การบริการไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (Variability) ระดับคุณภาพการบริการเปลี่ยนแปลงตามผู้ให้บริการ เวลา หรือสถานที่ ยกตัวอย่างเช่น การบริการเสริมสวยด้านทรงผม ช่างตัดผมแต่ละคนจะมีฝีมือ และประสบการณ์ตัดแต่งทรงผมแบบเดียวกัน ที่แตกต่างกัน อาจจะมีการตัดแปลงทรงผมให้เหมาะสมกับสังคมในปัจจุบัน เป็นต้น ลูกค้าต้องหาข้อมูลงานบริการที่ต้องการเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ผู้ให้บริการสามารถลดข้อจำกัดของการบริการในเรื่องนี้ โดยการควบคุมคุณภาพ เริ่มต้นจากการคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการลูกค้าให้มีความรู้ความสามารถและทักษะเป็นมาตรฐานเดียวกันกำหนดขั้นตอนการให้บริการในรูปแบบพิมพ์เขียวของการให้บริการ (Service Blueprint) ซึ่งแสดงขั้นตอนการให้บริการและกระตุ้นเตือนพนักงานต้องระวังจุดที่มีโอกาสผิดพลาด รวมถึงการตรวจสอบความพอใจของลูกค้าโดยวิธีการรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้า การวิจัยตลาด

2. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างกันสูง เนื่องมาจากการผลิต และการบริโภค งานบริการต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน ซึ่งมีความแตกต่างจากสินค้าที่สามารถผลิตเป็นชิ้นงานไว้ในคลังสินค้าก่อน เพื่อรอจัดจำหน่ายต่อไป ดังนั้น การให้ความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ และผู้รับบริการเป็นประโยชน์ต่อทั้ง 2 ฝ่าย ธุรกิจบริการต้องเพิ่มความสามารถในการผลิตงานบริการสำหรับลูกค้าเป็นกลุ่มที่มีจำนวนลูกค้าหลายคน เช่น การจัดฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการให้บริการมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว

3. ไม่สามารถเก็บรักษาการบริการไว้ได้ (Perishability) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการไม่สามารถเก็บรักษางานบริการเพื่อนำมาใช้ภายหลังได้ส่งผลกระทบต่อช่วงเวลาที่มียอดลูกค้าจำนวนน้อยหรือไม่มีลูกค้า ธุรกิจบริการจึงเสียโอกาสในการขายอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ธุรกิจสายการบินพบปัญหาในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยว หรือช่วงเวลาที่มียอดขาย การก่อการร้ายที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางโดยเครื่องบินจะพบว่ามียอดที่นั่งบนเครื่องบินว่างเป็นจำนวนมาก หากเปรียบเทียบกับช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสนับสนุนให้คนเดินทางจะพบว่าที่นั่งไม่เพียงพอกับผู้โดยสารจำนวนมาก นักการตลาดบริการจึงต้องมีวิธีการจัดการอุปสงค์และอุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การบริการไม่มีตัวตน (Intangibility) ลูกค้าไม่สามารถใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในการประเมินผลงานบริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อเพราะงานบริการไม่มีตัวตน ตัวอย่างเช่น ลูกค้าไม่สามารถทราบผลการทำศัลยกรรมจะสวยงามมากหรือน้อย ดังนั้น ลูกค้ามีความเสี่ยงสูงในการตัดสินใจซื้องานบริการลูกค้าจำเป็นต้องศึกษาหาข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์โดยตรงกับงานบริการประเภทเดียวกัน หรือจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือ นักการตลาดบริการต้องนำเสนอคุณภาพของการบริการผ่านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ลูกค้าสามารถสังเกตได้ เช่น สถานที่ให้บริการที่มีความสะอาดและปลอดภัย พนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สัญลักษณ์ขององค์กรที่สื่อความหมายแสดงความสามารถในผลงานบริการ และราคาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและรับประกันความพอใจ

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2550 : 197) ได้กล่าวถึงการบริการ มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้

1. สัมผัสไม่ได้ (Intangible) “บริการ” เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ค่อนข้างยาก ผู้บริโภคที่ซื้อบริการจึงไม่อาจมองเห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับตนก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อลดความไม่แน่ใจ ผู้บริโภคจะมองหา “หลักฐาน” ที่พอจะบอกได้ว่า ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ด้วยเหตุนี้

ผู้ประกอบการด้านการให้บริการจึงต้อง “บริหารหลักฐาน (Manage the Evidence)” หรือ “ทำให้สิ่งที่จับต้องไม่ได้ดูเสมือนหนึ่งจับต้องได้ (Tangibilize the Intangible)”

2. แยกบริโภคนไม่ได้ (Inseparability) เมื่อซื้อบริการ ผู้บริโภคต้องรับบริการนั้นอย่างต่อเนื่องจนแล้วเสร็จ จะแยกเก็บไว้บริโภคเป็นคราว ๆ ไม่ได้ นอกจากนี้ผลลัพธ์ของบริการจะออกมาดีหรือไม่ ยังขึ้นกับทั้งตัวผู้ให้บริการเองและผู้รับบริการอีกด้วย หลักฐานในเรื่องนี้คือ วิทยากรที่ประสบความสำเร็จกับผู้ฟังกลุ่มที่หนึ่ง ก็ไม่แน่นอนเสมอไปว่าจะประสบความสำเร็จกับผู้ฟังกลุ่มที่สอง ทั้งที่เนื้อหาที่บรรยายและการเตรียมการอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

3. ผลลัพธ์ของการให้บริการมีความแปรปรวน (Variability) ธรรมชาติข้อนี้ยังผลให้ผู้ประกอบการควบคุมคุณภาพของการให้บริการได้ยากยิ่ง แพทย์ที่อยู่ในโรงพยาบาลเดียวกัน อาจให้บริการรักษาโรคที่เหมือนกันออกมาได้ประทับใจคนไข้ไม่เท่ากัน ผู้บริหารกิจการด้านการให้บริการมีแนวทางในการรับมือกับปัญหาดังกล่าวได้ดังนี้

3.1 ลงทุนในการคัดเลือกบุคลากร และการฝึกอบรมพัฒนา เพราะคนคือหัวใจของธุรกิจบริการ

3.2 กำหนดวิธีการในการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เช่น เมื่อลูกค้ามานั่งที่โต๊ะรับบริการ ทุกคนจะต้องได้รับน้ำเย็น 1 แก้ว โดยไม่ต้องร้องขอ

3.3 จัดให้มีระบบการติดตามและประเมินผลความพอใจในการรับบริการของลูกค้า

4. เสียหายได้ (Perishability) “บริการ” จะเกิดความเสียหายในลักษณะ “เสียโอกาส” เช่น กรณีคนไข้นัดแพทย์แล้วไม่มา เช่นนี้ เวลาที่แพทย์จัดไว้ให้คนไข้ผู้นั้นก็ต้องผ่านไป โดยแพทย์ผู้ให้บริการไม่ได้ประโยชน์ที่ควรจะได้ในช่วงเวลานั้น

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ (2550 : 26-27) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณะหรือเลือกคุณภาพได้

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้น ๆ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขายแล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการ ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้ การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการ และสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perishability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551 : 5-7) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการบริการที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป 5 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ กล่าวคือ ผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการล่วงหน้าหรือก่อนตกลงใจซื้อเหมือนซื้อสินค้า แต่อาศัยประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการซื้อบริการนั้น ๆ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) โดยปกติบริการจะต้องผลิตและบริโภคพร้อม ๆ กัน การให้บริการเป็นลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการนั้น ๆ ได้ การผลิตและการบริโภคการบริการจะเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน นั่นคือผู้ขายบริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย ผู้ขายบริการคนเดียวไม่สามารถขายในตลาดหลายแห่งได้ในเวลาเดียวกัน เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้เกิดตัวแทนด้านนี้ขึ้นเป็นการช่วยส่งเสริมการบริการบางอย่าง

3. ลักษณะแตกต่างกัน จัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneity) คนเป็นปัจจัยสำคัญของการบริการ การจัดทำมาตรฐานโดยการจัดการคนเป็นเรื่องยาก จะเห็นว่าบริการมีความหลากหลายสูงขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร บริการจึงมีความแตกต่างกัน

4. เป็นความต้องการที่สูญเสียง่าย และขึ้นลงตามฤดูกาล (ไม่สามารถเก็บไว้ได้) (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตแล้วเก็บไว้เหมือนสินค้าอื่นได้เมื่อไม่มีความต้องการใช้

บริการจะเกิดเป็นความสูญเสีย ค่า การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา ถ้าความต้องการใช้บริการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าความต้องการใช้บริการไม่แน่นอนจะเกิดปัญหา นั่นคือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

5. มีความไม่แน่นอน (Variability) การควบคุมคุณภาพของการบริการเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องหลายปัจจัย และปัจจัยหลักจะมาจากพนักงาน ซึ่งคุณภาพของบริการมาจากความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ หากพนักงานไม่พร้อมก็จะทำให้บริการนั้น ๆ ไม่มีคุณภาพได้ จะเห็นได้จากการที่เราใช้บริการร้านตัดผม และตัดผมกับช่างคนเดิม ก็อาจตัดผมได้ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง ดังนั้น รูปแบบการให้บริการจะผันแปรไปตามลักษณะของลูกค้าและ ผู้ให้บริการเป็นส่วนใหญ่หรือเวลาที่เรไปใช้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ เจอเจ้าหน้าที่คนเดิม ให้บริการไม่เหมือนเดิม อาจมีสาเหตุมาจากความไม่พร้อมของร่างกายเพราะขาดการพักผ่อนที่เพียงพอก็ได้

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปลักษณะเฉพาะของการบริการว่า ลักษณะเฉพาะของการบริการแตกต่างไปจากสินค้า ได้แก่ ความไว้วางใจ (Trust) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ไม่แน่นอน (Variability) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

1.3 ความสำคัญของการบริการ

ปัจจุบันบริการได้เพิ่มบทบาทและความสำคัญอย่างมาก แทบจะไม่มีธุรกิจใดที่จะไม่สนใจต่อการให้บริการที่ดีมีคุณภาพ การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยศาสตร์และศิลป์ของการจัดการงานบริการที่มีประสิทธิภาพ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 32-33) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการไว้ดังนี้

1. ความสำคัญต่อธุรกิจ

1.1 มีรายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้ายินดีจ่ายมากขึ้น เพื่อได้รับบริการที่ดีขึ้น

1.2 มีรายได้ต่อเนื่องและลดต้นทุนการสูญเสียลูกค้า (Switching Cost)

1.3 มีความสามารถในการอยู่รอด (Business Survival) ในอนาคตและการสร้างกำไรในระยะยาว อันเนื่องจากการสร้างและขยายจำนวนลูกค้าได้มากกว่าธุรกิจที่ไม่เน้นบริการ โดยปกติลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจะบอกต่อและแนะนำความพึงพอใจนั้นให้คนอื่นทราบ ซึ่งธุรกิจนั้นได้รับประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์ของลูกค้าแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication)

1.4 มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี เนื่องจากการบริการที่ดีสามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจได้

1.5 มีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) จากคู่แข่งอื่นที่ไม่ได้มุ่งเน้นการให้บริการ เนื่องจากการบริการที่มีคุณภาพเป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ต้องใช้เวลานาน และต้องลงทุนสูง จึงยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนและแย่งลูกค้าได้ในระยะเวลานาน

1.6 สร้างกำไรได้ในระยะยาว ซึ่งเกิดจากลูกค้าที่ได้รับบริการที่ดีเกิดความพอใจและความจงรักภักดีต่อธุรกิจนั้น

2. ความสำคัญต่อลูกค้า

2.1 ลูกค้าได้รับความพึงพอใจหรือมีความสุขมากขึ้นจากการให้บริการ เนื่องจากในอดีตสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งถือได้ว่าเพียงพอต่อความต้องการในขณะนั้น แต่เมื่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคก็ได้เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย จากเดิมสินค้าที่สามารถสร้างความพอใจให้ผู้บริโภคได้ ต้องมีการพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการอันไม่สิ้นสุดของผู้บริโภค ปัจจุบันการบริการได้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สินค้านั้นตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านจิตใจที่มีพนักงานมาคอยดูแลเอาใจใส่เสมือนเป็นคนสำคัญของธุรกิจ การอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น การชำระเงิน การจัดส่ง การติดตั้ง เป็นต้น รวมถึงการช่วยประหยัดเวลาให้ลูกค้า

2.2 ลดต้นทุนการแสวงหาธุรกิจรายใหม่ กล่าวคือ ลูกค้าที่ได้รับการบริการที่ดีจากธุรกิจรายใดแล้ว มักจะไม่ค่อยเปลี่ยนไปใช้บริการกับรายอื่น เนื่องจากหากมีการแสวงหาธุรกิจรายใหม่ ต้นทุนที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้า ได้แก่ ต้นทุนค่าเสียเวลาและเสียเงินในการแสวงหาข้อมูล ความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่รู้จักรและไม่คุ้นเคยกับธุรกิจรายนั้น เป็นต้น

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน (2549 : 2) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการ ว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1. การบริการกับผู้บริโภค การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเราเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการบริการล้วนแต่เกี่ยวข้องกับพวกเราทุกคนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในฐานะที่เราทุกคนต่างก็เป็นผู้บริโภคเราจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ

2. การบริการในระบบเศรษฐกิจโลก ในปัจจุบันภาคบริการ (Service Sector) กลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากที่สุดในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกในฐานะ

ที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้และการจ้างงานที่สำคัญที่สุดแทนที่ภาคอุตสาหกรรมที่เคยมีความสำคัญมาก่อนในอดีต

3. การขยายตัวอย่างรวดเร็วของการบริการ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ประชากร สังคม เศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย

อนเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2550 : 21-22) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ เป็นการให้ความสำคัญต่อผู้ให้บริการซึ่งมีมุมมองของผู้ให้บริการแบ่งย่อยได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานส่วนหน้า (Front Line) ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มารับบริการโดยตรง การเข้าใจการบริการจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานตระหนักถึงการปฏิบัติตนต่อผู้รับบริการด้วยจิตสำนึกของการให้บริการ (Service Mind) และเรียนรู้การพัฒนาศักยภาพตนเองในการเป็นนักบริการระดับมืออาชีพ

1.2 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ การทำความเข้าใจจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเป็นเลิศในการดำเนินการบริการด้วยคุณภาพของการบริการที่สอดคล้องได้

2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ เป็นการให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการและให้อำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ เกิดการรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการ ที่ต้องตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย และเกิดความคาดหวังในคุณภาพบริการที่สามารถเป็นไปได้ตามลักษณะของงาน ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของตัวผู้ใช้บริการในกระบวนการบริการในฐานะผู้แสดงเจตนาในการรับบริการ

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551 : 29) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่

1. ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี ทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

2. ความสำคัญในด้านผู้ให้บริการ ทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) จากการบอกต่อ แนะนำต่อ หรือชื่อเสียงในทางดีที่กระจายไป ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงาน โดยมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ความสำคัญของการบริการ ว่า การบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การเข้าใจการบริการจะทำให้การดำเนินกิจกรรมในการบริการสามารถบรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการและช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จ

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการเป็นเรื่องที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจภาคบริการมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับสถานะการแข่งขันที่รุนแรง ผู้บริหารหน่วยธุรกิจหรือองค์กรต่าง ๆ จึงได้เน้นความสำคัญของคุณภาพบริการที่มอบให้กับลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ ได้แก่ ความหมายของคุณภาพบริการ ความสำคัญของคุณภาพบริการ การรับรู้คุณภาพบริการ และการวัดคุณภาพบริการ ดังนี้

2.1 ความหมายของคุณภาพบริการ

ได้มีผู้ให้นิยามคำว่าคุณภาพบริการ (Service Quality) ไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมาดังนี้

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 14) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 106) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty)

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 71) กล่าวว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การที่ลูกค้ารับรู้ภาพของการบริการ และความพึงพอใจผ่านคุณภาพบริการ ดังนั้น คุณภาพบริการเป็นส่วนหนึ่งของเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551 : 28) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ

Parasuraman Zeithaml and Berry (1986 : 57 อ้างใน พัจจนอร์ โสคติทัต, 2551: 25) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง ข้อวินิจฉัยเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยขึ้นอยู่กับเหตุผลคุณลักษณะในการประเมิน ความเชื่อมั่นและทัศนคติของผู้ประเมิน

Brown (1991 : 9) ให้ความหมายว่า คุณภาพบริการ หมายถึง นามธรรมที่มีการจัดบริการให้อีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับ คุณภาพนั้นมีความแตกต่างกันระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่ง และจากสถานการณ์หนึ่งสู่อีกสถานการณ์หนึ่ง

Fitzsimmons (2006 : 129) กล่าวว่า คุณภาพบริการถูกตัดสินโดยผู้รับบริการ ซึ่งทำการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง กับบริการที่ได้รับจริง ช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวังกับบริการที่ได้รับจริงถูกวัดเป็นคุณภาพบริการ ซึ่งเป็นได้ทั้งลบหรือบวก

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของคำว่า คุณภาพบริการ (Service Quality) ได้ว่า คุณภาพบริการ หมายถึง การบริการตามความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจหรือตามที่ลูกค้าได้คาดหวัง และทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวัง

2.2 ความสำคัญของคุณภาพบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 109-110) กล่าวถึง ความสำคัญของคุณภาพบริการว่า สามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1. เชิงคุณภาพ ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดี การให้บริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าติดใจและรู้สึกพอใจ ต้องการมาใช้บริการครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจและความจงรักภักดีจากลูกค้าหายได้ยากเต็มที่ในยุคที่มีบริการจากคู่แข่งขันให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจากการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง

1.2 มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าชื่นชมธุรกิจ และความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

1.3 มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการ สิ่งที่เป็นพื้นฐานในการบอกถึงความคุ้มค่าคือคุณภาพในการบริการ

1.4 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจ

อาจคิดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ ๆ มาสู่ตลาด ไม่นานนักคู่แข่งรายอื่นก็ลอกเลียนแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นการออกบริการใหม่ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การปรับปรุงราคา หรือการส่งเสริมการตลาดแบบแจกแถม หลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจนคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ในธุรกิจหนึ่ง ๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ยาก เช่น บริการบัตรเครดิตของแต่ละธนาคาร บริการโรงพยาบาล บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่สิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าแยกความแตกต่างได้คือ คุณภาพในการบริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย

1.5 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2. เสิร์ปริมาณ ความสำคัญในเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไข

ข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมาตามแก้ไขและการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนที่ถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ากว่า นอกจากนี้ การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดอาจจะแก้ไขได้ไม่หมด หรืออาจจะแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้การหาลูกค้าใหม่เพื่อชดเชยลูกค้าที่สูญเสียไป จะใช้เงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าถึง 25 %

2.2 เพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดให้ธุรกิจ เมื่อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการที่จะได้รับแล้วว่าคุณค่า การเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ย่อมทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยาก และทำให้กิจการสามารถเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกัน การเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดจากลูกค้าใหม่และจากลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในบริการของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยากนัก

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2550 : 263-264) กล่าวถึงความสำคัญของคุณภาพบริการ ดังนี้

1. การเติบโตของอุตสาหกรรม (Growth of Service Industry) ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากและสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจภาคบริการต่อเนื่องต่าง ๆ

2. การเพิ่มขึ้นของการแข่งขัน (Increase Competitions) จากคู่แข่งในประเภทการบริการเดียวกัน รวมถึงข้อบังคับตามกฎหมายการค้าเสรี องค์การจึงต้องมุ่งเน้นคุณภาพการบริการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอันหนึ่งในการที่จะอยู่รอดในการแข่งขันนี้

3. การเพิ่มการทำความเข้าใจในตัวผู้รับบริการ (Greater Understanding Customer) โดยผ่านการศึกษาและทำนายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดี สร้างความพึงพอใจ ในราคาที่สมเหตุสมผล และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ

4. การสร้างให้เกิดเหตุผลทางเศรษฐกิจ (Economic Sense) องค์การธุรกิจบริการมุ่งหวังให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ การมีฐานผู้รับบริการที่มาก ซึ่งไม่ได้คำนึงเพียงการสร้างผู้รับบริการรายใหม่ แต่ยังรวมไปถึงผู้รับบริการรายเก่าที่จะต้องมุ่งรักษาไว้โดยการสร้างคุณภาพการบริการให้เกิดขึ้น

สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2551 : 28-29) กล่าวถึง ความสำคัญของคุณภาพบริการ ดังนี้

1. สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เขาเลือกใช้บริการ ดังนั้น ผู้ผลิตบริการ จึงจำเป็นต้องผลิตบริการที่ดีมีคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ช่วยลดต้นทุน การให้บริการที่มีคุณภาพโดยไม่มีข้อบกพร่องใด ๆ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้
3. เพิ่มความต้องการซื้อของลูกค้า บริการที่มีคุณภาพดีกว่า ลูกค้ายอมจ่ายเพื่อสิ่งที่ดีกว่าและพอใจกว่า
4. การส่งมอบทันกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ บริการที่ส่งมอบถึงมือลูกค้าตามกำหนดเวลา โดยไม่มีข้อบกพร่องย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอ และเป็นเหตุผลหนึ่งที่สามารถรักษาลูกค้าได้

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ความสำคัญของคุณภาพบริการ ได้ว่า ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มรายได้ ส่วนแบ่งการตลาดจากลูกค้ารายใหม่และลูกค้าในปัจจุบัน รวมทั้งเกิดความได้เปรียบในการเชิงการแข่งขัน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมบริการ

2.3 การรับรู้คุณภาพบริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งผู้รับบริการจะพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง “บริการที่ได้รับจริง” หรือ “บริการที่รับรู้” กับ “บริการที่คาดหวัง” ถ้า “บริการที่รับรู้” เท่ากับหรือสูงกว่า “บริการที่คาดหวัง” ผู้รับบริการก็จะได้รับความพึงพอใจ แต่ในทางกลับกัน ถ้า “บริการที่รับรู้” ต่ำกว่า “บริการที่

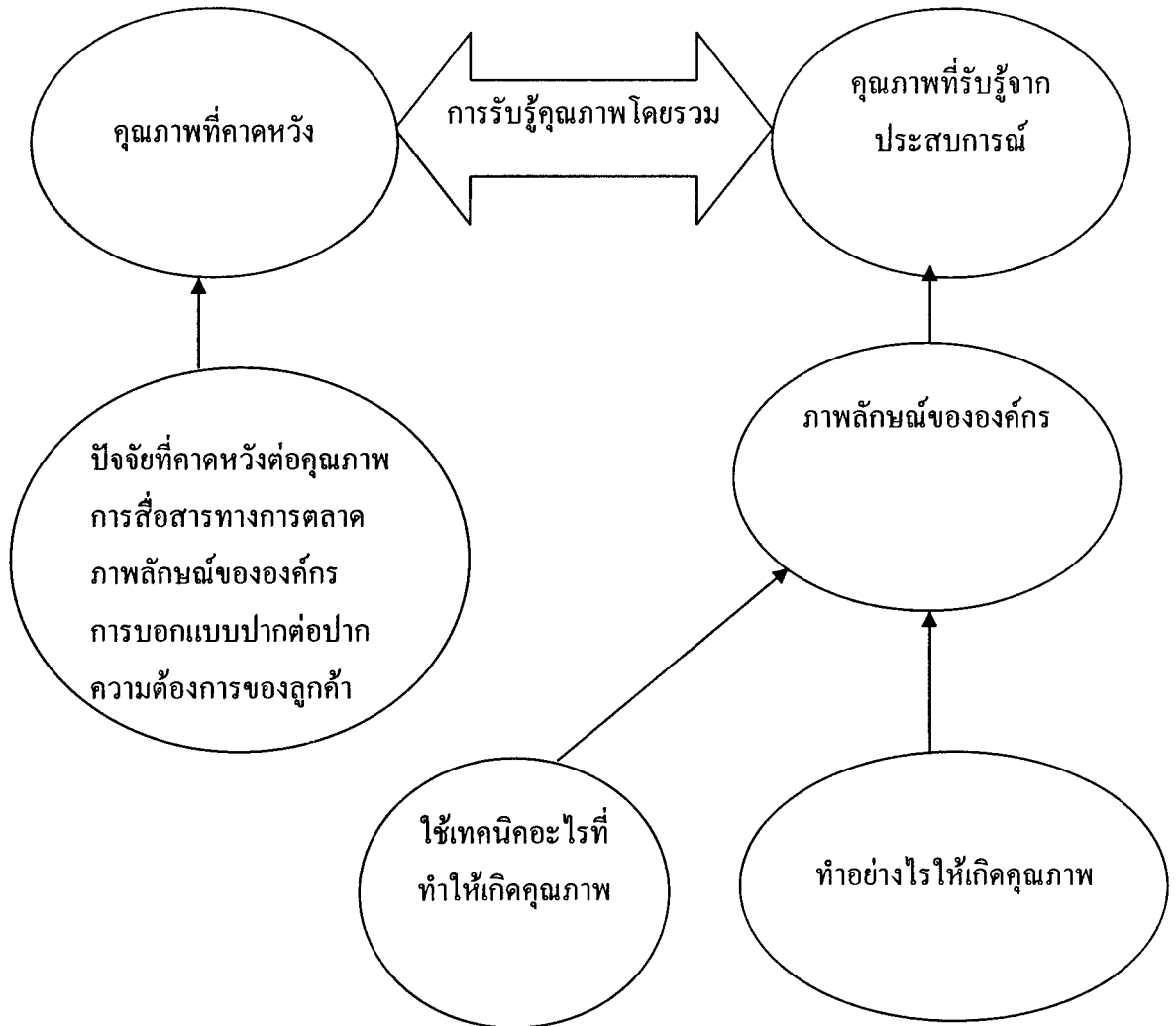
คาดหวัง” ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ การรับรู้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยผู้วิจัยได้นำมาดังนี้

Oliver (1980 : 243-253) กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการนั้น สามารถนำมาสร้างเป็นรูปแบบคุณภาพบริการได้ โดยต้องมีสิ่งบ่งชี้ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ 3 ประการ ดังนี้

1. การให้บริการที่มีคุณภาพตามเทคนิควิธีการที่สำคัญของบริการนั้น
 2. ผู้รับบริการสามารถรับรู้ถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ
- ดังนั้น สิ่งสำคัญในการบริการ ก็คือ การสร้างภาพของบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือของผู้รับบริการ
3. การรับรู้คุณภาพบริการเป็นการประเมินบริการจากผู้รับบริการ ซึ่งเกิดจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังบริการและการรับรู้บริการ ถ้าบริการที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังก็จะประเมินบริการนั้นว่ามีคุณภาพ

Gronross (1990 : 25 อ้างใน พงษ์นอร์ โสคติ์ 2551 : 16) กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้ ซึ่งเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐาน การรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับการรับรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ตรงกับการรับรู้จริง คุณภาพบริการนั้นจะสูง โดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารทางการตลาด การสื่อสารแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์ขององค์กร และความต้องการของลูกค้าเอง
 2. ลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการ เป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการว่าจะทำอะไรให้การบริการดีเท่ากับการรับรู้จากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา
- ภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 การรับรู้คุณภาพโดยรวม

ที่มา : Gronroos, C. (1990 อ้างใน พัจจนอร์ โสคติทัต 2551 : 17)

Gronroos (1990) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพที่ดีของลูกค้าว่ามี 6 ประการดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพและทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพบริการที่ดีได้ เมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทักษะคิดและพฤติกรรม เป็นความรู้สึกลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหาด้วยความเต็มใจ โดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการ ประกอบไปด้วย สถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงาน ได้ถูกออกแบบให้ ง่ายต่อการเข้าถึงบริการ รวมถึงมีการเตรียมปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงในการใช้บริการที่เกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ

5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติหรือไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที

6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้ และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

Parasuraman, Zeithmal and Berry (1990 : 49 อ้างใน รัชนีวรรณ ปานบุตร 2546 : 24) กล่าวไว้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการนั้นเกิดขึ้นจากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้บริการ ซึ่งการรับรู้ของผู้รับบริการที่มีต่อบริการนั้นเป็นผลมาจากการเกิดปัญหาตั้งแต่ช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 ซึ่งเกิดขึ้นจากผู้รับบริการ ช่องว่างเหล่านั้นได้แก่

ช่องว่างที่ 1 เป็นช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ของผู้บริหารที่มีต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ

ช่องว่างที่ 2 เป็นช่องว่างระหว่างการรับรู้ของผู้บริหารที่มีต่อความคาดหวังของผู้รับบริการและการกำหนดลักษณะหรือมาตรฐานของบริการ

ช่องว่างที่ 3 เป็นช่องว่างลักษณะของคุณภาพบริการที่ได้กำหนดไว้และบริการที่ให้

ช่องว่างที่ 4 เป็นช่องว่างระหว่างบริการที่ให้จริงและการสื่อสารให้ผู้มารับบริการรับทราบ

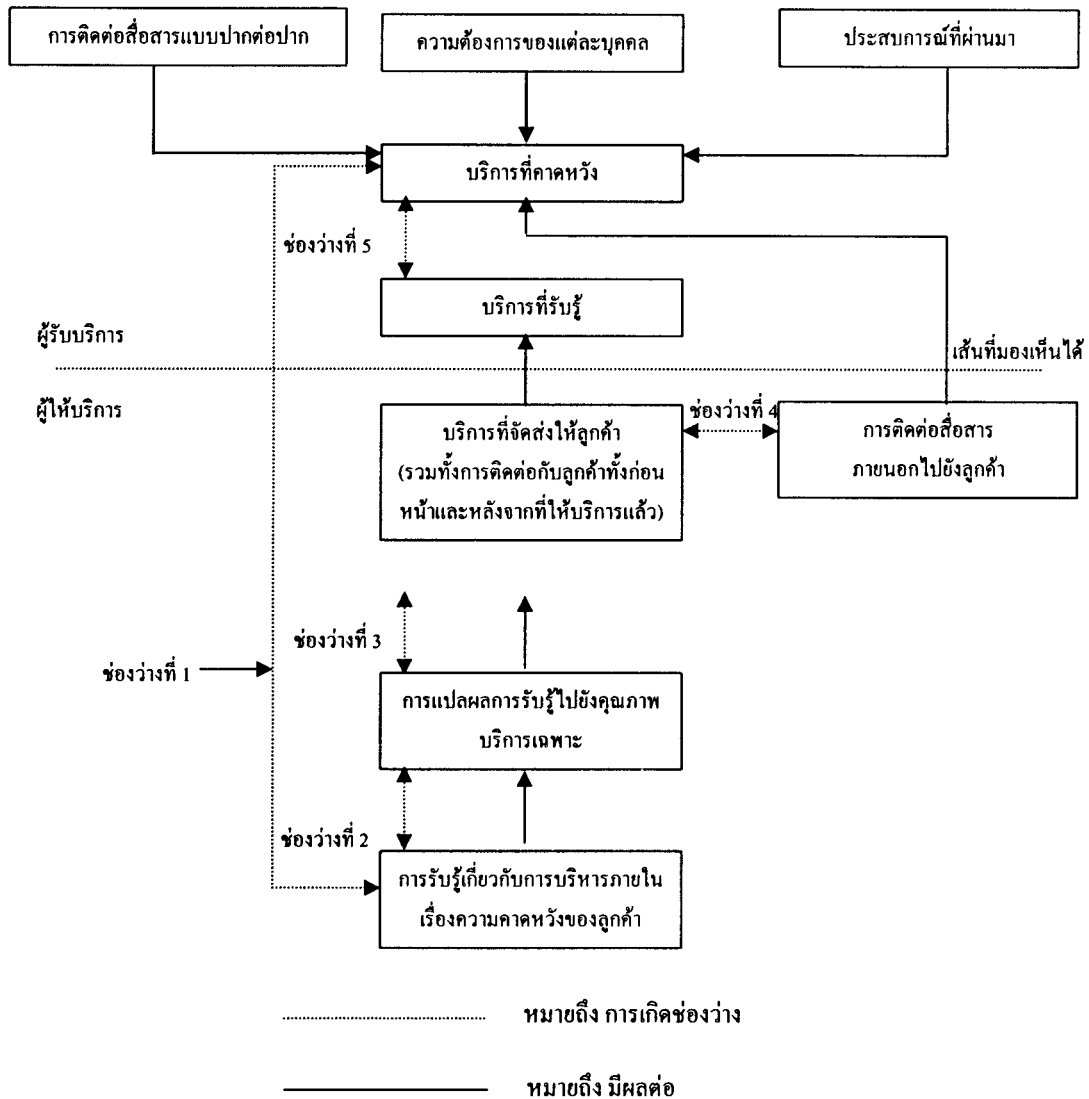
การที่จะให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณภาพบริการได้นั้นจะต้องพยายามลดช่องว่างหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากช่องว่างต่าง ๆ ให้น้อยลง

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ เป็นการตัดสินใจของผู้รับบริการเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการตามภาวะที่เกิดขึ้นจริงและตามความคาดหวังบริการที่ได้รับว่าอยู่ในระดับใด

2.4 การวัดคุณภาพบริการ

Lovelock (1996 : 464 อ้างใน วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ 2541 : 48) กล่าวว่าคุณภาพบริการเป็นสิ่งที่วัดได้ยาก เนื่องจากการบริการนั้นไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) จึงทำให้ประเมินได้ยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า โดยการประเมินคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นได้ในระหว่างการส่งมอบบริการ (Process of Service Delivery) และประเมินจากผลลัพธ์ (Output) ของการบริการ ซึ่งคุณภาพบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Quality of Service) จะมาจากกระบวนการประเมินผลของลูกค้า โดยการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ถึงการส่งมอบบริการ (Perception of Service Delivery) และผลลัพธ์ (Output) ของการส่งมอบบริการเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Expectations) ของลูกค้าที่มีอยู่เดิม

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990 : 45-47 อ้างใน วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ 2541 : 55-56) ได้ทำการวิจัยธุรกิจบริการต่าง ๆ โดยทำการศึกษาความต้องการหรือความคาดหวัง คุณภาพบริการด้านต่าง ๆ และได้สร้างแบบจำลองคุณภาพบริการ โดยกระบวนการบริการแต่ละส่วนมีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อคุณภาพบริการ ดังแสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองคุณภาพบริการ

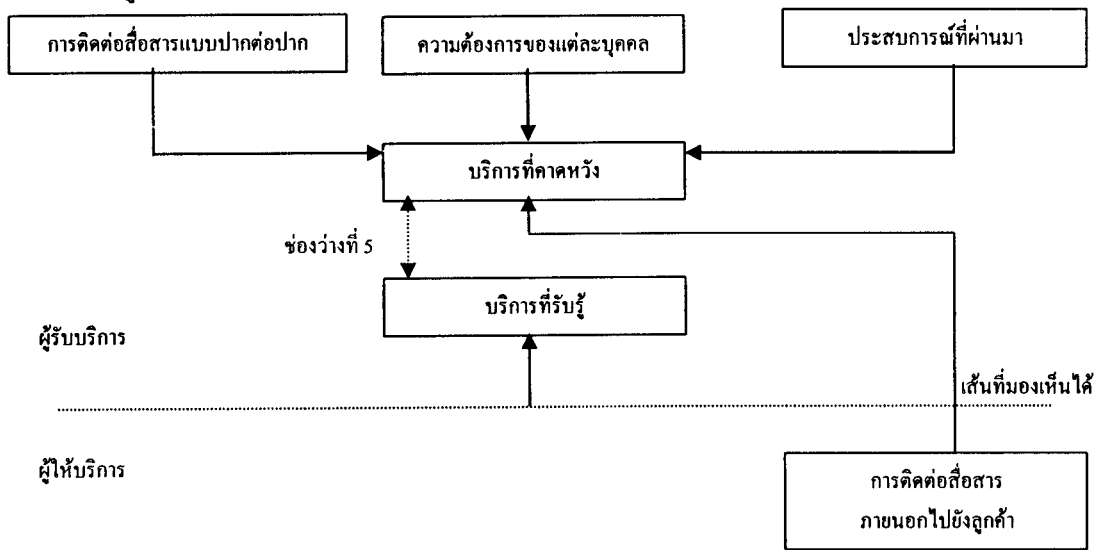
ที่มา : Parasurman, Berry and Zeithaml (1990 : 46).

จากแบบจำลองคุณภาพบริการของ Parasuraman Zeithaml and Berry ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญและการส่งมอบคุณภาพบริการที่คาดหวังอันเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการไม่ประสบความสำเร็จโดยแสดงช่องว่าง 5 ประการ ดังนี้

1. ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่คาดหวังและความคิดเห็นของผู้ให้บริการ เกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า ช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อการประเมินผลของลูกค้าต่อคุณภาพบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างนี้คือ

- 1.1 ขาดการศึกษาถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า
- 1.2 มีการติดต่อสื่อสารที่น้อยเกินไป ระหว่างผู้ให้บริการในหน่วยงาน ส่วนงานต่าง ๆ ขององค์กร
 - 1.3 สายการบังคับบัญชา มีการแบ่งแยกผู้ให้บริการหลายคนจากผู้บริหารชั้นสูง ทำให้ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้บริการที่ให้ข้อมูลกลับไปยังผู้บริหารนั้นไม่มีคุณค่า
2. ช่องว่างที่ 2 (Gap 2) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า และข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ ช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้า มีปัจจัย 4 ประการที่เกี่ยวข้องคือ
 - 2.1 ข้อตกลงเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ไม่ชัดเจน
 - 2.2 ขาดการรับรู้ในสิ่งที่มองเห็นได้
 - 2.3 มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรที่จะทำให้งานบริการมีมาตรฐาน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถรับประกันลูกค้าได้ว่าคุณภาพบริการที่ให้บริการมีความสม่ำเสมอ
 - 2.4 ไม่มีเป้าประสงค์โดยตรงที่มีความสัมพันธ์กับมาตรฐานของลูกค้า และความคาดหวัง
3. ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างข้อกำหนดเรื่องคุณภาพ และการบริการจริงที่ให้กับลูกค้า จะมีผลกระทบต่อคุณภาพบริการจากจุดยืนของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้คือ
 - 3.1 บทบาทของบุคลากรที่ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่แน่ใจว่าผู้บริหารหรือผู้จัดการมีความคาดหวังอย่างไรต่องานที่ทำ
 - 3.2 ขาดทักษะ การฝึกอบรมที่จำเป็นในการทำงาน หรือการใช้เทคโนโลยี
 - 3.3 บทบาทขัดแย้งของบุคคลที่ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ภายในและลูกค้าภายนอก
4. ช่องว่างที่ 4 (Gap 4) เป็นช่องว่างที่เกิดขึ้นจากบริการที่ให้แก่ลูกค้าและการติดต่อสื่อสาร ไปยังลูกค้าในการบริการ การติดต่อสื่อสารภายนอกจะมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการที่ได้รับ ช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพบริการจากจุดยืนของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้คือ
 - 4.1 ขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในหน่วยงานระดับเดียวกัน
 - 4.2 การให้คำสัญญาแก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป
5. ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) เป็นความแตกต่างระหว่างบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้และบริการที่ได้รับจริง ช่องว่างเรื่องคุณภาพบริการจะหมดไปเมื่อมีการลดช่องว่างทั้ง 4 ประการ ซึ่งมี

สาเหตุจากการบริหารภายในองค์กร การตัดสินใจของลูกค้าทั้งแง่บวกและแง่ลบ จะเป็นตัวตัดสินคุณภาพบริการว่าสูงหรือต่ำ ในการวัดคุณภาพบริการ และการใช้แบบจำลองนี้จะเน้นหนักไปที่การบริการที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ (Expected Service-Perceived Service Gap : P-E) คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางของช่องว่างที่ 5 หรืออีกนัยหนึ่งขึ้นอยู่กับธรรมชาติของช่องว่าง ซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามแบบจำลองคุณภาพบริการดังแสดงในภาพที่ 2.3 ซึ่งทำให้เกิดข้อบ่งชี้ นอกจากนี้ในการกำหนดคุณภาพบริการ Parasuraman, Zeithaml and Berry ได้นำแบบจำลองช่องว่างมาสร้างเครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพบริการ ที่เรียกว่า SERVQUAL เพื่อใช้ประเมินคุณภาพบริการทางธุรกิจ โดยเครื่องมือนี้อาศัยพื้นฐานของช่องว่างที่ 5 พวกเขาต้องการที่จะออกแบบให้เป็นเครื่องมือที่มีมาตรฐานที่ใช้ได้กับงานบริการทุกประเภท และสามารถปรับเปลี่ยนได้เล็กน้อยตามความเหมาะสม เป็นบรรทัดฐานในการวางแผนและการดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ และช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 GAP 5 : ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับการรับรู้ของลูกค้า
 ที่มา : Parasurman, Berry and Zeithaml (1990 : 37).

SERVQUAL (GAP 5) มีที่มาจากการศึกษาวิจัยโดยเริ่มจากการทำ Focus-Group Interviews ในธุรกิจบริการ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจซ่อมบำรุง ธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจธนาคาร ในแต่ละประเภทธุรกิจมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 12 กลุ่ม จุดประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือการค้นหาว่าอะไรคือวิธีที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพบริการที่แท้จริง ผู้บริโภคมีการ

กำหนดปัจจัยที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการหรือไม่ หากผู้บริโภคมีการกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ ปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง และในประเภทของการบริการที่แตกต่างกันแต่ประเภทผู้บริโภคมีการกำหนดปัจจัยที่แตกต่างกันหรือไม่ ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพบริการว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพสูงหรือต่ำ โดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือปรารถนา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า 4 ประการ ประการแรกคือ สิ่งที่ผู้บริโภคฟังมาจากการบอกปากต่อปากพบว่า การบอกปากต่อปากเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความคาดหวังต่อการบริการของลูกค้า ปัจจัยประการที่สองคือ ความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งจะถูกกำหนดจากอุปนิสัยและสถานการณ์ ปัจจัยประการที่สามคือ ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดความคาดหวังต่อการบริการ ประการสุดท้ายคือ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ พบว่าราคาหรืออัตราค่าบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่อยู่ภายใต้อิทธิพลของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ และเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคาดหวังของลูกค้า การศึกษาวิจัยโดยการทำ Focus-Group Interviews ในครั้งนี้ยังทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพการบริการ โดยพบว่ามีปัจจัยซึ่งผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ โดยทั่วไป 10 ประการ ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ปัจจัย 10 ประการ ที่ผู้รับบริการใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ

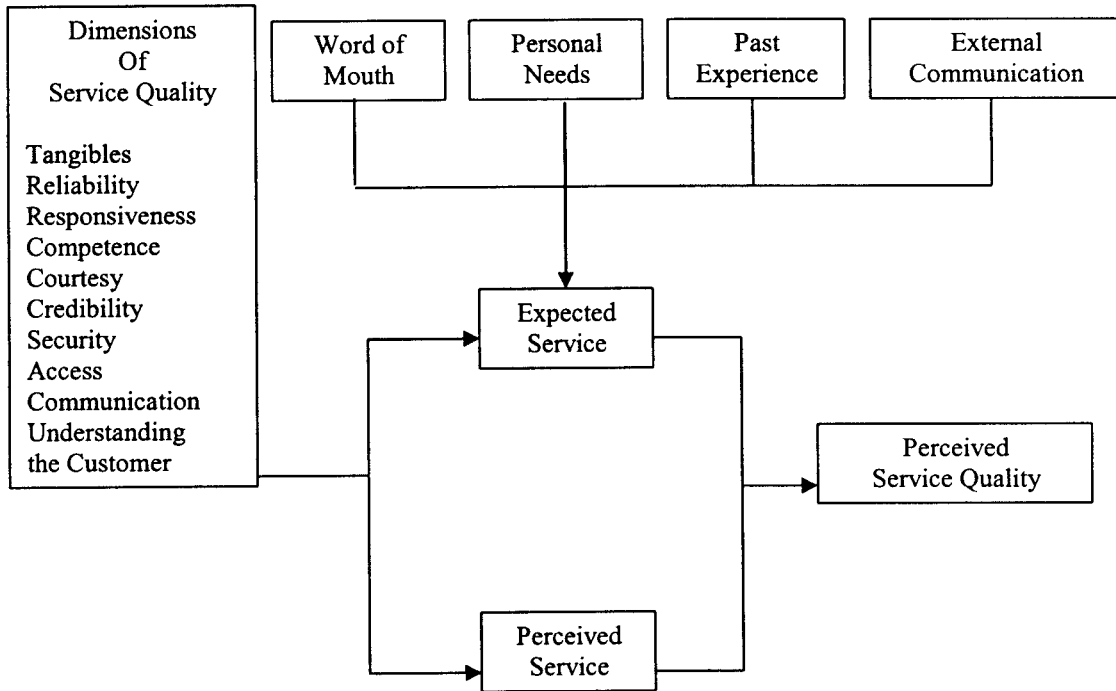
ปัจจัย	คำจำกัดความ
1. Tangibles (บริการที่เป็นรูปธรรม)	Appearance of physical facilities, equipment, personal and communication materials. (ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ พนักงานให้บริการ และอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ)
2. Reliability (ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ)	Ability to perform the promised service dependably and accurately. (ความสามารถ ในการปฏิบัติงานบริการตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่างน่าเชื่อถือและถูกต้อง)
3. Responsiveness (การตอบสนองต่อลูกค้า)	Willingness to help customer and provide prompt services. (ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า และให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไว)
4. Competence (บริการอย่างมีความสามารถ)	Possession of the required skills and knowledge to perform the service. (การมีทักษะ และความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานบริการ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัจจัย	คำจำกัดความ
5. Courtesy (ความมีสัมมาคารวะ)	Politeness, respect, consideration, and friendliness of contact personnel. (ความสุภาพ ความเกรงใจ ความเอาใจใส่ และความเป็นมิตรของพนักงานให้บริการ)
6. Credibility (ความเชื่อถือไว้วางใจได้ของผู้ให้บริการ)	Trustworthiness, believability, honesty of the service provider. (ความน่าไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ ความจริงใจของผู้ให้บริการ)
7. Security (ความปลอดภัย)	Freedom from danger, risk or doubt. (ปราศจาก อันตราย ความเสี่ยง และความคลางแคลงใจ)
8. Access (ความสามารถในการเข้าถึงบริการ)	Approachability and ease of contact. (มีความง่ายในการเข้าถึง และการติดต่อ)
9. Communication (ความสามารถติดต่อสื่อสาร)	Keeping customer informed in language they can understand and listening to them. (สื่อสารกับลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย และรับฟังลูกค้าเสมอ)
10. Understanding the Customer (การเข้าใจลูกค้า)	Making the effort to know customer and their needs. (ใช้ความพยายามในการทำความรู้จักลูกค้า และพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า)

ที่มา : Parasurman, Berry and Zeithaml (1990 : 21-22).

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยทั้ง 10 ประการ ซึ่งลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพบริการในบางด้านไม่เป็นอิสระจากกัน เช่น ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Credibility) กับความปลอดภัย (Security) อาจมีความเหลื่อมกันอยู่ ผลการวิจัยในช่วงแรกสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ

ที่มา : Parasurman, Zeitham and Berry (1990 : 23).

จากการวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985 : 41-50) โดยวิธี Focus-Group Interviews ในช่วงแรก ได้ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในช่วงที่สอง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาเป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภค การวิจัยในช่วงที่สองนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจจากกลุ่มธุรกิจบริการ 5 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจซ่อมบำรุงผลิตภัณฑ์ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจให้บริการโทรศัพท์ทางไกล ธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจบัตรเครดิต ข้อมูลจากการสำรวจทั้งหมดได้ถูกนำมาวิเคราะห์และพัฒนาเป็นเครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพบริการซึ่งมีชื่อเรียกว่า “SERVQUAL” โดยเครื่องมือดังกล่าวจะแบ่งออกได้เป็นสองส่วนคือ ส่วนแรกเป็นส่วนที่ใช้วัดความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการ ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังต่อการบริการของลูกค้าจำนวน 22 ข้อ ส่วนที่สองจะเป็นคำถามเพื่อวัดคุณภาพบริการจริงที่ลูกค้ารับรู้ ประกอบด้วยชุดคำถามซึ่งเข้าคู่กับชุดคำถามแรกจำนวน 22 ข้อ ชุดคำถาม 22 ข้อดังกล่าวพัฒนามาจากปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการกำหนดคุณภาพบริการ ได้แก่ บริการที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง บริการอย่างมีความสามารถ ทัศนคติไมตรี ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความปลอดภัย การเข้าถึง การติดต่อสื่อสาร และความเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามจำนวน 97 รายการ เพื่อวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย

ด้านต่าง ๆ ทั้ง 10 ด้าน แต่ละคำถามจะให้คะแนนโดยระบบ Seven-point Likert Scale ผลคะแนนที่ได้จะถูกนำมาคำนวณ โดยนำคะแนนจากคุณภาพบริการที่ถูกสำรวจด้วยคะแนนคุณภาพบริการที่ถูกคาดหวัง ผลจากการลบจะทำให้ได้ระดับคะแนนที่แตกต่างกันตั้งแต่ +6 ถึง -6 คะแนน ผลคะแนนที่สูงหมายถึงคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง และจากการใช้วิธีการทางสถิติหลายวิธีในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้สามารถลดจำนวนคำถามลงถึง 2 ใน 3 ของคำถามทั้งหมด และสามารถรวมปัจจัยด้านที่มีความเหลื่อมล้ำหรือมีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกันทำให้คงเหลือปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน จากปัจจัยพื้นฐาน 10 ด้าน ดังแสดงในตารางที่ 2.2 ตารางที่ 2.2 เกณฑ์ที่ผู้รับบริการใช้ประเมินคุณภาพบริการตามเครื่องมือ SERVQUAL

ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการประเมินคุณภาพบริการ	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
1. Tangibles	■				
2. Reliability		■			
3. Responsiveness			■		
4. Competence				■	
5. Courtesy				■	
6. Credibility				■	
7. Security				■	
8. Access					■
9. Communication					■
10. Understanding the Customer					■

ที่มา : Parasurman, Berry and Zeithaml (1990 : 25).

ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน มีคำจำกัดความ ดังแสดงในตารางที่ 2.3
 ตารางที่ 2.3 คำจำกัดความของปัจจัย 5 ด้านในเครื่องมือ “SERVQUAL”

ปัจจัย	คำจำกัดความ
1. Tangibles (บริการที่เป็นรูปธรรม)	Appearance of physical facilities, equipment, personal and communication materials. (ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ พนักงานให้บริการ และอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ)
2. Reliability (ความเชื่อถือได้)	Ability to perform the promised service dependably and accurately. (ความสามารถ ในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าอย่าง น่าเชื่อถือและถูกต้อง)
3. Responsiveness (การตอบสนองต่อผู้รับบริการ)	Willingness to help customer and provide prompt services. (ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า และให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไว)
4. Assurance (ความมั่นใจได้)	Knowledge and courtesy of employees their ability convey trust and confidence. (ความรู้ และความมีสัมมาคารวะของพนักงานให้บริการ และ ความสามารถของพนักงานที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ)
5. Empathy (ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ)	Caring individualized attention the firm provide the customer. (การดูแลเอาใจใส่ และการให้ความสนใจเป็นการส่วนตัวที่บริษัทมีให้แก่ ลูกค้า)

ที่มา : Parasurman, Berry and Zeithaml (1990 : 28).

Parasuraman Zeithaml and Berry (1989 : 129,133 อ้างใน อานนท์ อุดมภาคย์ 2551 : 41) กล่าวว่า ปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัยเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ โดยการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพบริการ เป็นผลมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ต่อการบริการ เมื่อ ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพบริการมีค่ามากกว่าการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริง (ES>PS) ผู้บริโภคจะไม่พอใจการบริการที่ได้รับและความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของ ระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น หากความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณภาพบริการมีค่า เท่ากับการรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริง (ES = PS) ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจต่อการบริการ และหาก การรับรู้จากการบริการที่ได้รับจริงมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการบริการ (ES<PS) ก็จะเป็นการบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความพึงพอใจที่ผู้บริโภคคาดหวังและผู้บริโภคจะรู้สึก พพอใจเพิ่มมากขึ้น เมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น

Collier (1991 อ้างใน อเนก สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อุดลพัฒน์กิจ 2550 : 270-271) ใช้เกณฑ์ RATER ในการประเมินพฤติกรรมในการบริการ ซึ่งดัดแปลงมาจากหลักคุณภาพบริการ (Service Quality : SERVQUAL) ของพาราสุรามาน (1991) ที่ได้รับปรับโดยจัดเรียงลำดับและเพิ่มความหมายโดยกำหนดเป็น “RATER”

R Reliability	การให้บริการจะต้องมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ
A Assurance	การให้บริการจะต้องเป็นไปตามที่ได้ประกันเอาไว้ทั้งในด้านกระบวนการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ
T Tangibility	นำลักษณะแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อาคารสถานที่อุปกรณ์ต่าง ๆ มาเป็นตัวบ่งบอกคุณภาพที่จับต้องไม่ได้ของการบริการนั้น
E Empathy	ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทร เอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ
R Responsiveness	ผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะสนองตอบต่อความต้องการอย่างทันท่วงที

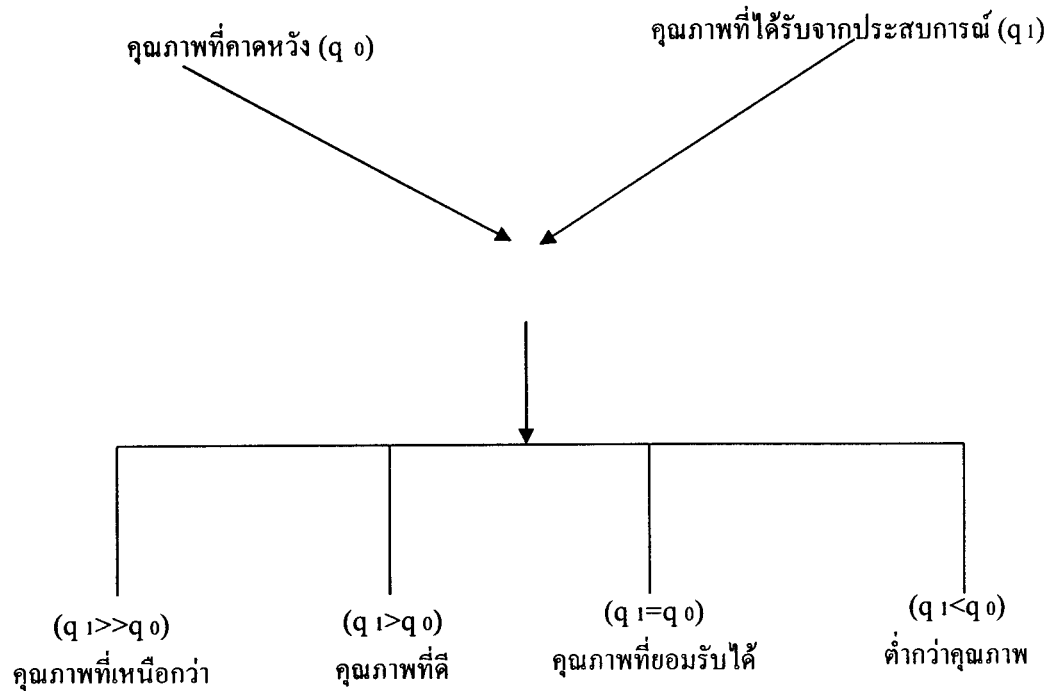
ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นการรับรู้คุณภาพบริการของ Parasuraman หรือ Collier ล้วนเป็นแนวในการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ซึ่งอาจเปรียบเทียบได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 เปรียบเทียบระดับคุณภาพบริการระหว่าง SERVQUAL และ RATER

SERVQUAL 10 มิติ	RATER 5 มิติ
Reliability	Reliability
Competence	
Courtesy	Assurance
Security	
Tangibles	
Credibility	Tangibility
Accessibility	
Communication	Empathy
Understanding	
Responsibility	Responsibility

ที่มา : อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ (2550 : 271)

Smith and Hustion (1993 อ้างใน อานนต์ อุดมภาคย์ 2551 : 32) กล่าวไว้ว่า มีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าหลังจากที่มีการใช้บริการจากผู้ให้บริการ 4 ประการ คือ ต่ำกว่าคุณภาพ คุณภาพที่ยอมรับได้ คุณภาพที่ดี และคุณภาพที่เหนือกว่า ดังแผนภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ทางเลือกการประเมินคุณภาพ

ที่มา : Smith and Hustion (1993 : 121).

จากภาพที่ 2.5 สามารถแปลผลทางเลือกการประเมินคุณภาพของลูกค้าออกมาได้ ดังนี้

1. ต่ำกว่าคุณภาพ แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าน้อยกว่าความคาดหวังไว้เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับ
2. คุณภาพที่ยอมรับได้ แสดงถึงลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ได้เท่ากับความคาดหวังไว้ ถ้าผู้ให้บริการต้องการทำให้ลูกค้ามีความสุขกับการใช้บริการ คุณภาพระดับนี้อาจไม่พอเพียง
3. คุณภาพที่ดี แสดงถึงลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งเป็นผลทำให้ลูกค้าสนใจที่จะใช้บริการต่อไป และมากกว่านั้นยังก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่น

4. คุณภาพที่เหนือกว่า แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ที่เกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้าซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในบริการและยินยอมที่จะจ่ายแพงในการใช้บริการ

Lovelock (2002 : 226 อ้างใน สุพรรณิ อินทร์แก้ว 2551 : 30-32) กล่าวว่าไว้ว่าการวัดคุณภาพบริการของลูกค้าจะต้องพิจารณาระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากปัจจัยคุณภาพต่าง ๆ ตลอดเวลาที่ใช้บริการจนกระทั่งเสร็จกระบวนการบริการ ปัจจัยคุณภาพมี 5 ประการ ดังนี้

1. ความเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) ความเชื่อถือได้ในการให้บริการเป็นความสามารถในการส่งมอบบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้กำหนดหรือบอกกล่าวแก่ลูกค้าไว้ ลูกค้าจะเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจเมื่อได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ และถูกต้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) ในที่สุด

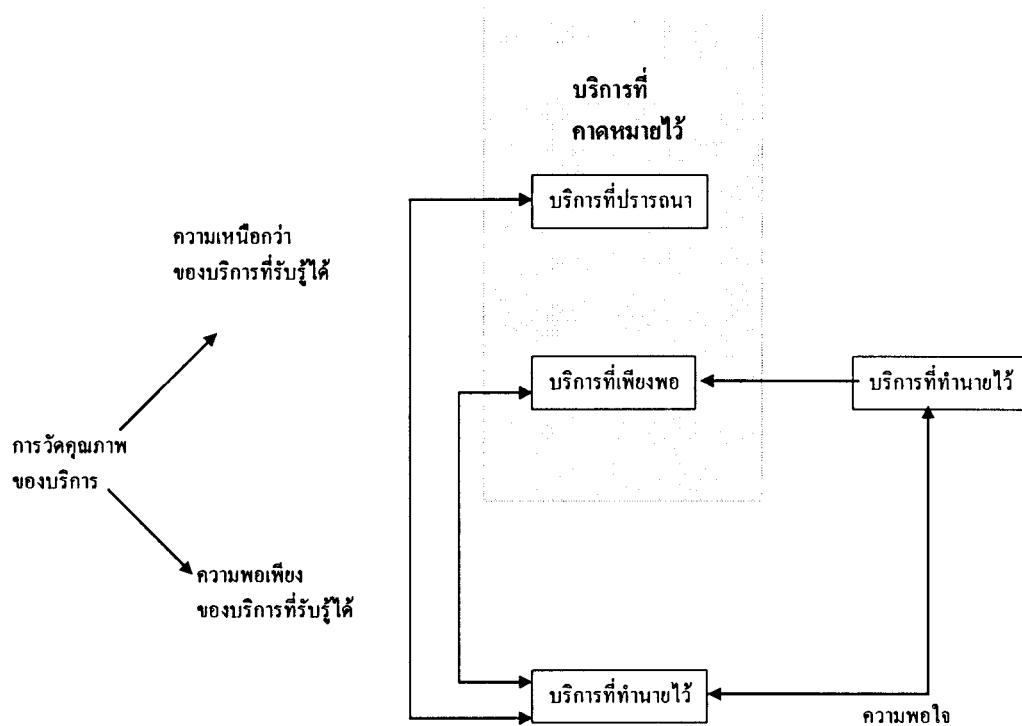
2. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) สิ่งสัมผัสได้ของธุรกิจบริการ ได้แก่ อาคารสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เช่น ตัวอาคารที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงการตกแต่งประดับประดา ห้องน้ำ ที่จอดรถ การแต่งกายของพนักงาน รวมทั้งการให้บริการของพนักงานด้วย

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีเมื่อลูกค้าต้องการด้วยความรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้ารอคิวนาน และต้องถูกใจก่อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาใช้บริการ ซึ่งความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. ความไว้วางใจในการให้บริการ (Assurance) หมายถึง พนักงานบริการมีความรู้ความสามารถและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนมีจริยธรรมในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการตามมาตรฐานและปลอดภัย

5. การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Empathy) ผู้ให้บริการควรจะศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ให้ความสนใจดูแลเอาใจใส่ และตอบสนองความต้องการด้วยความเต็มใจ

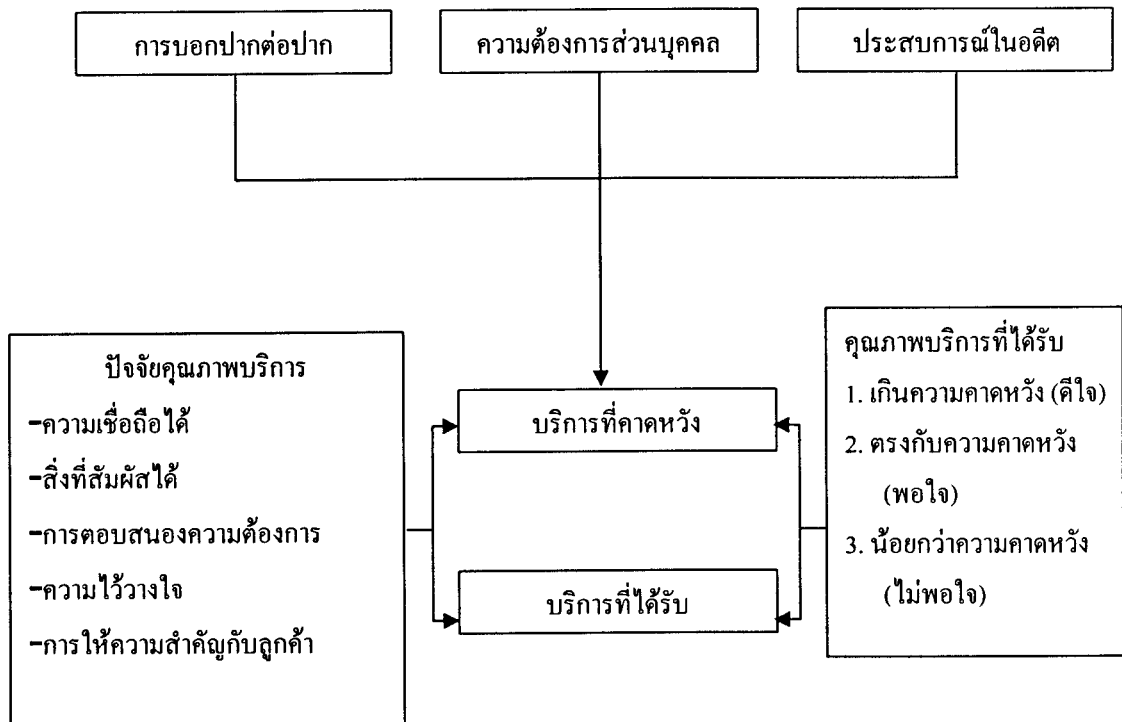
หลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว ลูกค้าจะเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังไว้ (Expected Service) กับบริการที่ได้รับจริง (Actually Service) แล้วตัดสินใจว่าเขาได้รับความพึงพอใจ (Satisfaction) แค่ไหน กับการส่งมอบบริการ ดังนั้น ในการวัดคุณภาพบริการของลูกค้าจะเห็นว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง ความพึงพอใจและบริการที่เขาได้รับ ดังภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง (Expectation) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และบริการที่รับรู้ได้ (Perceived Service)

ที่มา : สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551 : 32)

Fitzsimmons (2004 : 133 อ้างใน สุพรรณิ อินทร์แก้ว 2551 : 41) กล่าวไว้ว่า การประเมินคุณภาพบริการ โดยทั่วไปลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพของบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง (Expected Service) กับคุณภาพที่ได้รับ (Perceived Service) ว่าได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือไม่ ซึ่งส่งผลถึงความพึงพอใจของลูกค้า ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 เกณฑ์การประเมินคุณภาพบริการและความพึงพอใจที่ได้รับ

ที่มา : สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2551 : 41)

จากภาพที่ 2.7 จะเห็นได้ว่าลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการจากบริการที่คาดหวังไว้ ซึ่งลูกค้าได้รับข้อมูลจากการบอกต่อจากลูกค้าคนอื่น ความต้องการส่วนตัว และจากประสบการณ์ในอดีต โดยมีปัจจัยคุณภาพบริการ 5 ปัจจัย คือ ความเชื่อถือได้ สิ่งสัมผัสได้ การตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจ และการให้ความสำคัญกับลูกค้า เป็นเกณฑ์ในการประเมินและเมื่อเขาได้รับบริการไปแล้ว เขาจะนำไปเปรียบเทียบกับบริการที่เขาคาดหวังไว้ และทำให้เกิดพฤติกรรมรับรู้ถึงคุณภาพบริการ 3 ระดับ คือ

1. บริการที่ได้รับเกินความคาดหวัง จะเกิดพฤติกรรม ดีใจ
2. บริการที่ได้รับตรงกับความคาดหวัง จะเกิดพฤติกรรม พอใจ
3. บริการที่ได้รับน้อยกว่าหรือไม่ได้ตามความคาดหวัง จะเกิดพฤติกรรม ไม่พอใจ

สรุปได้ว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพบริการตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการวิจัยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ โดยการสัมภาษณ์ลูกค้าในธุรกิจบริการหลายประเภท งานวิจัยในช่วงแรกซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพได้ข้อสรุปว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพบริการโดยการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่ผู้บริโภคคาดหวังหรือปรารถนา โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้า 4 ประการ คือ สิ่งที่ผู้บริโภครับฟังมาจากการบอกปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีตของ

ผู้บริโภค และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นการวิจัยยังช่วยให้ทราบถึงปัจจัยโดยทั่วไป ซึ่งผู้บริโภคใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ 10 ด้าน และการวิจัยช่วงที่สองซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำให้สามารถรวมปัจจัยบางด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกันด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ จนในที่สุดก็ได้พัฒนาจนได้เครื่องมือซึ่งเรียกว่า SERVQUAL เพื่อวัดความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพบริการใน 5 ด้าน คือ บริการที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า ความมั่นใจได้ และความเข้าใจ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณภาพบริการ โดยผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจต่อคุณภาพบริการเมื่อระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการมีค่าเท่ากับระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ หากระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการมีค่ามากกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ก็จะเป็นการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจเหนือกว่าระดับที่คาดหวัง แต่เมื่อระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการมีค่าน้อยกว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ ผู้บริโภคก็จะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ผู้รับบริการได้รับจริงกับการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้ ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในอดีต โดยประสบการณ์อาจเกิดขึ้นจากการเคยไปใช้บริการจากผู้ให้บริการมาก่อน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง ได้แก่ ความหมายของความคาดหวัง ความคาดหวังของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพบริการ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนี้

3.1 ความหมายของความคาดหวัง

ได้มีผู้ให้นิยามคำว่าความคาดหวังไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมาดังนี้

ไพโรพนา ศรีเสน (2544 : 14) ให้ความหมายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดความรู้สึก อย่างมีวิจาร์ญาณของบุคคลที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะมี ควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้นในอนาคต ตามความจำเป็นและความเหมาะสมของสถานการณ์ ซึ่งการคาดการณ์นี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล

Clay (1988 : 252) ให้ความหมายว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือเป็นความมุ่งหวังที่ตีงามเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมุ่งหวังไว้

Collins Cobuild English Dictionary (1997 : 580) ให้ความหมายว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ได้คาดหวังเอาไว้ เป็นความเชื่อว่าสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้น และเป็นไปตามความต้องการที่ได้คาดหวังเอาไว้

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดความรู้สึกอย่างมีวิจารณญาณของบุคคลที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรมี ควรจะเป็นหรือควรจะเป็นในอนาคตามความจำเป็นและความเหมาะสมกับเหตุการณ์ ซึ่งการคาดการณ์นี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล

3.2 ความคาดหวังของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

ความคาดหวังของผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของบริการ ซึ่งมาจากวัฒนธรรมและพื้นฐานการศึกษาที่แตกต่างกัน

Parasuraman, Zeithamal and Berry (1991 : 58-59 อ้างใน สมวงศ์ พงศ์สถาพร 2550 : 65-66) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน โดยแบ่งได้เป็น 2 ระดับ ซึ่งแตกต่างกัน ระหว่างระดับบริการที่ปรารถนาและบริการที่เคยได้รับในระดับแรกเกิดจากผู้รับบริการหวังว่าควรได้รับหรือควรจะเป็น ส่วนระดับที่สองผู้รับบริการได้รับบริการเหมือนที่ผ่านมาในครั้งก่อน ๆ ก็จะยอมรับในบริการนี้ได้ และระยะห่างที่ยอมรับได้รวมเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. Desired Service หรือความคาดหวังที่ลูกค้าหวังไว้ว่าจะได้รับ ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้ามีความต้องการและเชื่อว่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับบริการ หรือควรจะได้รับบริการ
2. Adequate Service เป็นระดับขั้นต่ำของบริการ ระยะห่างระหว่าง Desired Service กับ Adequate Service นี้เรียกว่า Zone of Tolerance
3. Zone of Tolerance เป็นระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการขั้นต่ำที่ยอมรับได้

องค์ประกอบของรูปแบบความคาดหวัง (Expectation Model) ของลูกค้าที่พัฒนาขึ้นมาโดย Parasuraman, Zeithamal and Berry (1990 : 20) ที่ทำให้เกิดความคาดหวัง ซึ่งเกิดจากผู้รับบริการเองนั้นมี 3 องค์ประกอบ คือ คำบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Need) และประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) และอีกองค์ประกอบหนึ่งเกิดจากผู้ให้บริการ ซึ่งเกิดจากการสื่อสารไปสู่ผู้รับบริการ (External Communications to Customer) องค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับ

จิรัศม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537 : 172-173) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพบริการเป็นผลจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ถ้าบริการหนึ่ง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับบริการได้ก็จะกล่าวว่าเป็นบริการที่มีคุณภาพ บริการนี้เป็นบริการที่เกี่ยวข้อง (Peripheral Services) โดยผู้ให้บริการสามารถให้ร่วมกับบริการหลักที่ต้องการจริง ๆ (Core Services) ซึ่งมีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพของบริการ ได้ โดยแบ่งเป็น

1. บริการที่คาดหวังว่าจะได้รับ (Expected Service) หมายถึง บริการข้างเคียงที่เกี่ยวข้องเนื่องหลาย ๆ อย่างกับ Core Service ที่ผู้รับบริการคาดหวังล่วงหน้าว่าจะได้จากผู้ให้บริการ ความต้องการบริการในกลุ่มนี้จะเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ บุคคล เวลา และสถานที่ การได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และประเมินว่าบริการที่ได้รับนั้นมีคุณภาพ หากไม่ได้รับบริการดังคาดหวังบริการนั้นย่อมมีคุณภาพด้อยลง

2. บริการที่อยู่นอกเหนือความคาดหมาย (Augmented Services) หมายถึง บริการที่ผู้รับบริการอยากจะได้รับ แต่ไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการ การได้รับบริการเช่นนี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความปิติยินดี และอิมอกอิมใจ (Delight) อันเป็นความรู้สึกที่ยิ่งกว่าความพอใจ ส่งผลให้ประเมินว่าบริการที่ได้รับมีคุณภาพดีเยี่ยม อย่างไรก็ดีแม้ว่าผู้รับบริการจะไม่ได้รับบริการประเภทนี้ก็มีได้เกิดความไม่พึงพอใจแต่อย่างใด

Johnson (1991 : 12-14) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับว่าควรเป็นไปตามการคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งความคาดหวังนี้เกิดจากประสบการณ์การได้รับบริการที่ผ่านมา ประสบการณ์อื่น และการบริหารทางการตลาดของบริการนั้น ซึ่งในทางการตลาดของบริการต้องมีการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพเพื่อให้ผู้รับบริการรับทราบถึงบริการที่แท้จริง ถ้าเกินความเป็นจริงจากบริการที่ได้รับผู้รับบริการก็จะรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าน้อยกว่าความเป็นจริงก็ยากที่จะดึงดูดใจให้มารับบริการได้ ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพของบริการตามความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ 1 ผู้รับบริการไม่พึงพอใจ : ด้อยคุณภาพ
2. ระดับที่ 2 ผู้รับบริการพึงพอใจ : มีคุณภาพ
3. ระดับที่ 3 ผู้รับบริการประทับใจ : มีคุณภาพสูง

ตัวอย่างเช่น ผู้รับบริการรอนานถึง 24 นาที ซึ่งเขาคาดว่าจะต้องรอประมาณ 3 นาที เขาก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าเขารอไม่ถึง 3 นาที เขาก็จะเกิดความประทับใจในบริการ

Tenner and DeToro (1992 : 68-70) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับบริการมีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนเองบรรลุผลอย่างครบถ้วนและมีแนวโน้มที่จะยอมรับบริการนั้นได้โดยการเปรียบเทียบประสบการณ์จริงที่เคยได้รับการบริการจริงก่อนที่จะชำระค่าบริการ การตัดสินใจ

ว่าบริการใดไม่เป็นที่พึงพอใจก็คือ ความคาดหวังนั้นไม่ได้รับการตอบสนองนั่นเอง ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อได้รับการตอบสนอง และมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นเมื่อผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความคาดหวังได้มากที่สุด ดังนั้น ในหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จในการบริการจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถทำนายลักษณะความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนทุก ๆ ครั้ง โดยมีปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการดังนี้

1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ
2. ระดับของการปฏิบัติงานที่ผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจ
3. ความสัมพันธ์ของลักษณะงานบริการที่สำคัญ
4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

นอกจากนี้ Tenner and Detoro ยังได้กล่าวถึงความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการนั้นมี 3 ระดับ ซึ่งความคาดหวังนี้เป็นการแสดงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อบริการ ดังนี้

1. ระดับที่ 1 เป็นความคาดหวังขั้นพื้นฐานระดับต่ำสุดที่แสดงลักษณะของบริการที่ได้รับอยู่เสมอและถ้าไม่ได้รับก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ
2. ระดับที่ 2 เป็นความคาดหวังที่เหนือขึ้นมาซึ่งแสดงถึงลักษณะเฉพาะและความต้องการของผู้รับบริการที่จะเลือกรับบริการได้
3. ระดับที่ 3 เป็นความคาดหวังที่อยู่ในระดับสูงสุดซึ่งมีค่ามากกว่าลักษณะเฉพาะและเป็นจุดเด่นของบริการที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวังไว้ ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ

Folkerts (1994 : 31-56) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากความพึงพอใจที่มีต่อบริการ โดยการประเมินจากความคาดหวังที่คาดการณ์ไว้กับบริการที่ได้รับ ถ้ามีความแตกต่างกันก็จะไม่พึงพอใจและประเมินว่าบริการนั้นคือคุณภาพ ความคาดหวังของผู้รับบริการนั้นได้ผ่านการคิดอย่างมีวิจารณญาณแล้ว โดยการพิจารณาจากประสบการณ์การรับรู้ของตนเองในบริการที่ได้รับครั้งก่อน และการได้รับข่าวสาร เช่น จากหนังสือพิมพ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ถึงแม้ว่าบริการนั้นจะดีเพียงใดเมื่อได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกันบ่อยครั้ง ผู้รับบริการก็จะเกิดอคติต่อบริการนั้น

Stamatis (1966 : 159-160) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจต้องตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการต้องทราบถึงระดับความคาดหวังที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจด้วยและระดับความคาดหวังของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพนั้นมี 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ 1 เป็นความคาดหวังปกติธรรมดาที่เป็นไปตามข้อกำหนดหรือตามที่
 สันนิษฐานไว้
2. ระดับที่ 2 เป็นความคาดหวังที่มากกว่าระดับที่ 1 ซึ่งก็คือบริการที่ได้รับนั้น
 มากกว่าความต้องการและลักษณะเฉพาะของบริการมีผลทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ
3. ระดับที่ 3 เป็นความคาดหวังที่มากกว่าระดับที่ 1, 2 ถ้าบริการที่ได้รับนั้นทำให้เกิด
 ความพึงพอใจมากหรือประทับใจ แสดงว่าบริการนั้นดี และดึงดูดใจให้กลับไปใช้บริการนั้นอีก
 กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ความคาดหวัง
 ของผู้รับบริการเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ได้ว่า คุณภาพบริการเป็นความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับจากการ
 บริการเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการกับที่ได้รับบริการจริง หาก
 เป็นไปตามที่คาดหวังจะเกิดความรู้สึกพอใจ หากไม่เป็นไปตามความคาดหวังจะเกิดความรู้สึกไม่
 พอใจ แต่ถ้าได้รับการบริการเกินความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพอใจสูงสุด เกิดความประทับใจ
 ในการบริการ

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ

มีหลายปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการ โดยมี
 ผู้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการไว้ดังนี้

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์ (2539 : 21) ได้ระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง
 ของลูกค้าเกิดขึ้นจากปัจจัย 7 ประการดังนี้

1. ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่าง ๆ
2. ตัวพนักงานของผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
3. ตัวสินค้าหรือบริการ
4. ราคาของบริการนั้น
5. สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
6. มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
7. คู่แข่งขันของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย
 โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมใน
 เวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ไปเองว่า ผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้
 ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับการบริการตาม
 มาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกไม่พอใจได้

Parasuraman, Zeithamal and Berry (1988) ได้ระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค 4 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่ 1 ที่ผู้รับบริการได้ยื่นปากต่อปากจากบุคคลอื่น ซึ่งมีผลต่อการกำหนดความคาดหวังขึ้นในจิตใจ
2. ปัจจัยที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) คือ ความคาดหวังของผู้รับบริการแต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล และพฤติกรรมของผู้รับบริการแต่ละคนด้วย ซึ่งจะทำให้ความต้องการของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป
3. ปัจจัยที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นประสบการณ์ในอดีตที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ
4. ปัจจัยที่ 4 การติดต่อสื่อสารออกไปภายนอกของผู้บริโภค (Market Communication) คือ การติดต่อสื่อสารจากภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค เกิดจากผู้ให้บริการที่สร้างความหวังให้แก่ลูกค้า เช่น การโฆษณาผ่านสื่อ

Christopher, Sanda and Barbara (1996: 123-125) ได้ระบุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค 3 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับด้านซอฟต์แวร์จะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากนักจิตวิทยาในการบำบัดทางจิตเวช นอกจากนี้ความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกัน เช่น ลูกค้าคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินต่างประเทศ เป็นต้น
2. ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ชายกับกลุ่มผู้หญิง กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น
3. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายต่าง ๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectations) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงาน

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ได้ว่า ลูกค้านั้นแต่ละบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบุคคล มีพฤติกรรมและสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่เคยใช้บริการและจากการใช้บริการของกลุ่มแข่งขัน การสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค สถานการณ์ที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า รวมทั้งการที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับการบริการ

4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ (Perception) เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการบริการ ทั้งในด้านของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ได้แก่ ความหมายของการรับรู้ กระบวนการรับรู้ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

4.1 ความหมายของการรับรู้

ได้มีผู้ให้นิยามของคำว่า การรับรู้ไว้อย่างหลากหลาย โดยผู้วิจัยได้นำมาดังนี้ สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 96-97) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกเป็นภาพที่มีความหมายและเป็นภาพรวมขึ้นมา (Schiffman and Kanuk 1994 : 162) หรืออาจหมายถึง วิธีการที่เรามองโลกที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา (Schiffman and Kanuk 1994 : 162) บุคคล 2 คน ซึ่งได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกัน เงื่อนไขอย่างเดียวกันแต่จะมีอิทธิพลแสดงอาการรู้จัก การเลือก การจัดระเบียบ และการตีความหมาย เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นกับความต้องการ (Needs) ค่านิยม (Values) และความคาดหวัง (Expectation) อิทธิพลของแต่ละตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้และมีความสำคัญต่อการตลาด

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2544 : 6) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการเลือกรับ การจัดระเบียบ และการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่บุคคลพบเห็นหรือมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องด้วยในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ

รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548 : 25) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รวบรวมและแปลความหมายตามความรู้สึก ความประทับใจ ซึ่งก่อให้เกิดความหมายต่อสภาวะแวดล้อมนั้น ๆ และยังพบว่าแต่ละบุคคล มองสิ่งเดียวกันแต่มีความรับรู้ต่างกัน

ราณี อธิชัยกุล (2549 : 324) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรับและตีความข่าวสารจากสภาพแวดล้อม บุคคลจะรับรู้ความรู้สึกเกี่ยวกับตนเอง ผู้อื่น และประสบการณ์ในแต่ละวัน

ณัฐพันธ์ เขจรันนท์ (2551 : 58) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรวบรวมและเปลี่ยนแปลงความประทับใจของตนเองจากประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อให้ความหมายกับสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเขา ซึ่งการรับรู้เป็นการทำงานขั้นแรกสุดของร่างกายในการติดต่อกับสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผ่านประสาทสัมผัสทาง ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ทำให้ร่างกายเรียนรู้ต่อบรรดาสິงเร้าต่าง ๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่สะสมมาแปลความหมายของสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัส และเกิดความรู้สึก ระลึก หรือรู้ความหมาย

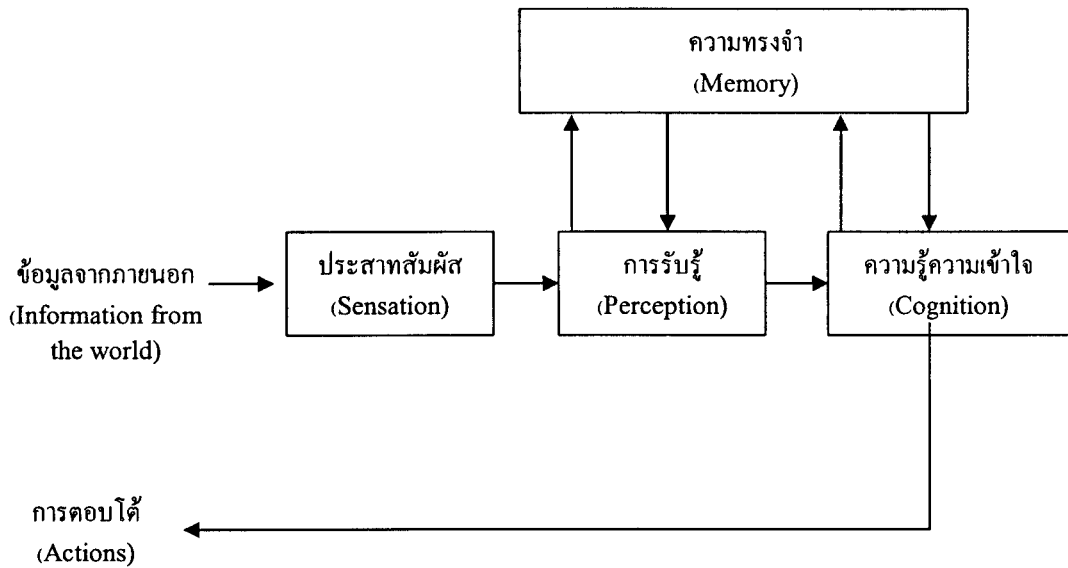
Schiffman and Kanuk (1991 : 146) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดระบบและแปลความหมายของสิ่งเร้าให้เป็นภาพที่มีความหมาย และสอดคล้องกับสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองต้องการ

Assael (1998 : 218) ให้ความหมายว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการของบุคคลในการเลือก (Select) ประมวล (Organize) และตีความ (Interpret) สิ่งเร้า จนเกิดเป็นภาพของสิ่งนั้น ๆ การรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนจึงแตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป การรับรู้ ได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการจัดระบบ แปลความหมายสิ่งเร้าเป็นกระบวนการเฉพาะตน ที่ขึ้นอยู่กับความเป็นจริง ค่านิยม ความคาดหวังของแต่ละคน และการกลั่นกรองข่าวสารด้วยความพินิจพิจารณาโดยมีความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง

4.2 กระบวนการรับรู้

Kotler (1997 : 336) อ้างใน อานนต์ อุดมภาคย์ 2551 : 49) กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งเริ่มต้นจากการรับข้อมูลจากภายนอกของประสาทสัมผัสต่าง ๆ (Sensation) ข้อมูลจะถูกส่งไปแลกเปลี่ยนกับข้อมูลจากความทรงจำเดิมที่มี (Memory) จากนั้นจึงประมวลออกมาเป็นความเข้าใจ (Cognition) และส่งผลออกมาเป็นการตอบโต้ (Action) ในที่สุด ดังภาพที่ 2.8

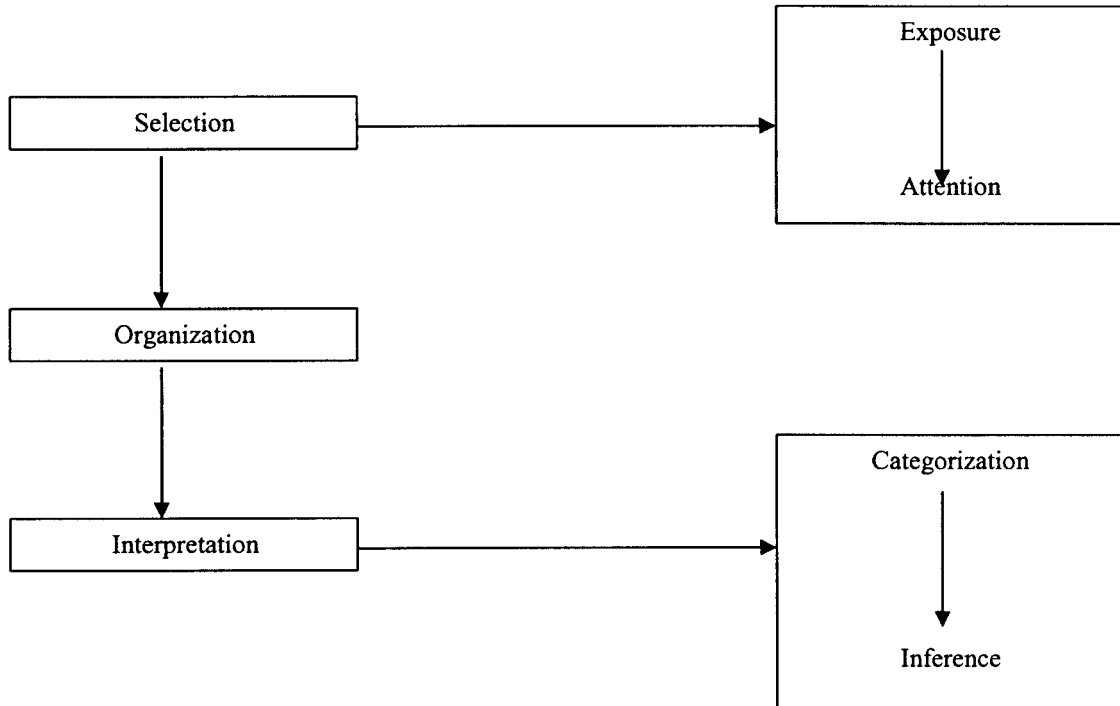


ภาพที่ 2.8 แบบจำลองการรับรู้

ที่มา : Phillip Kotler (1997 : 366 อ้างใน อานนต์ อุดมภักย์ 2551 : 49)

Statt (1997 : 47) กล่าวว่า ข้อมูลที่ได้รับในแต่ละวันเป็นเพียงส่วนหนึ่งของข้อมูลจำนวนมหาศาลที่มีอยู่รอบตัว เพราะในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ จะมีสิ่งเร้าจากภายนอกจำนวนน้อยมากที่มีอิทธิพลต่อเรา เนื่องจากเราจะเลือกให้ความสนใจต่อสิ่งเร้าจากภายนอกที่มีความสำคัญที่สุดในช่วงเวลานั้นและจะเพิกเฉยต่อข้อมูลอื่น ๆ ที่เหลือ เช่น เราจะเพิกเฉยต่อเสียงลมจากเครื่องปรับอากาศที่ตั้งอยู่ตลอดเวลา แต่เมื่อมีเสียงที่ตั้งผิดปกติดังขึ้นจากเครื่องปรับอากาศเราก็จะให้ความสนใจทันที เสียงดังจากเครื่องปรับอากาศได้กลายเป็นสิ่งเร้าที่มีความสำคัญที่สุดในขณะนั้น พบว่าเมื่อเกิดความสนใจสิ่งเร้าจากภายนอกที่มากระตุ้นเรา ก็จะเกิดกระบวนการทางจิตวิทยาระหว่างสมองและประสาทสัมผัสที่รับข้อมูลจากสิ่งเร้าที่มีความสำคัญในขณะนั้น ข้อมูลซึ่งประสาทสัมผัสรับจากสิ่งเร้าด้านอื่น ๆ ก็จะถูกสกัดกั้นไม่ให้มีการส่งผ่านข้อมูลไปยังสมอง ด้วยเหตุนี้เราจึงไม่เกิดความสับสนจากข้อมูลจำนวนมากซึ่งส่งผ่านมาจากประสาทสัมผัสต่าง ๆ

Assael (1998 : 218) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้มีรายละเอียดดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แบบจำลองกระบวนการที่รับรู้

ที่มา : Assael (1998 : 218).

1. การเลือกรับรู้ (Perceptual Selection) เป็นกระบวนการแรกของการรับรู้ ผู้บริโภคจะเลือกดูสิ่งที่ตนสนใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยผู้บริโภคจะเลือกรับข่าวสารจากพื้นฐานทางจิตวิทยา (Psychological Set) เนื่องจากในวันหนึ่ง ๆ มีข่าวสารเข้ามามากมาย ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งกระบวนการเลือกรับรู้ของผู้บริโภคมี 2 ขั้นตอน คือ 1) การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้า ผู้บริโภคจะเปิดรับต่อสิ่งเร้าหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสนใจและความเกี่ยวข้องต่อสิ่งเร้าของผู้บริโภค และ 2) ความสนใจ (Attention) ผู้บริโภคจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนสนใจและสนองความต้องการของตนได้ หรืออย่างน้อยที่สุดก็เลือกสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตน

2. การเลือกประมวลข้อมูล (Perceptual Organization) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคจัดกลุ่มข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ จนเกิดเป็นภาพที่สมบูรณ์ โดยการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นโฆษณา ระดับราคาสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะของตราสินค้า และอื่น ๆ จนเกิดเป็นภาพรวมของสินค้าในใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคมักจะมีแนวโน้มในการรวบรวมสิ่งที่รับรู้ในภาพรวม

3. การเลือกตีความ (Perceptual Interpretation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการรับรู้ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การเลือกตีความ โดยจัดเป็นประเภท (Categorization) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความเข้าใจข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังเป็นการจัดประเภทข่าวสารใหม่กับข่าวสารเดิมที่มีอยู่แล้ว และ 2) การเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้า 2 ตัว (Inference) เช่น การเลือกตีความระหว่างราคาและคุณภาพ โดยผู้บริโภคมักจะตีความว่าสินค้าราคาแพงมักจะมีคุณภาพดี เป็นต้น การตีความการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริโภคมักจะเลือกและประมวลผลสิ่งเร้าบนพื้นฐานของความคิด ความเชื่อ และประสบการณ์ของตน

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป กระบวนการรับรู้ได้ว่า กระบวนการรับรู้เริ่มจากการรับรู้จากภายนอกส่งผ่านทางประสาทสัมผัสเพื่อทำการประมวลผลจากข้อมูลที่ได้รับแล้วตีความออกเป็นการกระทำ

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางกายภาพ การเรียนรู้และประสบการณ์ทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และการแปลความหมาย

อนเนก สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อุดุลพัฒนกิจ (2550 : 68-69) ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. ภาวะทางกายภาพและกายวิภาค (Physiological and Anatomical Condition) เป็นสิ่งที่ร่างกายนั้นเป็นอยู่ในด้านรูปร่าง การทำงานของร่างกายซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละเชื้อชาติ

2. อิทธิพลทางครอบครัว (Family Influence) เป็นพื้นฐานของบุคคลในการให้ความสนใจและตีความหมายในสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิต

3. อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Cultural Influence) เป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตในสังคม การอยู่ร่วมกัน การทำงานและวิถีชีวิต

4. สิ่งจูงใจ ความต้องการ และเป้าหมาย (Motives, Needs and Goals) เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ของชีวิตอันเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์และทัศนคติของบุคคลนั้นต่อชีวิต

5. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นพื้นฐานในการเปรียบเทียบประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับและให้ความหมายต่อสิ่งนั้นว่าดีหรือเลวกว่าเดิม

6. ลักษณะบุคลิกภาพ (Personality Characteristics) เป็นพื้นฐานลักษณะนิสัยของบุคคลที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันไป

ณัฐพันธ์ เจริญนันท์ (2551 : 58-59) ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

1. ค่านิยมและทัศนคติ (Values and Attitudes) มีผลต่อการรับรู้ การสร้างภาพ และการแปลความหมายต่อสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว รวมทั้งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ค่านิยม และทัศนคติ ทำให้แต่ละบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันในปรากฏการณ์เดียวกัน โดยบุคคลที่มองโลกในด้านดี มีแนวโน้มที่จะมองเห็นส่วนที่ดีของสภาพแวดล้อมหรือสิ่งเร้า
2. บุคลิกภาพ (Personality) จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล บุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ในสิ่งแวดล้อม หรือปรากฏการณ์ที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตน
3. การจูงใจ (Motivation) จะเกิดขึ้นจากภายในตัวของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการกระตุ้นจากภายนอก การจูงใจจะมีอิทธิพลต่อการแสดงออกและการรับรู้ของบุคคล
4. ความสนใจ (Attention) บุคคลจะมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะในเรื่องใกล้ตัว ตัวอย่างเช่น วิศวกรจะให้ความสนใจกับเทคโนโลยี
5. ประสบการณ์ (Experience) จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และแปลความเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนช่วยให้บุคคลสามารถรับรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าเขามีประสบการณ์ในเรื่องที่เกิดขึ้นมาแล้ว
6. ความคาดหวัง (Expectation) ความคาดหวังมีผลต่อการรับรู้ของบุคคล โดยเฉพาะเรื่องบุคคลมีความคาดหวังล่วงหน้าในเรื่องต่าง ๆ

Statt (1997 : 49) ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับรู้หรือปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยภายนอก (External Factors) คือ การกระตุ้นเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ได้แก่
 - 1.1 ความแตกต่าง (Contrast) เช่น ความแตกต่างของความดังกับความเงียบ
 - 1.2 ความเคลื่อนไหว (Movement) สิ่งที่มีความเคลื่อนไหวจะดึงดูดความสนใจ
 - 1.3 การทำซ้ำ (Repetition) การกระตุ้นประสาทสัมผัสซ้ำ ๆ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้เกิดความสนใจ
 - 1.4 ความเข้มข้น (Intensity) ความเข้มข้นมักถูกนำมาใช้เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ เช่น การใช้สีที่มีความสดใส หรือเสียงดัง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ
2. ปัจจัยภายใน (Internal Factors) ปัจจัยภายในทำให้แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นแตกต่างกันแม้ว่าจะได้รับการกระตุ้นเหมือน ๆ กันก็ตาม เช่น เมื่อเปิดคู่มือสารผู้หญิงก็จะดูเนื้อหาส่วนที่เกี่ยวกับเสื้อผ้า แต่ผู้ชายจะดูเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวกับรถยนต์ เป็นต้น เพศที่แตกต่างกันนำไปสู่ความสนใจและแรงคลใจที่แตกต่างกันสถานการณ์ต่าง ๆ ที่พวกเขาเข้า

ไปร่วม ภาวะอารมณ์และการตอบสนองทางร่างกายของพวกเขามีการเปลี่ยนแปลงและความแตกต่างเหล่านี้ก็อาจจะนำไปสู่การตอบสนองที่แตกต่างกัน ปัจจัยภายในที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความรับรู้ของบุคคล ก็คือ ความคาดหวังที่จะมองเห็นหรือ ได้ยินในสถานการณ์นั้น ๆ

Assael (1998 อ้างใน พัจจนอร์ โสคติทัต 2551 : 13-14) ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimuli) หมายถึง สิ่งเร้าทางกายภาพหรือทางการสื่อสารที่ถูกออกแบบเพื่อให้อิทธิพลต่อผู้บริโภค ซึ่งลักษณะของสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค จะขึ้นอยู่กับลักษณะขององค์ประกอบที่ต่างกันของสิ่งเร้า โดยแบ่งได้ดังนี้ คือ

1.1 องค์ประกอบทางความรู้สึก (Sensory Elements) ได้แก่ สี (Color) รสชาติ (Taste) กลิ่น (Smell) เสียง (Sound) และความรู้สึก (Feel)

1.2 องค์ประกอบทางด้านโครงสร้าง (Structural Elements) ได้แก่ ขนาด (Size) ตำแหน่ง (Position) ความแตกต่าง (Contrast) และความแปลกใหม่ (Novelty)

2. ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer Characteristics) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ กล่าวคือ ผู้บริโภคที่ต่างกันจะรับรู้สิ่งเร้าเดียวกันแตกต่างกันไป เนื่องจากความแตกต่างของบุคคลเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ และถือเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การรับรู้ รวมถึงการแปลความรู้สึกนึกคิดของบุคคลแตกต่างกันด้วย

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้แยกเป็นสองประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ ประสบการณ์ เป็นต้น 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมหรือทางการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยข้างต้นมีอิทธิพลที่ทำให้การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อเรื่องราว เหตุการณ์ ภาวะแวดล้อมต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน

5. ข้อมูลพื้นฐานของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

5.1 ความเป็นมา

เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม พ.ศ. 2533 ศาสตราจารย์ ดร.ณัฐ ภูมิประวัติ อธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล และ ดร.โกวิท วรพิพัฒน์ อธิบดีกรมสามัญศึกษา ได้ร่วมลงนามในโครงการความร่วมมือจัดตั้งโรงเรียนมัธยมศึกษา โดยอนุญาตให้กรมสามัญศึกษาใช้พื้นที่ของ มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม เป็นที่ตั้งของ โรงเรียน ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยมหิดลจะให้ความร่วมมือและสนับสนุนทางด้านวิชาการ และศึกษาวิจัยหารูปแบบในการจัดการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ ว่าควรจัดในรูปแบบใดจึงเหมาะสมสำหรับเด็กไทย เพื่อให้

มีความเก่งทางด้านวิทยาศาสตร์ควบคู่ไปกับการมีคุณธรรมและจริยธรรมที่ดีงาม โดยอาศัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประเพณี ความศรัทธา ค่านิยมพื้นฐาน เป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาหลักสูตร การเรียนรู้ และพฤติกรรมของการเป็นนักวิทยาศาสตร์ไทยที่ดีในอนาคต

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามโรงเรียนนี้ว่า “มหิดลวิทยานุสรณ์” ตามคำกราบบังคมทูลของกรมสามัญศึกษา โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เปิดทำการสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายรุ่นแรกในปีการศึกษา 2534 ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการจัดตั้งโรงเรียนมัธยมศึกษา ลงวันที่ 8 พฤษภาคม 2534 ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 โรงเรียนได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตจาก พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวให้ใช้พระราชลัญจกร “มหิดล” เป็นตราสัญลักษณ์ประจำโรงเรียน

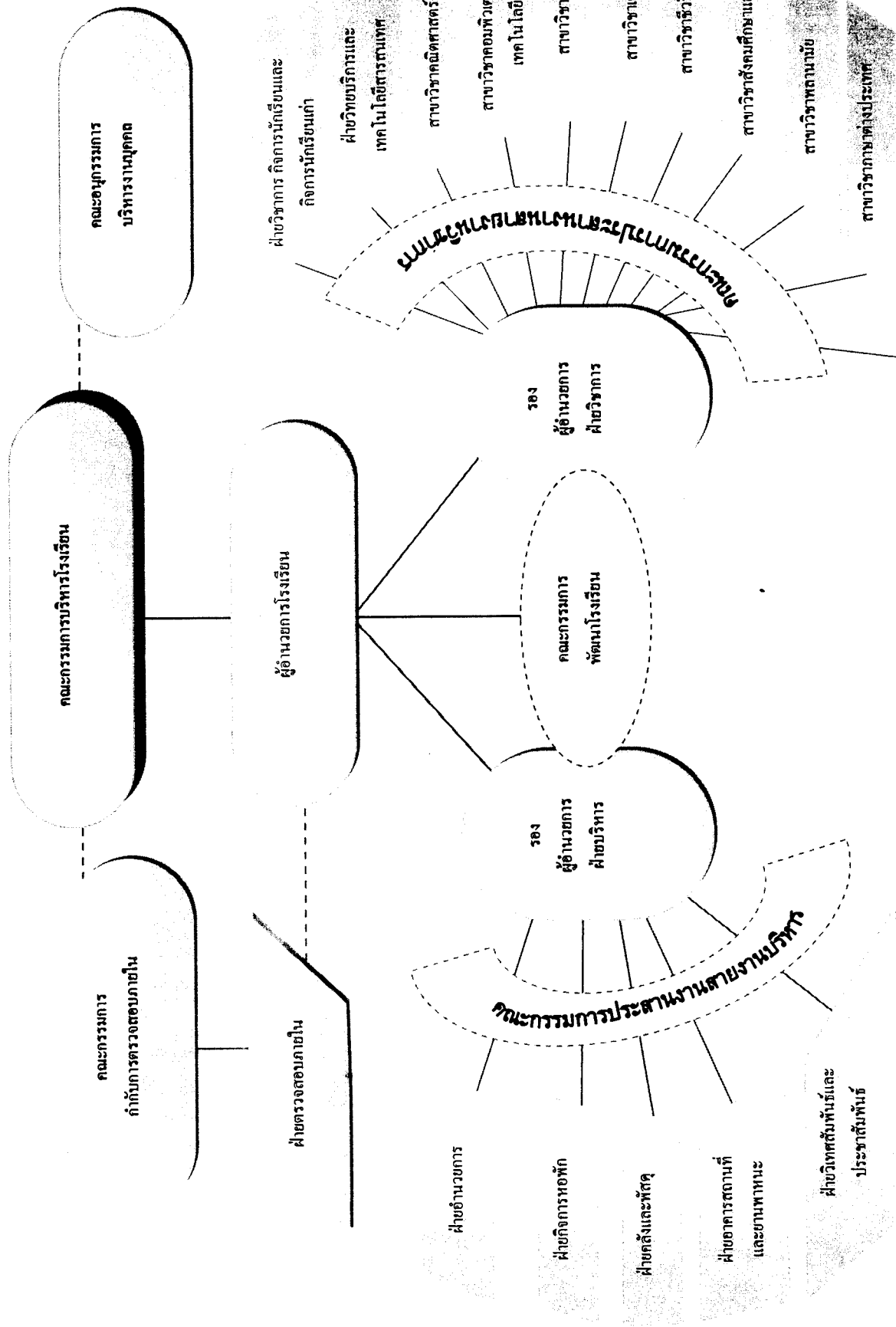
โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เริ่มทำการสอนเมื่อวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2534 โดยได้รับความอนุเคราะห์จากพระอุบาลีคุณูปมาจารย์ รองเจ้าคณะจังหวัดภาคที่ 14 และเจ้าอาวาสวัดไร่จิง อนุญาตให้ใช้สถานที่ปฏิบัติธรรมของวัดไร่จิง ตำบลวัดไร่จิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เป็นสถานที่เรียนชั่วคราว จนกระทั่งเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2536 ได้มีการลงนามร่วมกัน ระหว่างนายบรรจง พงศ์ศาสตร์ อธิบดีกรมสามัญศึกษา และศาสตราจารย์นายแพทย์ประดิษฐ์ เจริญไทยทวี อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล ในโครงการร่วมมือจัดตั้งโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ โดยอนุญาตให้ใช้พื้นที่จำนวน 25 ไร่ ของมหาวิทยาลัยมหิดล เป็นสถานที่ตั้งของโรงเรียน ในปี พ.ศ. 2538 โรงเรียนได้ย้ายจากวัดไร่จิงมายังสถานที่ตั้งของโรงเรียน ณ ตำบลศาลายา ซึ่งอยู่ภายในบริเวณมหาวิทยาลัยมหิดล จนถึงวันที่ 25 สิงหาคม 2543 จึงได้มีพระราชกฤษฎีกาโอนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ สังกัดกรมสามัญศึกษา เป็นโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ที่มีสถานภาพเป็นองค์การมหาชน กำกับดูแลโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ

โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เป็นโรงเรียนที่จัดกิจกรรมการเรียนการสอนสำหรับนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายให้มีความสามารถระดับมาตรฐานโลก (World Class) มีสุขภาพ พลานามัยที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม รักการเรียนรู้ มีความเป็นไทย มีความมุ่งมั่น พัฒนาประเทศชาติ มีเจตคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมโลกและธรรมชาติ ทั้งนี้เพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นนักวิจัยและนักประดิษฐ์ คิดค้นทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยีที่มีความสามารถสูงระดับมาตรฐานโลก เพื่อให้ประเทศชาติสามารถดำรงอยู่และแข่งขันได้ในประชาคมโลก เป็นสังคมผู้ผลิตที่มีมูลค่าเพิ่ม แทนการเป็นสังคมผู้บริโภคร

5.2 การบริหารงาน

โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เป็นองค์การมหาชนในกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ มีสถานภาพเป็นนิติบุคคล บริหารจัดการโดยคณะกรรมการบริหารโรงเรียน มีอำนาจในการกำหนดนโยบายการบริหารงานให้ความเห็นชอบอนุมัติแผนการดำเนินงาน แผนการลงทุน และแผนการเงินของโรงเรียน รวมทั้งควบคุมดูแลการดำเนินงานและการบริหารงานทั่วไป โดยออกระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับโรงเรียน ตลอดจนให้ความเห็นชอบอนุมัติหลักสูตรของโรงเรียน

โรงเรียนมีการจัดแบ่งส่วนงานตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ พ.ศ. 2543 โดยแบ่งเป็น 2 ฝ่าย ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 การจัดแบ่งส่วนงานของ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์

แต่ละฝ่ายมีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. ฝ่ายบริหาร มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารทั่วไป การบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณ ได้แก่ การดำเนินงานธุรการ การส่งเสริม สนับสนุนด้านวิชาการ งบประมาณ และบุคลากร การประชาสัมพันธ์องค์กร การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน วินัยและการรักษาวินัย การออกจากงาน การจัดทำและเสนอของบประมาณ การบริหารการเงินการบัญชี บริหารพัสดุและสินทรัพย์ และงานอื่น ๆ ที่ผู้อำนวยการโรงเรียนมอบหมาย โดยแบ่งเป็น ฝ่ายอำนวยการ ฝ่ายกิจการหอพัก ฝ่ายคลังและพัสดุ ฝ่ายอาคารสถานที่และยานพาหนะ และ ฝ่ายวิเทศสัมพันธ์และประชาสัมพันธ์ บริหารงานโดยมีคณะกรรมการประสานงานสายงานบริหาร

2. ฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารงานวิชาการ ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล การบริการวิชาการแก่หน่วยงาน ภายนอก และงานอื่น ๆ ที่ผู้อำนวยการโรงเรียนมอบหมาย โดยแบ่งเป็น ฝ่ายวิชาการ กิจการนักเรียนและกิจการนักเรียนเก่า ฝ่ายวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาคณิตศาสตร์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี สาขาวิชาฟิสิกส์ สาขาวิชาเคมี สาขาวิชาชีววิทยา สาขาวิชาสังคมศึกษาและศิลปะ สาขาวิชาพลานามัย สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ และสาขาวิชาภาษาไทย บริหารงานโดยมีคณะกรรมการประสานงานสายงานวิชาการ

5.3 การคัดเลือกนักเรียนและการจัดการเรียนการสอน

โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์คัดเลือกนักเรียนที่จะเข้ามาศึกษาในโรงเรียนต้องเป็นนักเรียนที่มีความสนใจ มีความถนัด มีเจตคติที่ดีต่อวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ และมีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์อย่างแท้จริง เป็นผู้มีความพร้อม มีความตั้งใจที่จะศึกษาอย่างเข้มข้น และมีจุดมุ่งหมายที่จะปฏิบัติงานวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ หรือเทคโนโลยีในระดับสูง ซึ่งมีวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์เป็นพื้นฐาน กระบวนการคัดเลือกจึงต้องมีประสิทธิภาพที่จะให้ได้นักเรียนที่มีคุณสมบัติดังกล่าว มีความเคร่งครัดและโปร่งใส ดังนั้น การสรรหาและการคัดเลือกนักเรียนจึงเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญมาก อุดมการณ์และเป้าหมายของโรงเรียนจะสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือตัวนักเรียนที่คัดเลือก โรงเรียนมีการดำเนินการสรรหาและคัดเลือกนักเรียนรุ่นแรก (ที่เปลี่ยนสภาพเป็นองค์การมหาชน) ในปีการศึกษา 2544 ถึงปัจจุบัน ดังตารางที่ 2.5

ตาราง 2.5 จำนวนนักเรียนที่สมัครสอบเข้าโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ในแต่ละปีการศึกษา

ปีการศึกษา	จำนวนผู้สมัคร (คน)
2544	8,504
2545	9,152
2546	11,506
2547	13,535
2548	15,845
2549	17,539
2550	21,159
2551	21,826

ที่มา : ฝ่ายวิชาการ กิจกรรมนักเรียนและกิจการนักเรียนเก่า โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (2551)

โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์มีอำนาจหน้าที่ในการทำหลักสูตร วิธีการเรียนการสอน สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนสำหรับใช้กับนักเรียนของโรงเรียนด้วยตนเอง ตั้งแต่เปลี่ยนสถานภาพเป็นองค์การมหาชนในปี พ.ศ. 2543 โรงเรียนได้จัดทำหลักสูตรเพื่อใช้กับนักเรียนของโรงเรียนมาแล้ว 2 ฉบับ หลักสูตรฉบับแรกเริ่มใช้กับนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 รุ่นปีการศึกษา 2545 ฉบับที่สองเริ่มใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 รุ่นปีการศึกษา 2548 โรงเรียนใช้หลักสูตรเพื่อจัดการศึกษากับนักเรียนของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ โดยเป็นหลักสูตรที่ทันกับความก้าวหน้าทางวิทยาการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ นักเรียนของโรงเรียนได้รับการพัฒนาในทุกด้านเทียบเคียงกับนักเรียนของโรงเรียนวิทยาศาสตร์ ชั้นนำของนานาชาติ โรงเรียนจึงมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศระดับมาตรฐานโลก ดังนั้น การบริการการศึกษา คุณภาพที่ถูกค้ำมอง คือ คุณภาพทางด้านวิชาการ โรงเรียนได้มีการจัดทำมาตรฐานขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการจัดกระบวนการเรียนการสอนของโรงเรียนวิทยาศาสตร์ให้มีคุณภาพ ประกอบด้วยมาตรฐาน 6 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานด้านผู้เรียน มาตรฐานด้านหลักสูตร มาตรฐานด้านกระบวนการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม มาตรฐานด้านครู มาตรฐานด้านการบริหารและงบประมาณ และมาตรฐานด้านทรัพยากรการเรียนรู้ อาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อพัฒนาให้เป็นบริการที่เป็นรูปธรรม ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพบริการ การตอบสนองต่อลูกค้า ความมั่นใจได้ และความเข้าใจของลูกค้าที่มาใช้บริการขององค์กรได้อย่างครบวงจร

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วยงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศดังนี้

6.1 งานวิจัยในประเทศ

สุภกิจ ศรีทองเกิด (2543 : บทคัดย่อ) ศึกษาปัญหาการปรับปรุงและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาการปรับตัวของนักเรียนประจำระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนสมเด็จพระปิยมหาราชรมณีเขต ปีการศึกษา 2541 จำนวน 222 คน ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนมีปัญหาการปรับตัวรวมทุกด้านอยู่ในระดับมีปัญหาน้อย ค่าเฉลี่ย 1.87 และเมื่อจำแนกตามปัญหาการปรับตัวแต่ละด้านพบว่า นักเรียนประสบปัญหาการปรับตัวด้านการเรียนเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ย 2.33 รองลงมาคือ ปัญหาด้านอนาคตเกี่ยวกับอาชีพและการศึกษา ค่าเฉลี่ย 2.28 และปัญหาการปรับตัวทางด้านอารมณ์และส่วนตัว ปัญหาด้านกิจกรรมทางสังคมและนันทนาการ ปัญหาด้านการเงินและที่อยู่อาศัย ปัญหาด้านหลักสูตรและการสอน ปัญหาด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ปัญหาด้านศิลปกรรมจรรยาและศาสนา ปัญหาด้านสุขภาพและพัฒนาการทางร่างกาย ปัญหาทางบ้านและครอบครัว และปัญหาด้านการปรับตัวทางเพศ โดยปัญหาทุกด้านอยู่ในระดับปัญหาน้อย ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาการปรับตัวของนักเรียน คือ รายได้ของครอบครัวมีอิทธิพลต่อปัญหาด้านศิลปกรรมจรรยาและศาสนา ปัญหาด้านการเงินและที่อยู่อาศัย ปัญหาด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ปัญหาการปรับตัวด้านการเรียน ปัญหาด้านหลักสูตรและการสอน ปัญหาด้านอนาคตเกี่ยวกับอาชีพและการศึกษา และปัญหาการปรับตัวโดยรวม รองลงมา คือ เพศมีอิทธิพลต่อปัญหาด้านการปรับตัวทางเพศ ปัญหาด้านศิลปกรรมจรรยาและศาสนา และปัญหาด้านการเงินและที่อยู่อาศัย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีอิทธิพลต่อปัญหาด้านกิจกรรมทางสังคมและนันทนาการ และปัญหาด้านหลักสูตรและการสอน ระดับชั้นเรียนมีอิทธิพลต่อปัญหาด้านการเงินและที่อยู่อาศัย รูปแบบการอาศัยในครอบครัวมีอิทธิพลต่อปัญหาด้านกิจกรรมทางสังคมและนันทนาการ สถานภาพของครอบครัวมีอิทธิพลต่อปัญหาทางบ้านและครอบครัว ส่วนลำดับการเกิดและระดับชั้นเริ่มแรกที่เข้ามาอยู่ในโรงเรียนไม่มีอิทธิพลต่อปัญหาการปรับตัวทุกด้านของนักเรียน และมีข้อเสนอแนะ โรงเรียนควรพิจารณากิจกรรมของโรงเรียนให้เหมาะสม โดยเน้นกิจกรรมกีฬา กิจกรรมเสริมสร้างจริยธรรม และกิจกรรมนันทนาการ จัดหาทุนการศึกษาให้พอเพียงกับความต้องการของนักเรียน จัดการทดสอบความถนัดในวิชาที่เกี่ยวกับอาชีพในอนาคตของนักเรียน จัดทำแผนงานด้านการจัดการศึกษาสำหรับนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และส่งเสริมศักยภาพของครูในการสอนนักเรียน ครูควรมีการ

วางแผนงานวิชาการในระยะยาว พัฒนาการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนการสอน สร้างความไว้วางใจในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่นักเรียน เน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ อาชีพในอนาคตของนักเรียน และควรส่งเสริมความเข้าใจในวิถีภาวะทางอารมณ์ของนักเรียนแก่ ครู ผู้บริหารระดับสูง ควรให้ความสนใจต่อกลุ่มนักเรียนที่ครอบครัวยากจนได้ต่ำ เพราะเป็นกลุ่มที่มี ปัญหาการปรับตัวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ นักสังคมสงเคราะห์ทางการศึกษา ควรร่วมมือกับผู้บริหารครู อาจารย์บุคลากรในโรงเรียนสำรวจปัญหาการปรับตัว แก้ไขปัญหาการปรับตัว และติดตาม ประเมินผลการให้คำปรึกษาปัญหาที่นักเรียนประสบ ส่งเสริมลักษณะอันโดดเด่นของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของครูและครอบครัวในการจัดการศึกษาและพัฒนาศักยภาพของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ การศึกษาวิจัยต่อไป ควร ทำการศึกษาปัญหาการปรับตัวของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษในด้านต่าง ๆ ในระดับชั้น ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น หรือกลุ่มเด็กพิเศษ เช่น คนพิการ เด็กชาวเขา และควรศึกษา เปรียบเทียบปัญหาการปรับตัวของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษกับนักเรียนปกติ และศึกษาถึง ความคาดหวังของนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษ

รวีพร กุเจริญไพศาล (2544 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อทรัพยากรที่ใช้ในการให้บริการการศึกษาของ มหาวิทยาลัย เก็บข้อมูลจำนวน 600 ตัวอย่าง จาก 5 คณะวิชา คือ คณะบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ และคณะพยาบาลศาสตร์ สร้างเครื่องมือ วิจัยโดยอาศัยมาตรวัด คุณภาพบริการ SERVQUAL 22 รายการ และเพิ่มอีก 4 รายการ เป็น 26 รายการ เพื่อความสมบูรณ์มากขึ้นในการใช้วัดคุณภาพของบริการการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในบริการการศึกษาทั้ง 26 รายการ นักศึกษาคาดหวัง ก่อนข้างสูงในเรื่องอาจารย์ ระบบข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย แต่คาดหวัง ไม่สูงในเรื่องเกี่ยวกับเวลาทำการและกำหนดเวลาการให้บริการของมหาวิทยาลัยและเวลาในการรับ บริการจากอาจารย์ ในด้านการรับรู้นักศึกษาเห็นด้วยมากกว่า อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ สุภาพ แต่งกายดีและดูเรียบร้อย แต่อาจารย์ไม่ทราบถึงความจำเป็นต่าง ๆ ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ไม่ได้ใส่ใจนักศึกษาเป็นรายบุคคลหรือเป็นการส่วนตัว และนักศึกษาต้องคอยเป็นระยะเวลานาน ในการรับบริการจากมหาวิทยาลัย หากวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรการให้บริการการศึกษา ของมหาวิทยาลัยพบว่า มี 5 องค์ประกอบ คือ ลักษณะทางกายภาพและความน่าเชื่อถือ (Tangibles and Reliability) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) ความมั่นใจและความไว้วางใจ (Assurance) การตอบสนอง (Responsiveness) และคุณลักษณะของอาจารย์ (Professor Characteristics) สำหรับองค์ประกอบคุณลักษณะของอาจารย์ไม่ปรากฏเป็นองค์ประกอบในมาตรวัด SERVQUAL

แต่เป็นองค์ประกอบที่แยกออกมาชัดเจนต่างหากในงานวิจัยนี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของอาจารย์มีความแตกต่างจากองค์ประกอบอื่น เมื่อนำมาตรวัด SERVQUAL มาใช้กับบริการการศึกษา เมื่อวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอย พบว่า องค์ประกอบทางกายภาพและความน่าเชื่อถือมีน้ำหนักในการอธิบายความพึงพอใจรวมของนักศึกษามากที่สุด ($\bar{X} = 0.276$) รองลงมาคือความมั่นใจและความไว้วางใจ ($\bar{X} = 0.187$) องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของอาจารย์มีน้ำหนักน้อยมากในการอธิบายความพึงพอใจ ($\bar{X} = 0.003$) อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบทั้ง 5 มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจรวมน้อย (Adjusted R Square = 0.116) ดังนั้น คุณภาพที่รับรู้ (Perceived Quality) จึงไม่ใช่สิ่งเดียวกับความพึงพอใจรวม และยังมีปัจจัยอื่น ๆ อีกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจรวมของกลุ่มตัวอย่าง

ธนวัฒน์ วนิชวัฒนะ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ป่วยประกันสังคมประเภทผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพโดยทั่วไปของผู้รับบริการกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และสัดส่วนของระดับการศึกษา ปวช./ปวส./มัธยมปลาย อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ในขณะที่อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีสัดส่วนน้อยที่สุด ตามลำดับ ระดับรายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 10,001-15,000 บาท/เดือน และระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท/เดือน ระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไปมีสัดส่วนน้อยที่สุด ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริรินทร์ ในภาพรวมจัดว่ามีระดับความคาดหวังสูง เมื่อจำแนกรายคุณลักษณะ 5 ประการของคุณภาพบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions) พบว่าอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) ระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริรินทร์ ในภาพรวมจัดว่ามีระดับการรับรู้สูง เมื่อจำแนกรายคุณลักษณะ 5 ประการของคุณภาพบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions) พบว่าอยู่ในระดับสูงทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) เมื่อเปรียบเทียบช่องว่าง (Gap ที่ 5) ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการของผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริรินทร์ พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้โดยรวมโดยช่องว่างเฉลี่ยรวมมีค่า -0.19 แต่เมื่อจำแนกเป็นรายคุณลักษณะ 5 ประการของคุณภาพบริการ พบว่ามี 4 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ที่

ความคาดหวังจะสูงกว่าการรับรู้ แต่การสัมผัสได้ (Tangibles) มีการรับรู้คุณภาพบริการสูงกว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพ บริการของผู้รับบริการจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้รับบริการเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความ คาดหวังสูงกว่าเพศชาย โดยมีความคาดหวังคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) และ การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ผลทดสอบ ความแตกต่าง ช่วงอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดคิดเป็น 7.00 เมื่อนำมาทดสอบความ แตกต่างของความคาดหวังคุณภาพบริการพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวช./มัธยมต้น มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดซึ่งมีค่าเฉลี่ย ความคาดหวังเป็น 6.98 โดยมีความคาดหวังคุณภาพบริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อาชีพของผู้รับบริการ 2 อาชีพ ได้แก่ รัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังคุณภาพ บริการสูงใกล้เคียงกัน สำหรับกลุ่มตัวอย่างอาชีพนั้น พบว่าแต่ละกลุ่มอาชีพมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็น โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนรายได้ต่างกันมีความคาดหวังทางด้านการ ตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) มี ค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพบริการต่างกัน ดังนั้นสรุปได้ว่า ผู้รับบริการที่มี เพศ รายได้ ต่างกันมี ความคาดหวังคุณภาพบริการต่างกัน และผู้รับบริการที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีความ คาดหวังคุณภาพไม่ต่างกัน ผู้รับบริการเพศชายมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ต่ำกว่าเพศหญิง โดยมีการรับรู้ คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างเทียบกันนั้น พบว่า แต่ละกลุ่มอายุมีค่าเฉลี่ยการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนก ตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีค่าเฉลี่ยรวมของการ รับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับกลุ่มอาชีพในแต่ละอาชีพที่ต่างกัน พบว่าแต่ละกลุ่มอาชีพมีค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพบริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ อาชีพที่ต่างกันจะมีการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ที่ต่างกัน เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้ พบว่า กลุ่ม รายได้ที่มีรายได้ต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยรวมของการรับรู้คุณภาพบริการ ไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้คุณภาพบริการต่างกัน และ ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพบริการไม่ต่างกัน

มณูญ ศรีวิรัตน์ และนัยนา บัวเขียว (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพการบริการ (Service Quality) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือใน การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประจำภาคต้น ปีการศึกษา 2546 ทุกคณะทุกปี จำนวน 802 คน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อคำนวณระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของนักศึกษาและการกระจายของข้อมูล นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นตามลักษณะของนักศึกษา โดยใช้ค่าสถิติ F-test รวมทั้งได้จัดอันดับคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีตามระดับความพึงพอใจของนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีอยู่ในระดับดีทุกหน่วยงานที่ทำการศึกษาไม่ว่าจะเป็นงานทะเบียนและประมวลผล งานกิจการนักศึกษา กองคลัง สำนักวิทยบริการ สำนักคอมพิวเตอร์และเครือข่าย งานวิเทศสัมพันธ์ หน่วยหอพักนักศึกษา โรงอาหารกลาง หน่วยกีฬากลาง สถานพยาบาลกลาง และสำนักงานเลขานุการของทุกคณะ ซึ่งค่าความพึงพอใจของสำนักงานเลขานุการของคณะมีค่าสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยเฉพาะสำนักงานเลขานุการคณะศิลปศาสตร์ที่มีค่าความพึงพอใจสูงสุด เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำแนกตามข้อคิดเห็น พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากที่สุดโดยมีความพึงพอใจในระดับดี ส่วนข้อคิดเห็นในด้านอื่น ๆ นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับดี เช่นเดียวกัน ยกเว้น ข้อคิดเห็นในด้านความคล่องตัว ความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา และความเพียงพอต่อการให้บริการของอุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน ที่นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับพอใช้เท่านั้น โดยผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาในแต่ละคณะมีความคิดเห็นต่อการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในส่วนของอันดับคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ตามด้านของคุณภาพ พบว่า มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีมีคุณภาพด้านต่าง ๆ ในระดับดี โดยมีคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือสูงที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมา คือ ด้านการตอบสนอง ด้านความไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

รัชนิวรรณ ปานบุตร (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้รับบริการกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด และระดับรายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 10,001- 15,000 บาท/เดือน ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้ป่วยโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา ในภาพรวมจัดว่ามีระดับความคาดหวังสูงมาก และการรับรู้คุณภาพบริการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง เมื่อจำแนกรายคุณลักษณะ 5 ประการของคุณภาพบริการ (SERVQUAL's Five Dimensions) พบว่า ผู้ป่วยให้ความสำคัญด้านคุณภาพบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) สูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบช่องว่าง (Gap ที่ 5) ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ป่วยโรงพยาบาลสมเด็จพระบรม

ราชเทวี ณ ศรีราชา พบว่า ค่าเฉลี่ยช่องว่างรวมมีค่า 1.01 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพบริการในแต่ละคุณลักษณะ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ที่มากที่สุด ได้แก่ การตอบสนองต่อผู้ป่วย (Responsiveness) และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ป่วย (Empathy) มีความแตกต่างค่าเฉลี่ย 1.16 และ -1.03 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ป่วย จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ป่วยมีช่วงอายุต่างกัน มีระดับความคาดหวังและการรับรู้แตกต่างกัน ขณะที่เพศชายและหญิงมีความคาดหวังแตกต่างกัน แต่มีการรับรู้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่า ผู้ป่วยที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ที่ต่างกัน มีระดับความคาดหวังและการรับรู้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 และคุณลักษณะของคุณภาพบริการด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้ป่วย (Empathy) มีช่องว่าง (Gap ที่ 5) สูงสุดเป็น 2 อันดับแรก ดังนั้น เพื่อให้การบริการ โรงพยาบาลที่มีคุณภาพตรงตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงการบริการในด้านของคุณลักษณะดังกล่าวโดยเร่งด่วน ซึ่งทำได้โดยพัฒนาบุคลากรทุกระดับในแง่ของความรู้ความเข้าใจในงานบริการและด้านวิชาชีพทางการแพทย์ และการสาธารณสุข ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารสู่ผู้รับบริการเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริง นอกจากนี้ยังพบว่า อายุของผู้รับบริการที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความคาดหวังและรับรู้ต่างจากช่วงอายุอื่น

สมพร ขุนพิลิก (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษารูปแบบการจัด โรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย ในการวิจัยใช้เทคนิคเดลไฟ โดยแบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบริหาร ด้านวิชาการ ด้านบุคลากรแบ่งเป็นฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร อาจารย์ นักเรียนและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ด้านอาคารสถานที่ และด้านงบประมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จำนวน 33 คน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของรูปแบบการจัดโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย ที่เหมาะสมประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ด้านบริหาร ด้านวิชาการ ด้านบุคลากรแบ่งเป็นฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร อาจารย์ นักเรียนและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ด้านอาคารสถานที่ และด้านงบประมาณ ด้านบริหารที่สำคัญ คือ โรงเรียนวิทยาศาสตร์ควรออกนอกระบบและเป็นองค์กรในกำกับของรัฐ เน้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพทางด้านการเรียนรู้ในทางปฏิบัติและนำไปใช้ได้จริงให้มากที่สุด รวมทั้งต้องเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้กับภูมิปัญญาชาวบ้านและท้องถิ่น ด้านวิชาการควรเน้นด้านวิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์เป็นหลัก ใช้หลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ แต่เพิ่มการปฏิบัติการในห้องทดลอง เพื่อเพิ่มทักษะกระบวนการทางด้าน

การเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ควรจัดกิจกรรมเสริมที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ การเรียนการสอนเน้นการวางพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี ใน 1 สัปดาห์ ควรเป็นการเรียนทฤษฎี 4 วัน และการปฏิบัติการในห้องปฏิบัติการ 1 วัน ด้านบุคลากร แยกเป็น ฝ่ายบริหาร จัดรูปแบบการบริหารเป็นแบบคณะกรรมการบริหาร ผู้บริหาร ต้องมีวุฒิขั้นต่ำในระดับปริญญาเอกทางด้านบริหารการศึกษา หรือทางด้านวิทยาศาสตร์ หรือทางด้านคณิตศาสตร์ มีประสบการณ์ด้านวิทยาศาสตร์อย่างน้อย 10 ปี อยู่ในตำแหน่งคราวละไม่เกิน 3 ปี และไม่เกิน 2 วาระติดต่อกัน มีอำนาจในการแต่งตั้งสายงานได้ แต่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหารด้วย และมีค่าตอบแทนตามความรู้ความสามารถ ครูผู้สอน/อาจารย์ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ต้องมีวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทและมีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี ผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถเฉพาะสาขาวิชาที่สอน ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติโดยคณะกรรมการบริหาร มีผลงานด้านวิชาการ งานวิจัยหรือโครงการนำเสนออย่างน้อยปีละ 1 ชิ้นงาน มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี มีประสบการณ์ด้านการควบคุมการทำโครงการ/กิจกรรมวิชาการ นักเรียนควรเริ่มตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อการจัดหลักสูตรที่ต่อเนื่องควรมีผลการเรียนเฉลี่ยด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ 3.5 ขึ้นไป มีผลการเรียนเฉลี่ยรายวิชาอื่น ๆ 3.0 ขึ้นไป และควรมีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 3.0 ขึ้นไป เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ต้องผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถตามที่ตนเองสมัคร โดยคณะกรรมการบริหาร มีความรู้ความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี สำหรับเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุนงานวิชาการต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ อย่างใดอย่างหนึ่ง มีประสบการณ์ในการทำงานในห้องปฏิบัติการมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี ด้านอาคารสถานที่ควรคำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม มีอาณาบริเวณและบรรยากาศที่ส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์และความคิดริเริ่มของผู้เรียน มีห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน มีอาคารหอสมุดที่มีเอกสารทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงระบบเครือข่ายและศูนย์การเรียนรู้เพื่อการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ มีอาคารกีฬาและนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและพละนันทนาการ ด้านงบประมาณ รัฐควรจัดงบประมาณเพิ่มให้กับโรงเรียนวิทยาศาสตร์ โดยต้องมากกว่าโรงเรียนสามัญทั่วไป องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางวิทยาศาสตร์ควรจัดงบประมาณสนับสนุนโรงเรียนวิทยาศาสตร์ด้วย

เกรียงศักดิ์ นาราซี (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงที่มารับบริการในศูนย์สุขภาพชุมชน ในเครือข่ายโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพชุมชนตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยโรคความ

ดันโลหิตสูง และสภาพปัญหา ข้อเสนอแนะของผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง ที่มารับบริการใน ศูนย์สุขภาพชุมชนในเครือข่ายโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัด เพชรบูรณ์ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ดัดแปลงมาจากเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ ขนาดตัวอย่าง จำนวน 125 คน โดยการสุ่มตัวอย่าง แบบมีระบบ (Systematic random sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และ Paired t-test ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของผู้ป่วยโรค ความดันโลหิตสูงที่มารับบริการในศูนย์สุขภาพชุมชนในเครือข่ายโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช หล่มเก่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.67, SD = 0.48$) ทั้งโดยรวมและ รายด้าน ส่วนรายข้ออยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด คุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้ป่วยโรคความ ดันโลหิตสูงที่มารับบริการในศูนย์สุขภาพชุมชนในเครือข่ายโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชหล่มเก่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34, SD = 0.65$) ทั้งโดยรวมและ รายด้าน ส่วนรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง และผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงมีความคาดหวัง คุณภาพบริการในศูนย์สุขภาพชุมชนมากกว่าบริการที่ได้รับซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($P\text{-value} < 0.001$) ทั้งโดยรวมและรายด้าน โดยเรียงลำดับตามความไม่พึงพอใจจากมาก ไปหาน้อยได้แก่ ด้านการเข้าใจ รู้จัก รับผิดชอบต่อความต้องการของผู้มารับบริการ ด้านการตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ ผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ย การรับรู้ทั้งโดยภาพรวมและ รายด้าน คุณภาพบริการยังไม่เป็นที่พึงพอใจโดยเฉพาะกลุ่มผู้ป่วย โรคความดันโลหิตสูงที่สูงอายุมีความต้องการได้รับการที่ดีกว่าบริการที่เป็นอยู่ ผู้ป่วยโรค ความดันโลหิตสูงมีปัญหาด้านการให้บริการมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการรวมกับคนไข้ทั่วไปทำให้ ผู้ป่วยรอนาน ปัญหารองลงมาคือ อาคารสถานที่ และบุคลากร ได้แก่ ห้องน้ำห้องส้วมสกปรก และเจ้าหน้าที่พูดไม่ไพเราะ ดังนั้น ศูนย์สุขภาพชุมชนควรปรับปรุงบริการด้านดังกล่าว เพื่อให้ ได้รับความพึงพอใจและประทับใจในคุณภาพบริการของศูนย์สุขภาพชุมชนต่อไป

เพ็ญศิริ จันทนะโสทธิ์ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อ คุณภาพบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกของ สหกรณ์เครดิตยูเนียนไทยในประเทศไทยที่มีทรัพย์สินตั้งแต่ 15 ล้านบาทขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบโควตาในแต่ละภาค แล้วจึงสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลตามแนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ผลการวิจัย พบว่า สมาชิกที่มีเพศ อายุ รายได้ และจำนวนหุ้นสะสมที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นจาก

การรับรู้คุณภาพบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สมาชิกที่มีระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน จึงจะมีระดับความคิดเห็นดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนสมาชิกที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นจากความคาดหวังในคุณภาพบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สมาชิกที่มีอายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และจำนวนหุ้นสะสมแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นดังกล่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับ ความคิดเห็นของสมาชิกจากการรับรู้คุณภาพบริการทั้ง 10 ด้านของสหกรณ์เครดิตยูเนียนอยู่ในระดับสูงมาก ในขณะที่ความคิดเห็นทั้งการรับรู้และความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยในคุณภาพบริการด้านความปลอดภัยสูงสุด ความคิดเห็นระหว่างการรับรู้ของสมาชิกที่มีต่อคุณภาพบริการ กับความคาดหวังของสมาชิกที่มีต่อคุณภาพบริการในทุกด้านมีความแตกต่างกัน โดยการรับรู้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าความคาดหวังในทุกด้าน แสดงว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในประเทศไทย

ภคพล ภูมรานนท์ (2548 : บทคัดย่อ) การศึกษาเชิงประจักษ์การส่งมอบคุณภาพบริการระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ผลลัพธ์การบริการของนักศึกษาในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ทำการสำรวจคุณภาพบริการตามปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านหลักของเครื่องมือ SERVQUAL (ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และลักษณะทางกายภาพ) อีกทั้งยังทดสอบข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลทางการศึกษาของนักศึกษาเป็นตัวแปรอิสระ ในส่วนของตัวแปรตามคือ ความคาดหวังคุณภาพบริการ การรับรู้ผลลัพธ์การบริการและการรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษา การเก็บข้อมูลดังกล่าวใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยเลือกจากโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีจำนวนนักศึกษาสูงสุด 10 แห่ง นอกจากนี้ยังทำการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยตัววัดค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค อัลฟา (Cronbach Alpha) และพบว่ามีความน่าเชื่อถือสูง (0.98) ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ขนาดของครอบครัว ระดับชั้นปีการศึกษา และเกรดเฉลี่ยสะสม มีผลทำให้เกิดความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพบริการในทุกปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ ในขณะที่เพศและอายุของนักศึกษาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างกันในด้านการให้ความมั่นใจและความน่าเชื่อถือตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลด้านการศึกษา ได้แก่ เพศ รายได้รวมของครอบครัว ขนาดของครอบครัว ระดับชั้นปีการศึกษา สาขาวิชา และเกรดเฉลี่ยสะสม มีผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญ ในทุกปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ ผลที่ได้จากการวิจัยยังพบว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปีการศึกษา สาขาวิชา

และเกรดเฉลี่ยสะสม มีผลให้เกิดความแตกต่างของระดับการรับรู้ผลลัพธ์การบริการอย่างมีนัยสำคัญในทุกปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอแนวทางแก้ไขและปรับปรุงกระบวนการส่งมอบงานบริการ จำแนกตามระดับความจำเป็นเร่งด่วนของปัญหา เพื่อช่วยให้ผู้บริหาร โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมธินันท์ ผิวขำ (2548 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ โดยใช้แบบสอบถามผู้มารับบริการ จำนวน 400 คน ในระหว่างวันที่ 14 มกราคม ถึง 29 กุมภาพันธ์ 2547 สถิติที่ใช้ในการทดสอบข้อมูลคือ สถิติทดสอบที สถิติทดสอบทีแบบจับคู่และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.33 และ 4.11 ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$) ทั้งโดยรวมและจำแนกรายด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับบริการที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.005$) ส่วนผู้รับบริการที่มีเพศ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มารับบริการต่อเดือนและสิทธิในการชำระค่ารักษา ต่างกันมีความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่มารับบริการต่อเดือนและสิทธิในการชำระค่ารักษาพยาบาล ต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพบริการจะอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความคาดหวังแล้วยังมีค่าต่ำกว่า ผู้ให้บริการควรตระหนักและปรับปรุงคุณภาพบริการเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการและให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและประทับใจในบริการที่ได้รับนั้น

ณธษา เตือนถาชัย (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพบริการที่คาดหวังและที่รับรู้ของลูกค้า บริษัท ก ประกันชีวิต จำกัด สาขาอุดรธานี เกี่ยวกับด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจการบริการด้านการบริการในสำนักงานอยู่ในระดับมากและด้านการบริการของตัวแทนประกันชีวิตอยู่ในระดับมาก มีความคาดหวังในคุณภาพบริการประกันชีวิตโดยรวม ด้านคุณภาพบริการ

ประกันชีวิต ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอยู่ในระดับปานกลาง มีความคาดหวังด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอยู่ในระดับน้อย ลูกคามีความรู้ในคุณภาพการให้บริการประกันชีวิตโดยรวม ด้านคุณภาพบริการประกันชีวิต ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้าโดยรวมและจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และประเภทลูกค้า มีการรับรู้คุณภาพการบริการประกันชีวิต โดยรวมและทุกด้านสูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพการประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และประเภทของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในคุณภาพการประกันชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และประเภทของลูกค้าที่แตกต่างกันมีความรับรู้คุณภาพการประกันชีวิตโดยรวมไม่แตกต่างกัน

พรชัย อินทร์ฉาย (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอนาคต การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) พัฒนารูปแบบการบริหารงานพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอนาคต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประกอบด้วย เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 170 รายการ สัมภาษณ์ผู้บริหารและหัวหน้างานวิชาการ 35 คน สนทนากลุ่มครู นักวิชาการ 72 คน และระดมความคิดผู้ทรงคุณวุฒิ 99 คน ผลการวิจัยปรากฏว่า รูปแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอนาคตระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ควรจัดเป็นชั้นเรียนพิเศษ ในสถานศึกษาปกติ มีจำนวนนักเรียนต่อห้องประมาณ 24-30 คน การบริหารจัดการจะต้องครอบคลุมเกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญ 3 ส่วน คือ 1) การสรรหาและการคัดเลือก 2) การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพทางวิชาการ และ 3) การบริหารโครงการ โดยมีรูปแบบดังนี้ 1) การสรรหาและการคัดเลือกผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การกรองด้วยวิธีการสอบคัดเลือกและวิธีการสรรหาที่หลากหลาย ขั้นที่ 2 เข้าค่ายวิชาการ กลั่นกรองด้วยเครื่องมือที่หลากหลาย ขั้นที่ 3 พิจารณา

โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 2) การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพทางวิชาการ มี 3 วิธี คือ (1) การจัดการเรียนรู้โดยใช้โปรแกรมเสริมและกิจกรรมเสริมประสบการณ์ (2) การขยายหลักสูตรที่กว้างและลึกมากกว่าปกติ พร้อมทั้งจัดทำหลักสูตรเรียนล่วงหน้าเป็นรายบุคคล (3) การฝึกงานกับอาจารย์พี่เลี้ยงที่เป็นนักวิทยาศาสตร์ 3) การบริหาร โครงการ ณ ศูนย์โรงเรียน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีวิธีการส่งเสริม สนับสนุน 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การส่งเสริมสื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอ ส่วนที่ 2 ความพร้อมด้านห้องเรียน ห้องปฏิบัติการและห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ส่วนที่ 3 ครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษามีมาตรฐานสูง ส่วนที่ 4 มีเครือข่ายให้นักเรียนได้ฝึกประสบการณ์ ส่วนที่ 5 มีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอ และส่วนที่ 6 มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหาร โครงการครอบคลุมเครือข่ายอย่างเหมาะสม

พจนนอร์ โสตติทัต (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการศูนย์บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym ในกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และด้านการเข้าถึงจิตใจ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ความถี่ในการเข้ารับบริการ และสาเหตุหลักในการเลือกใช้บริการ เพื่อนำมาประเมินแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของศูนย์บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าเพศชาย มีช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นผู้มีอาชีพอิสระ และว่างงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท และมีสาเหตุหลักที่เลือกใช้บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym ในกรุงเทพมหานคร เพราะอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ที่ทำงาน หรือสถานศึกษา ตามลำดับ ระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีระดับการรับรู้มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการเข้าถึงจิตใจ ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการเข้ารับบริการ และสาเหตุหลักที่เลือกใช้บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการศูนย์บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym แตกต่างกันในภาพรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิลาสิณีย์ จำปาตะ (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการที่เกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มาใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 300 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก ใช้แบบสอบถามตามแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะ (1988) ที่เรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งแบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอ้างอิง t-test ระดับความคาดหวังในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านขายยาทั่วไปโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.13 (ช่วงคะแนนระหว่าง 1-7 คะแนน) โดยด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการมีระดับความคาดหวังสูงสุด (5.36) รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (5.26) ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (5.18) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (5.00) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (4.85) ตามลำดับ ระดับการรับรู้ในคุณภาพบริการที่ได้รับจริงของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.06 (ช่วงคะแนนระหว่าง 1-7 คะแนน) โดยด้านที่มีระดับการรับรู้สูงสุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (6.38) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (6.25) ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (6.01) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (5.91) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (5.77) ตามลำดับ ระดับการรับรู้สูงกว่าความคาดหวังในคุณภาพบริการทุกด้าน ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยความแตกต่างโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.93 ซึ่งด้านที่มีความแตกต่างมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (1.12) รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (0.92) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (0.91) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (0.89) และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (0.83) ตามลำดับ และเมื่อทำการถ่วงน้ำหนักความสำคัญ พบว่าด้านที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการแบบถ่วงน้ำหนักสูงสุดคือ ด้านการให้มั่นใจแก่ผู้รับบริการ รองลงมาคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ ตามลำดับ

6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Boyt. (1994 อ้างใน อานนท์ อุคตภาคย์ 2551 : 42) ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพบริการ โดยขึ้นอยู่กับราคาผลิตภัณฑ์ และข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำ

การวัดคุณภาพบริการที่ผู้บริโภครับรู้โดยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงราคาค่าบริการซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับก่อนการบริการ พบว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการรับบริการและระดับข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับก่อนการให้บริการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการที่ผู้บริโภครับรู้ แต่การเปลี่ยนแปลงด้านราคาไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการแต่อย่างใด

Hill. (1995 อ้างใน ภคพล ภูมรานนท์ : 2548 : 56) ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการและความคาดหวังของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเครื่องจักรภาพอังกฤษ โดยได้ออกแบบการวิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามใน 3 ช่วงเวลา คือ ครั้งแรกก่อนเข้ารับการศึกษา ครั้งที่สองเมื่อต้นการศึกษาปีที่ 2 และครั้งสุดท้ายเมื่อต้นการศึกษาปีที่ 3 ภายใต้กรอบแนวคิดผลต่าง (Disconfirmation Paradigm) ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปว่าความคาดหวังของนักศึกษาคงที่ตลอดเวลาทั้งการวัด 3 ครั้ง ซึ่งน่าจะมีสาเหตุมาจากการที่นักศึกษาได้ทำการตั้งความคาดหวังมาล่วงหน้าก่อนที่จะเข้ารับการศึกษาโดยใช้ประสบการณ์เดิม (Past Experience) ที่เคยได้รับจากการศึกษาในสถาบันเดิม แต่การรับรู้ผลงานการบริการ (Perceived Service Performance) ของนักศึกษาเพิ่มขึ้นในทุกปี ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการเจริญเติบโตขึ้น (Maturity) หรือความเข้าใจถึงสิ่งที่ไม่อาจเป็นจริงได้ (Unrealistic) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทำการสำรวจความคาดหวังของนักศึกษาไม่เฉพาะขณะทำการศึกษาเท่านั้น แต่ควรสำรวจความคาดหวังของนักศึกษาก่อนที่จะเข้ารับการศึกษา เพื่อผู้บริการจะได้รับทราบและชี้แจงข้อมูลสำคัญที่ส่งผลให้นักศึกษาค้นหาความคาดหวังที่เหมาะสมจะเป็นแนวทางการเพิ่มคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิภาพ

Knight. (1996 อ้างใน อานนต อุดมภาคย์ 2551 : 42) ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพบริการของร้านขายสินค้าเฉพาะขนาดเล็ก (Small Specialty Store) ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำเครื่องมือ “SERVQUAL” มาใช้วัดความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการในร้านขายสินค้าเฉพาะขนาดเล็กของผู้บริโภค ทั้งนี้ได้นำองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Attention) ความเชื่อถือได้ (Reliability) บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangible) พบว่า ความสนใจส่วนบุคคลและบริการที่เป็นรูปธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินคุณภาพบริการโดยรวม (Overall Service Quality) และได้สรุปว่าเครื่องมือ SERVQUAL เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กอาจนำไปใช้เพื่อช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการได้

Tomkovick, AL-Khatib, Jones, and Baradwaj (1996 อ้างใน ภคพล ภูมรานนท์ : 2548 : 56-57) ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษาต่างชาติที่ทำการศึกษาในคณะบริหารธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา เครื่องมือที่ใช้คือ SERVQUAL, 20-item, 7-point likert scale จากการส่งมอบแบบสอบถามทั้งหมด 625 แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษา

จาก 50 ประเทศ ทั้งจาก เอเชีย ยุโรป แอฟริกา อเมริกาใต้และตะวันออกกลาง ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ 1) มิติการให้ความมั่นใจ (Assurance) เป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการ ต่อมาคือ ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness) ตามลำดับ 2) จากตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า มีเพียงตัวแปรระดับการศึกษา (Education level) และเพศ (Gender) เท่านั้นที่มีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพบริการ 3) นักศึกษาที่ศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้คุณภาพบริการสูงกว่ากลุ่มที่ศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้ผู้ทำการวิจัยได้แนะนำว่า ผู้บริหารสถาบันการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา ควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ทางการศึกษา รวมทั้งอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Tangibles) โดยการจัดหาให้พอเพียงและทันสมัย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษา นอกจากนี้ควรกำชับกับบุคลากรของสถาบันให้ดูแลเอาใจใส่ และช่วยแก้ไขปัญหให้กับนักศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาต่างชาติที่ประสบปัญหาความแตกต่างด้านภาษาและวัฒนธรรม

East (2001 อ้างใน ภคพล ภูมรานนท์ : 2548 : 61) ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการของนักศึกษาชาวต่างชาติที่ทำการศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ ณ La Trobe University (Bundoora Campus) ประเทศออสเตรเลีย เครื่องมือที่ใช้คือ SERVQUAL, 22-item, 7-point likert scale ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือ 1) นักศึกษาชาวต่างชาติมีความคาดหวังในมิติการให้ความมั่นใจ (Assurance) การตอบสนอง (Responsiveness) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) จากคณาจารย์ค่อนข้างสูง แต่ก็ได้รับการตอบสนองเป็นที่น่าพึงพอใจ สังเกตได้จากค่าคะแนนคุณภาพบริการที่อยู่ในเกณฑ์ดี และจากข้อมูลเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า นักศึกษาต่างชาติส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจกับการสอนและความสัมพันธ์ส่วนบุคคลอย่างไม่เป็นทางการที่อาจารย์ผู้สอนแสดงต่อนักศึกษา 2) นักศึกษาต่างชาติประสบกับปัญหาความสัมพันธ์กับนักศึกษาชาวออสเตรเลีย (Local Student) ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่คือปัญหาด้านทัศนคติและวัฒนธรรม (Attitude and Culture) ซึ่งส่งผลกระทบต่อการทำกิจกรรมในชั้นเรียน (Class Activities) เช่นการจับกลุ่มทำรายงาน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ทำการวิจัยได้สรุปและให้คำแนะนำว่า ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญกับตัวแปรด้านภาษาและความแตกต่างด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับนักศึกษาชาวต่างชาติซึ่งส่งผลกระทบต่อ การรับรู้คุณภาพบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่าเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

ความน่าเชื่อถือของการบริการ การตอบสนองของการให้บริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ ความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์และโดดเด่นในการนำไปวัดคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรนำ SERVQUAL มาใช้ในการวัดคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ ความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ และบริการที่เป็นรูปธรรม ส่วนลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ได้แก่ เพศ ระดับชั้น ระดับผลการเรียนเฉลี่ย และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดการศึกษาในส่วนของวิธีการวิจัยเชิงสำรวจดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ประชากรในที่นี้หมายถึง นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ซึ่งเป็นผู้รับบริการโดยตรงในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ปีการศึกษา 2551 จำนวนทั้งสิ้น 724 คน

1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร ได้กำหนดขนาดโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1970 อ้างถึงในธานินทร์ ศิลป์จารุ 2550 : 49) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 258 คน โดยคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดไว้ที่ 0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{724}{1 + (724 \times (0.05)^2)} \\ &= 257.651245 \approx 258 \end{aligned}$$

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละระดับชั้น ได้กลุ่มตัวอย่างในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 จำนวน 87, 86 และ 85 คนตามลำดับ แต่เนื่องจากในแต่ละระดับชั้นมี 10 ห้อง จึงกระจายการเก็บข้อมูลทั้ง 10 ห้อง โดยเก็บห้องละ 10 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) รวมจำนวนหน่วยตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระดับชั้น	จำนวนประชากร (Ni)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง $n_i = \frac{N_i}{724}(258)$	จำนวนหน่วยตัวอย่าง ที่เก็บข้อมูล
มัธยมศึกษาปีที่ 4	244	$86.95 \approx 87$	100
มัธยมศึกษาปีที่ 5	240	$85.52 \approx 86$	100
มัธยมศึกษาปีที่ 6	240	$85.52 \approx 85$	100
รวม	724	258	300

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือ และการหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาแบบสอบถามตามกระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน ได้แก่ เพศ ระดับชั้นคะแนนเฉลี่ย และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choices) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยพัฒนาขึ้นจากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้าน (SERVQUAL) ดังนี้

1) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการเรียนการสอนตามที่ได้สัญญาไว้กับนักเรียนอย่างน่าเชื่อถือและถูกต้อง ได้แก่ การจัดหลักสูตร การจัดกิจกรรม การพัฒนานักเรียน การส่งเสริมนักเรียน และการให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียน

2) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือนักเรียน และให้บริการอย่างรวดเร็วฉับไว ได้แก่ ความพร้อม ความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา ความสม่ำเสมอ และความชัดเจนในการสื่อสาร

3) ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร (Assurance) หมายถึง ความรู้ และความมีสัมมาคารวะของพนักงานให้บริการ และความสามารถของพนักงานที่จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ได้แก่ ความรู้ความสามารถ ทักษะ ความถูกต้อง และความเสมอภาคในการให้บริการของบุคลากร

4) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ และการให้ความสนใจเป็นการส่วนตัวที่โรงเรียนมีให้แก่ นักเรียน ได้แก่ ความเต็มใจ ความเอาใจใส่ดูแล ความห่วงใย ความกระตือรือร้น และความเป็นกันเองในการให้บริการ

5) ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ อาคารเรียน จำนวนห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ เครื่องมือ/อุปกรณ์ หนังสือ/สื่อการสอน แผนผัง/ป้ายบอกทาง อาคารหอพัก และโรงอาหาร

ลักษณะคำถามในแบบสอบถามตอนนี้เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 73 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้	มากที่สุด
4	คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้	มาก
3	คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้	ปานกลาง
2	คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้	น้อย
1	คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะ

คำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) จำนวน 6 ข้อ

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามการวิจัย และกำหนดกรอบแนวคิดในการ

วิจัย

2.2.2 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถามในแบบสอบถาม

2.2.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.2.4 ร่างแบบสอบถาม

2.3 การหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การหาประสิทธิภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดำเนินการ ดังนี้

2.3.1 กำหนดหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน (ตามรายชื่อในภาคผนวก ก) ให้คะแนนแต่ละข้อคำถามการวิจัย เพื่อแสดงว่าคำถามสอดคล้องกับการศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ไปใช้ในการวิจัย

2.3.2 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) จากแบบสอบถามได้ค่าเท่ากับ 0.9862

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำนวน 300 คน โดยทำการจัดเก็บข้อมูลในเดือนกุมภาพันธ์ 2552 ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและรับกลับคืนด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

4.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ได้รับกลับมาจะทำการตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.2 ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่

- 1) ค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
- 3) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD)

4.2.2 สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถาม ได้แก่

- 1) การวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (Paired Samples Test)
- 2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)
- 3) การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

(Least Significant Difference : LSD)

4.3 การกำหนดเกณฑ์การแปลผลของค่าเฉลี่ย (Mean)

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยใช้การคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้นจากสูตรดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2550 : 76-77)

$$\text{ช่วงความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

<u>ระดับคะแนนเฉลี่ย</u>	<u>ความหมาย</u>
4.21-5.00 คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้ มากที่สุด
3.41-4.20 คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้ มาก
2.61-3.40 คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้ ปานกลาง
1.81-2.60 คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้ น้อย
1.00-1.80 คะแนน หมายถึง	ความคาดหวัง/การรับรู้ น้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ได้ส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 300 ฉบับ และได้รับกลับคืนมาจำนวน 300 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 สำหรับการวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตอนที่ 2 ระดับของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำอักษรย่อและสัญลักษณ์มาใช้ ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าแจกแจงแบบที (t-test)
F	แทน	ค่าความแปรปรวนของค่าเฉลี่ย (Anova)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นในการทดสอบสมมติฐาน
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Mean of Squares)
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญของการทดสอบ
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตอนที่ 1 ค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์
(องค์การมหาชน)**

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 300)	ร้อยละ (100.0)
1. เพศ		
ชาย	197	65.7
หญิง	103	34.3
2. คะแนนเฉลี่ย		
2.51-3.00	5	1.7
3.01-3.25	10	3.3
3.26-3.50	36	12.0
3.51-3.75	75	25.0
3.76-3.99	144	48.0
4.00	30	10.0
3. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	47	15.7
30,000-50,000 บาท	102	34.0
50,001-70,000 บาท	68	22.7
70,001-100,000 บาท	40	13.3
มากกว่า 100,000 บาท	43	14.3

จากตารางที่ 4.1 พบว่านักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ระดับชั้นละ 100 คน รวมจำนวน 300 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.7 และ 34.3 ตามลำดับ มีช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-3.75 คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00 คิดเป็นร้อยละ 1.7 สำหรับ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้ระหว่าง 30,000-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือมีรายได้ระหว่าง 50,001-70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.7 และน้อยที่สุดมีรายได้ระหว่าง 70,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตอนที่ 2 ระดับของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียน มหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง
และการรับรู้ของนักเรียนโดยรวม

คุณภาพบริการ	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.36	0.55	มากที่สุด	4.27	0.50	มากที่สุด
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.35	0.53	มากที่สุด	4.14	0.46	มาก
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	4.47	0.50	มากที่สุด	4.34	0.51	มากที่สุด
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	4.40	0.61	มากที่สุด	4.38	0.52	มากที่สุด
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	4.45	0.53	มากที่สุด	4.28	0.45	มากที่สุด
รวม	4.41	0.48	มากที่สุด	4.28	0.42	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.45$) และน้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.35$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{X} = 4.34$) และน้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.14$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและ
การรับรู้ของนักเรียน ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้าน คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	4.60	0.58	มากที่สุด	4.26	0.73	มากที่สุด
2. การพัฒนาความสามารถพิเศษด้าน คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน	4.59	0.61	มากที่สุด	4.18	0.81	มาก
3. การส่งเสริมให้นักเรียนเป็นนักวิจัย และนักประดิษฐ์คิดค้นด้านวิทยาศาสตร์	4.45	0.68	มากที่สุด	4.33	0.81	มากที่สุด
4. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้ตาม หลักสูตรที่กำหนด	4.48	0.68	มากที่สุด	4.28	0.75	มากที่สุด
5. การสอนที่เน้นการปฏิบัติทดลองจริง ในห้องเรียนและนอกห้องเรียน	4.50	0.68	มากที่สุด	4.36	0.76	มากที่สุด
6. การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมใน กิจกรรมการเรียนการสอน	4.39	0.75	มากที่สุด	4.39	0.67	มากที่สุด
7. การส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์	4.36	0.76	มากที่สุด	4.21	0.82	มากที่สุด
8. การส่งเสริมให้นักเรียนมีนิสัยรักการอ่าน และการค้นคว้า	4.31	0.79	มากที่สุด	4.21	0.80	มากที่สุด
9. การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.28	0.80	มากที่สุด	4.25	0.77	มากที่สุด
10. การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ	4.21	0.91	มากที่สุด	4.09	0.87	มาก
11. การส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรม และจริยธรรม	4.34	0.80	มากที่สุด	4.29	0.75	มากที่สุด
12. การส่งเสริมให้นักเรียนทำประโยชน์และ สร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม	4.37	0.79	มากที่สุด	4.56	0.65	มากที่สุด
13. การส่งเสริมให้นักเรียนอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.22	0.81	มากที่สุด	4.21	0.78	มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ความน่าเชื่อถือ	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
14. การส่งเสริมให้นักเรียนมีเจตคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมโลก	4.25	0.83	มากที่สุด	4.30	0.73	มากที่สุด
15. การพัฒนาบุคลิกภาพและความเป็นผู้นำแก่นักเรียน	4.26	0.81	มากที่สุด	4.19	0.78	มาก
16. การให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียนในการดูแลสุขภาพอนามัย	4.16	0.83	มาก	4.16	0.76	มาก
รวม	4.36	0.55	มากที่สุด	4.27	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.3 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นการให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียนในการดูแลสุขภาพอนามัยที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) โดยมากที่สุดอันดับแรกคือการจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือการพัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ($\bar{X} = 4.59$) และน้อยที่สุดคือ การให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียนในการดูแลสุขภาพอนามัย ($\bar{X} = 4.16$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุดอันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การส่งเสริมให้นักเรียนทำประโยชน์และสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันคือ การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 4.39$) และน้อยที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและ
การรับรู้ของนักเรียน ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ความพร้อมในการให้คำปรึกษาได้ ตลอดเวลาของครูที่ปรึกษา	4.35	0.72	มากที่สุด	4.37	0.73	มากที่สุด
2. ความรวดเร็วในการให้ข้อมูล ของครูที่ปรึกษา	4.27	0.72	มากที่สุด	4.24	0.74	มากที่สุด
3. ความตรงต่อเวลาของครูผู้สอน	4.34	0.74	มากที่สุด	4.35	0.71	มากที่สุด
4. ความพร้อมในการแนะนำการปฏิบัติ กิจกรรมพัฒนาผู้เรียนแก่นักเรียนที่มา ติดต่อของครูผู้สอน	4.31	0.72	มากที่สุด	4.31	0.69	มากที่สุด
5. ความรวดเร็วในการให้บริการยืม-คืน หนังสือ / สื่อการสอนของเจ้าหน้าที่	4.42	0.67	มากที่สุด	4.48	0.65	มากที่สุด
6. ความเร็วในการเชื่อมต่อระบบ อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย	4.46	0.72	มากที่สุด	4.06	0.87	มาก
7. ความรวดเร็วในการออกใบ Transcript หรือใบรับรองของเจ้าหน้าที่	4.28	0.73	มากที่สุด	4.03	0.80	มาก
8. ความตรงต่อเวลาในการจ่ายเงิน ค่าอาหารของเจ้าหน้าที่	4.38	0.74	มากที่สุด	4.37	0.75	มากที่สุด
9. ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน ค่าบริการต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่	4.33	0.73	มากที่สุด	4.38	0.70	มากที่สุด
10. ความรวดเร็วในการให้บริการเข้า-ออก หอพักของเจ้าหน้าที่	4.37	0.74	มากที่สุด	4.08	0.79	มาก
11. ความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซม อุปกรณ์ที่ชำรุดในหอพักของเจ้าหน้าที่	4.29	0.75	มากที่สุด	3.19	1.06	ปานกลาง
12. ความสม่ำเสมอในการให้บริการห้อง พยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงของเจ้าหน้าที่	4.37	0.70	มากที่สุด	3.93	0.87	มาก
13. ความชัดเจนในการสื่อสาร เพื่อให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.37	0.70	มากที่สุด	4.12	0.72	มาก
รวม	4.35	0.53	มากที่สุด	4.14	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิตล
วิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
($\bar{X} = 4.35$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรก
คือ ความเร็วในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาคือความรวดเร็ว
ในการให้บริการยืม-คืนหนังสือ / สื่อการสอนของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.42$) และน้อยที่สุดคือความ
รวดเร็วในการให้ข้อมูลของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.27$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิตลวิทยานุสรณ์ (องค์การ
มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มากที่สุด
อันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการยืม-คืนหนังสือ / สื่อการสอนของ
เจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันคือ ความรวดเร็วในการรับชำระ
เงินค่าบริการต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.38$) และน้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลางคือ
ความรวดเร็วในการแก้ไขข้อบกพร่องที่ชำรุดในหอพักของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 3.19$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและ
การรับรู้ของนักเรียน ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร

ด้านความมั่นใจ ในสมรรถนะของบุคลากร	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ความรู้ความสามารถในการให้ คำปรึกษาและชี้แนะทางแก้ปัญหา แก่นักเรียนของครูที่ปรึกษา	4.39	0.67	มากที่สุด	4.31	0.72	มากที่สุด
2. ความรู้ความสามารถทางวิชาการของ ครูผู้สอน	4.60	0.58	มากที่สุด	4.51	0.67	มากที่สุด
3. ความสามารถและทักษะในการสอน ของครูผู้สอน	4.56	0.61	มากที่สุด	4.31	0.70	มากที่สุด
4. ความสามารถในการใช้สื่อ-อุปกรณ์ การสอนของครูผู้สอน	4.42	0.67	มากที่สุด	4.33	0.68	มากที่สุด
5. ความสามารถของครูผู้สอนในการ ชี้แนะแนวทางให้นักเรียนศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเองจนสามารถสร้าง และสรุปออกมาเป็นความรู้	4.41	0.69	มากที่สุด	4.22	0.80	มากที่สุด

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ด้านความมั่นใจ ในสมรรถนะของบุคลากร	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
6. ความสามารถของครูผู้สอนในการวัด และประเมินผลการเรียนของนักเรียน อย่างเที่ยงตรง	4.43	0.64	มากที่สุด	4.28	0.74	มากที่สุด
7. การมีมนุษยสัมพันธ์ของครูผู้สอนต่อ นักเรียนทุกคนโดยเท่าเทียมกัน	4.40	0.71	มากที่สุด	4.31	0.83	มากที่สุด
8. การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของ ครูผู้สอน	4.55	0.65	มากที่สุด	4.55	0.63	มากที่สุด
9. ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ	4.47	0.65	มากที่สุด	4.36	0.71	มากที่สุด
10. ความถูกต้องในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่	4.46	0.65	มากที่สุด	4.29	0.76	มากที่สุด
11. ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ นักเรียนของเจ้าหน้าที่	4.46	0.65	มากที่สุด	4.30	0.77	มากที่สุด
รวม	4.47	0.50	มากที่สุด	4.34	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ ความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ ความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.56$) และน้อยที่สุดคือ ความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางแก้ปัญหาแก่นักเรียนของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.39$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.51$) และน้อยที่สุดคือ ความสามารถของครูผู้สอนในการชี้แนะแนวทางให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจนสามารถสร้างและสรุปออกมาเป็นความรู้ ($\bar{X} = 4.22$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและ การรับรู้ของนักเรียน ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษา	4.52	0.65	มากที่สุด	4.56	0.63	มากที่สุด
2. ความเอาใจใส่ดูแลและเข้าใจนักเรียนเป็นรายบุคคลของครูที่ปรึกษา	4.45	0.69	มากที่สุด	4.41	0.74	มากที่สุด
3. ความห่วงใยต่อนักเรียนเมื่อเจ็บป่วยของครูที่ปรึกษา	4.39	0.72	มากที่สุด	4.39	0.73	มากที่สุด
4. ความเอาใจใส่และให้คำแนะนำด้านการเรียนและการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตรแก่นักเรียนของครูที่ปรึกษา	4.38	0.71	มากที่สุด	4.44	0.67	มากที่สุด
5. ความเต็มใจในการแนะนำกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนของครูผู้สอน	4.41	0.71	มากที่สุด	4.46	0.66	มากที่สุด
6. ความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการการเรียนรู้ของนักเรียนของครูผู้สอน	4.39	0.71	มากที่สุด	4.40	0.68	มากที่สุด
7. ความเต็มใจในการช่วยเหลือและแนะนำการทำโครงการและงานวิจัยของครูผู้สอน	4.45	0.71	มากที่สุด	4.39	0.74	มากที่สุด
8. ความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่	4.34	0.73	มากที่สุด	4.22	0.78	มากที่สุด
9. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือเมื่อนักเรียนมีปัญหาของเจ้าหน้าที่	4.35	0.74	มากที่สุด	4.23	0.75	มากที่สุด
10. ความเต็มใจในการช่วยเหลือและให้คำแนะนำการศึกษาต่อทั้งภายในประเทศและต่างประเทศของเจ้าหน้าที่	4.34	0.75	มากที่สุด	4.31	0.68	มากที่สุด
11. ความเป็นกันเองในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.37	0.71	มากที่สุด	4.33	0.72	มากที่สุด
รวม	4.40	0.61	มากที่สุด	4.38	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรก คือ ความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ดูแล และเข้าใจนักเรียนเป็นรายบุคคลของครูที่ปรึกษา และความเต็มใจในการช่วยเหลือและแนะนำการทำโครงการและงานวิจัยของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.45$) และน้อยที่สุดคือความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่ และความเต็มใจในการช่วยเหลือและให้คำแนะนำการศึกษาต่อทั้งภายในประเทศและต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.34$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรก คือ ความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือ ความเต็มใจในการแนะนำกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.46$) และน้อยที่สุดคือ ความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.22$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ความเพียงพอของจำนวนห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการ	4.48	0.68	มากที่สุด	4.53	0.64	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของขนาดห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการกับจำนวนนักเรียน	4.47	0.65	มากที่สุด	4.58	0.59	มากที่สุด
3. ความเพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ	4.55	0.63	มากที่สุด	4.48	0.68	มากที่สุด
4. ความเพียงพอของแสงสว่างในห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการ	4.52	0.70	มากที่สุด	4.37	0.73	มากที่สุด
5. การมีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดี ของห้องเรียน /ห้องปฏิบัติการ	4.48	0.69	มากที่สุด	4.13	0.80	มาก
6. ความทันสมัยและเพียงพอของหนังสือ/สื่อ การสอนสำหรับการค้นคว้าในห้องสมุด	4.52	0.69	มากที่สุด	4.43	0.73	มากที่สุด

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
7. ความเพียงพอของจำนวนที่นั่งอ่านหนังสือในห้องสมุด	4.48	0.67	มากที่สุด	4.23	0.74	มากที่สุด
8. ความทันสมัยและเพียงพอของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.53	0.67	มากที่สุด	4.52	0.64	มากที่สุด
9. ความเหมาะสมในการใช้งานของอาคารเรียนและอาคารประกอบ	4.48	0.69	มากที่สุด	4.39	0.69	มากที่สุด
10. ความสะดวกและปลอดภัยของทางเดินระหว่างอาคารเรียนและอาคารประกอบ	4.47	0.67	มากที่สุด	4.52	0.63	มากที่สุด
11. ความชัดเจนของแผนผังเครื่องหมายหรือป้ายบอกทางเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆภายในโรงเรียน	4.34	0.72	มากที่สุด	4.20	0.79	มาก
12. ความสะอาดร่มรื่นของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	4.41	0.70	มากที่สุด	4.28	0.76	มากที่สุด
13. ความทันสมัยและเพียงพอของสถานที่/อุปกรณ์ออกกำลังกาย	4.44	0.66	มากที่สุด	4.33	0.733	มากที่สุด
14. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น	4.41	0.68	มากที่สุด	3.95	0.91	มาก
15. ความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องพัก	4.40	0.70	มากที่สุด	4.29	0.72	มากที่สุด
16. ความมั่นคงปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย (CCTV)	4.40	0.69	มากที่สุด	4.16	0.81	มาก
17. ความสะอาดของห้องพยาบาล	4.46	0.64	มากที่สุด	4.26	0.74	มากที่สุด
18. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่เตียงนอนยาและเวชภัณฑ์ในห้องพยาบาล	4.39	0.72	มากที่สุด	4.11	0.78	มาก
19. ความสะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัยของโรงอาหาร	4.46	0.67	มากที่สุด	4.10	0.75	มาก
20. ความเพียงพอของที่นั่งรับประทานอาหาร	4.44	0.70	มากที่สุด	4.12	0.77	มาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	บริการที่คาดหวัง			บริการที่รับรู้		
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล
21. ความสะอาดและเพียงพอของน้ำดื่ม-น้ำใช้	4.46	0.70	มากที่สุด	4.11	0.81	มาก
22. ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ- ห้องสุขา	4.44	0.70	มากที่สุด	4.00	0.81	มาก
รวม	4.45	0.53	มากที่สุด	4.28	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมากที่สุดอันดับแรก คือ ความเพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ ความทันสมัยและเพียงพอของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.53$) และน้อยที่สุดคือ ความชัดเจนของแผนผัง เครื่องหมาย หรือป้ายบอกทางเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ($\bar{X} = 4.34$)

ส่วนคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ด้านบริการที่รูปธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มากที่สุดอันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความเหมาะสมของขนาดห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการกับจำนวนนักเรียน ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ ความเพียงพอของจำนวนห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.53$) และน้อยที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น ($\bar{X} = 3.95$)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน
โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของ
นักเรียนโดยรวม

คุณภาพบริการ	ความ	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่าง		
	คาดหวัง		ความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.36	4.27	0.09	0.55	2.90*
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.35	4.14	0.21	0.53	6.56*
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	4.47	4.34	0.13	0.53	4.10*
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	4.40	4.38	0.02	0.57	0.68
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	4.45	4.28	0.17	0.53	5.73*
รวม	4.41	4.28	0.13	0.44	4.85*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) โดยรวมแตกต่างจากคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพบริการตามความคาดหวังสูงกว่าคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจที่ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน โดยคุณภาพบริการตามความคาดหวังสูงกว่าคุณภาพบริการตามการรับรู้ทั้งในภาพรวมและรายด้านเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์	4.60	4.26	0.33	0.76	7.51*
2. การพัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน	4.59	4.18	0.40	0.84	8.31*
3. การส่งเสริมให้นักเรียนเป็นนักวิจัยและนักประดิษฐ์คิดค้นด้านวิทยาศาสตร์	4.45	4.33	0.12	0.94	2.27*
4. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้ตามหลักสูตรที่กำหนด	4.48	4.28	0.19	0.77	4.42*
5. การสอนที่เน้นการปฏิบัติทดลองจริงในห้องเรียนและนอกห้องเรียน	4.50	4.36	0.14	0.85	2.82*
6. การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน	4.39	4.39	0.00	0.77	0.07
7. การส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.36	4.21	0.15	0.89	2.91*
8. การส่งเสริมให้นักเรียนมีนิสัยรักการอ่านและการค้นคว้า	4.31	4.21	0.10	0.97	1.84
9. การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	4.28	4.25	0.03	0.90	0.57
10. การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ	4.21	4.09	0.12	1.18	1.80
11. การส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมและจริยธรรม	4.34	4.29	0.05	0.91	0.94
12. การส่งเสริมให้นักเรียนทำประโยชน์และสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม	4.37	4.56	-0.19	0.85	3.99*
13. การส่งเสริมให้นักเรียนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.22	4.21	0.01	0.86	0.26

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ด้านความน่าเชื่อถือ	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
14. การส่งเสริมให้นักเรียนมีเจตคติที่ดี ต่อเพื่อนร่วมโลก	4.25	4.30	-0.05	0.77	1.12
15. การพัฒนาบุคลิกภาพและความเป็น ผู้นำแก่นักเรียน	4.26	4.19	0.07	0.60	1.39
16. การให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียน ในการดูแลสุขภาพอนามัย	4.16	4.16	0.00	0.93	0.06
รวม	4.36	4.27	0.09	0.55	2.90*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิดล
วิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในด้านความน่าเชื่อถือโดยรวมแตกต่างจากคุณภาพบริการตามการ
รับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1-5,7
และ 12 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่าง
คุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ที่แตกต่างกันมากที่สุดคือ การ
พัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ($\bar{X} = 0.40$) รองลงมาคือ
การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ($\bar{X} = 0.33$) และน้อยที่สุดคือ
การส่งเสริมให้นักเรียนเป็นนักวิจัยและนักประดิษฐ์คิดค้นด้านวิทยาศาสตร์ ($\bar{X} = 0.12$)

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. ความพร้อมในการให้คำปรึกษาได้ตลอดเวลาของครูที่ปรึกษา	4.35	4.37	-0.01	0.92	0.24
2. ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลของครูที่ปรึกษา	4.27	4.24	0.02	0.81	0.56
3. ความตรงต่อเวลาของครูผู้สอน	4.34	4.35	-0.01	0.81	0.14
4. ความพร้อมในการแนะนำการปฏิบัติกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนแก่นักเรียนที่มาติดต่อของครูผู้สอน	4.31	4.31	0.00	0.76	0.00
5. ความรวดเร็วในการให้บริการยืม-คืนหนังสือ / สื่อการสอนของเจ้าหน้าที่	4.42	4.48	-0.05	0.74	1.30
6. ความเร็วในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย	4.46	4.06	0.39	1.14	5.98*
7. ความรวดเร็วในการออกไป Transcript หรือใบรับรองของเจ้าหน้าที่	4.28	4.03	0.25	0.85	5.10*
8. ความตรงต่อเวลาในการจ่ายเงินค่าอาหารของเจ้าหน้าที่	4.38	4.37	0.01	0.89	0.32
9. ความรวดเร็วในการรับชำระเงินค่าบริการต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่	4.33	4.38	-0.04	0.76	0.97
10. ความรวดเร็วในการให้บริการเข้า-ออกหอพักของเจ้าหน้าที่	4.37	4.08	0.29	0.97	5.17*
11. ความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในหอพักของเจ้าหน้าที่	4.29	3.19	1.10	1.26	15.05*
12. ความสม่ำเสมอในการให้บริการห้องพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงของเจ้าหน้าที่	4.37	3.93	0.43	1.00	7.50*
13. ความชัดเจนในการสื่อสารเพื่อให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.37	4.12	0.25	0.82	5.23*
รวม	4.35	4.14	0.21	0.53	6.56*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่าคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยรวมแตกต่างจากคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 6,7 และ 10-13 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ที่แตกต่างกันมากที่สุดคือ ความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซม อุปกรณ์ที่ชำรุดในห้องพักของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 1.10$) รองลงมาคือ ความสม่ำเสมอในการให้บริการห้องพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมง ของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 0.43$) และน้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วในการออกใบ Transcript หรือใบรับรองของเจ้าหน้าที่ และความชัดเจนในการสื่อสารเพื่อให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 0.25$)

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร

ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. ความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาและชี้แนวทางแก้ปัญหาแก่นักเรียนของครูที่ปรึกษา	4.39	4.31	0.08	0.77	1.86
2. ความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอน	4.60	4.51	0.08	0.74	2.00*
3. ความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน	4.56	4.31	0.25	0.79	5.49*
4. ความสามารถในการใช้สื่อ-อุปกรณ์การสอนของครูผู้สอน	4.42	4.33	0.09	0.78	2.13*
5. ความสามารถของครูผู้สอนในการชี้แนะแนวทางให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจนสามารถสร้างและสรุปออกมาเป็นความรู้	4.41	4.22	0.19	0.85	3.85*

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
6. ความสามารถของครูผู้สอนในการวัดและประเมินผลการเรียนของนักเรียนอย่างเที่ยงตรง	4.43	4.28	0.15	0.79	3.25*
7. การมีมนุษยสัมพันธ์ของครูผู้สอนต่อนักเรียนทุกคน โดยเท่าเทียมกัน	4.40	4.31	0.09	0.92	1.80
8. การมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของครูผู้สอน	4.55	4.55	0.00	0.65	0.00
9. ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ	4.47	4.36	0.10	0.70	2.62*
10. ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.46	4.29	0.17	0.73	4.16*
11. ความเสมอภาคในการให้บริการแก่นักเรียนของเจ้าหน้าที่	4.46	4.30	0.16	0.79	3.54*
รวม	4.47	4.34	0.13	0.53	4.10*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร โดยรวมแตกต่างจากคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ข้อ 1, 7 และ 8 ไม่มีความแตกต่างกัน โดยความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ที่แตกต่างกันมากที่สุดคือ ความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 0.25$) รองลงมาคือ ความสามารถของครูผู้สอนในการชี้แนะแนวทางให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจนสามารถสร้างและสรุปออกมาเป็นความรู้ ($\bar{X} = 0.19$) และน้อยที่สุดคือ ความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอน ($\bar{X} = 0.08$)

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน
ในด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. ความเต็มใจในการให้คำปรึกษา ของครูที่ปรึกษา	4.52	4.56	-0.04	0.76	1.06
2. ความเอาใจใส่ดูแลและเข้าใจนักเรียน เป็นรายบุคคลของครูที่ปรึกษา	4.45	4.41	0.03	0.83	0.75
3. ความห่วงใยต่อนักเรียนเมื่อเจ็บป่วย ของครูที่ปรึกษา	4.39	4.39	0.00	0.82	0.07
4. ความเอาใจใส่และให้คำแนะนำด้านการ เรียนและการทำกิจกรรมเสริมหลักสูตร แก่นักเรียนของครูที่ปรึกษา	4.38	4.44	-0.05	0.76	1.20
5. ความเต็มใจในการแนะนำกิจกรรมพัฒนา ผู้เรียนของครูผู้สอน	4.41	4.46	-0.05	0.75	1.14
6. ความเอาใจใส่และเข้าใจความต้องการ การเรียนรู้ของนักเรียนของครูผู้สอน	4.39	4.40	-0.01	0.75	0.22
7. ความเต็มใจในการช่วยเหลือและแนะนำ การทำโครงการและงานวิจัยของครูผู้สอน	4.45	4.39	0.06	0.79	1.30
8. ความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของ เจ้าหน้าที่	4.34	4.22	0.12	0.78	2.78*
9. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือเมื่อ นักเรียนมีปัญหาของเจ้าหน้าที่	4.35	4.23	0.12	0.81	2.55*
10. ความเต็มใจในการช่วยเหลือและให้ คำแนะนำการศึกษาต่อทั้งภายใน ประเทศและต่างประเทศของเจ้าหน้าที่	4.34	4.31	0.02	0.78	0.51
11. ความเป็นกันเองในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่	4.37	4.33	0.03	0.84	0.76
รวม	4.40	4.38	0.02	0.57	0.68

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจโดยรวมไม่แตกต่างจากคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 8 และ 9 เท่านั้นที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแตกต่างกันด้วยค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ ความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่ และความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือเมื่อนักเรียนมีปัญหาของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 0.12$)

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนในด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
1. ความเพียงพอของจำนวนห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการ	4.48	4.53	-0.04	0.75	1.08
2. ความเหมาะสมของขนาดห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการกับจำนวนนักเรียน	4.47	4.58	-0.11	0.69	2.75*
3. ความเพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ	4.55	4.48	0.06	0.84	1.31
4. ความเพียงพอของแสงสว่างในห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการ	4.52	4.37	0.15	0.83	3.11*
5. การมีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดีของ ห้องเรียน /ห้องปฏิบัติการ	4.48	4.13	0.35	0.89	6.85*
6. ความทันสมัยและเพียงพอของหนังสือ / สื่อการสอนสำหรับการค้นคว้าใน ห้องสมุด	4.52	4.43	0.09	0.88	1.84
7. ความเพียงพอของจำนวนที่นั่งอ่าน หนังสือในห้องสมุด	4.48	4.23	0.24	0.89	4.77*
8. ความทันสมัยและเพียงพอของระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	4.53	4.52	0.01	0.79	0.21
9. ความเหมาะสมในการใช้งานของอาคาร เรียนและอาคารประกอบ	4.48	4.39	0.08	0.77	1.85

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	ความคาดหวัง	การรับรู้	ความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังกับการรับรู้		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	SD	t
10. ความสะดวกและปลอดภัยของทางเดิน ระหว่างอาคารเรียนและอาคารประกอบ	4.47	4.52	-0.05	0.70	-1.30
11. ความชัดเจนของแผนผัง เครื่องหมาย หรือ ป้ายบอกทางเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายใน โรงเรียน	4.34	4.20	0.13	0.86	2.72*
12. ความสะอาดร่มรื่นของสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ	4.41	4.28	0.13	0.85	2.62*
13. ความทันสมัยและเพียงพอของสถานที่/ อุปกรณ์ออกกำลังกาย	4.44	4.33	0.10	0.86	2.07*
14. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น	4.41	3.95	0.45	1.11	7.10*
15. ความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย ในห้องพัก	4.40	4.29	0.10	0.80	2.30*
16. ความมั่นคงปลอดภัยของระบบรักษา ความปลอดภัย (CCTV)	4.40	4.16	0.24	0.87	4.77*
17. ความสะอาดของห้องพยาบาล	4.46	4.26	0.20	0.86	3.98*
18. ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ เติงนอน ยาและเวชภัณฑ์ในห้องพยาบาล	4.39	4.11	0.28	0.90	5.44*
19. ความสะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัยของ โรงอาหาร	4.46	4.10	0.35	0.88	7.00*
20. ความเพียงพอของที่นั่งรับประทานอาหาร	4.44	4.12	0.31	0.91	5.98*
21. ความสะอาดและเพียงพอของ น้ำดื่ม-น้ำใช้	4.46	4.11	0.35	0.91	6.65*
22. ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ- ห้องสุขา	4.44	4.00	0.43	0.95	7.93*
รวม	4.45	4.28	0.17	0.53	5.73*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ในด้านบริการที่เป็นรูปธรรมโดยรวม แตกต่างจากคุณภาพบริการตามการรับรู้โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้อมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นข้อ 1,3,6 และ 8-10 ไม่มีความแตกต่างกัน โดยความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ที่แตกต่างกันมากที่สุดคือ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น ($\bar{X} = 0.45$) รองลงมาคือ ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ-ห้องสุขา ($\bar{X} = 0.43$) และน้อยที่สุดคือ ความทันสมัยและเพียงพอของสถานที่/อุปกรณ์ออกกำลังกาย และความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องพัก ($\bar{X} = 0.10$)

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามเพศ

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	เพศชาย		เพศหญิง		Sig	t	p
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.35	0.58	4.37	0.50	0.08	-0.18	0.85
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.35	0.53	4.34	0.54	0.82	0.28	0.77
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	4.45	0.51	4.50	0.48	0.13	-0.72	0.46
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	4.38	0.59	4.43	0.63	0.43	-0.62	0.53
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	4.42	0.54	4.51	0.50	0.34	-1.33	0.18
รวม	4.39	0.48	4.43	0.47	0.98	-0.58	0.56

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทั้งโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตามระดับชั้น

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	2	2.637	1.318	4.316*	0.014
ภายในกลุ่ม	297	90.724	0.305		
รวม	299	93.360			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.636	0.818	2.862	0.059
ภายในกลุ่ม	297	84.877	0.286		
รวม	299	86.513			
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.216	0.608	2.378	0.095
ภายในกลุ่ม	297	75.943	0.256		
รวม	299	77.158			
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.082	0.541	1.458	0.234
ภายในกลุ่ม	297	110.221	0.371		
รวม	299	111.303			
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.102	0.551	1.930	0.147
ภายในกลุ่ม	297	84.748	0.285		
รวม	299	85.850			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.425	0.712	3.083*	0.047
ภายในกลุ่ม	297	68.627	0.231		
รวม	299	70.051			

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่ศึกษาในระดับชั้นที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และเพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนว่าคู่ใดแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังปรากฏในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน
เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ	— X	มัธยมศึกษาปีที่ 4	มัธยมศึกษาปีที่ 5	มัธยมศึกษาปีที่ 6
		4.23	4.40	4.44
มัธยมศึกษาปีที่ 4	4.23	-	0.1762	0.2156*
มัธยมศึกษาปีที่ 5	4.40		-	0.0394
มัธยมศึกษาปีที่ 6	4.44			-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตาม
คะแนนเฉลี่ย

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	5	2.672	0.534	1.732	0.127
ภายในกลุ่ม	294	90.689	0.308		
รวม	299	93.360			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	5	4.387	0.877	3.141*	0.009
ภายในกลุ่ม	294	82.126	0.279		
รวม	299	86.513			
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	5	4.204	0.841	3.388*	0.005
ภายในกลุ่ม	294	72.955	0.248		
รวม	299	77.158			
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	6.119	1.224	3.421*	0.005
ภายในกลุ่ม	294	105.184	0.358		
รวม	299	111.303			

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	5	6.323	1.265	4.675*	0.000
ภายในกลุ่ม	294	79.527	0.270		
รวม	299	85.850			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	5	4.035	0.807	3.594*	0.004
ภายในกลุ่ม	294	66.016	0.225		
รวม	299	70.051			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีคะแนนเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านความน่าเชื่อถือที่มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน และเพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนว่าคู่ใดแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังปรากฏในตารางที่ 4.18-4.20

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{X}	2.51-3.00	3.01-3.25	3.26-3.50	3.51-3.75	3.76-3.99	4.00
		4.00	3.95	4.34	4.31	4.44	4.19
2.51-3.00	4.00	-	0.0462	0.3440	0.3159	0.4476	0.1923
3.01-3.25	3.95		-	0.3902*	0.3621*	0.4938*	0.2385
3.26-3.50	4.34			-	0.0281	0.1036	0.1517
3.51-3.75	4.31				-	0.1318	0.1236
3.76-3.99	4.44					-	0.2553*
4.00	4.19						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.01-3.25 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.26-3.99 และระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมากกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร

ความมั่นใจใน สมรรถนะของ บุคลากร	\bar{X}	2.51-3.00	3.01-3.25	3.26-3.50	3.51-3.75	3.76-3.99	4.00
		3.87	4.20	4.45	4.42	4.56	4.36
2.51-3.00	3.87	-	0.3273	0.5818*	0.5564*	0.6885*	0.4879*
3.01-3.25	4.20		-	0.2545	0.2291	0.3612*	0.1606
3.26-3.50	4.45			-	0.255	0.1067	0.0939
3.51-3.75	4.42				-	0.1321	0.0685
3.76-3.99	4.56					-	0.2006*
4.00	4.36						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากรน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.26-4.00 ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.01-3.25 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากรน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 และระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากรมากกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน
เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

ความเข้าใจและ ความเห็นอก เห็นใจ	\bar{X}	2.51-3.00	3.01-3.25	3.26-3.50	3.51-3.75	3.76-3.99	4.00
		3.87	3.98	4.36	4.39	4.50	4.19
2.51-3.00	3.87	-	0.1091	0.4934	0.5224	0.6348*	0.3212
3.01-3.25	3.98		-	0.3843	0.4133*	0.5258*	0.2121
3.26-3.50	4.36			-	0.0290	0.1414	0.1772
3.51-3.75	4.39				-	0.1124	0.2012
3.76-3.99	4.50					-	0.3136*
4.00	4.19						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.01-3.25 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.51-3.99 และระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจมากกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน
เป็นรายคู่ จำแนกตามด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

บริการที่เป็น รูปธรรม	\bar{X}	2.51-3.00	3.01-3.25	3.26-3.50	3.51-3.75	3.76-3.99	4.00
		3.79	4.09	4.38	4.39	4.57	4.37
2.51-3.00	3.79	-	0.3000	0.5891*	0.6067*	0.7861*	0.5818*
3.01-3.25	4.09		-	0.2891	0.3067	0.4861*	0.2818
3.26-3.50	4.38			-	0.0175	0.1970*	0.0073
3.51-3.75	4.39				-	0.1794*	0.0248
3.76-3.99	4.57					-	0.2043
4.00	4.37						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)ระดับ ช่วงคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านบริการที่เป็นรูปธรรมน้อยกว่า ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.26-4.00 ระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.01-3.25, 3.26-3.50 และ 3.51-3.75 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านบริการที่เป็นรูปธรรมน้อยกว่าระดับช่วงคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามความคาดหวัง จำแนกตาม รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.890	0.222	0.710	0.586
ภายในกลุ่ม	295	92.471	0.313		
รวม	299	93.360			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.974	0.244	0.840	0.501
ภายในกลุ่ม	295	85.539	0.290		
รวม	299	86.513			
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.810	0.203	0.783	0.537
ภายในกลุ่ม	295	76.348	0.259		
รวม	299	77.158			
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	1.184	0.296	0.793	0.531
ภายในกลุ่ม	295	110.119	0.373		
รวม	299	111.303			
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.324	0.081	0.279	0.891
ภายในกลุ่ม	295	85.526	0.290		
รวม	299	85.850			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.684	0.171	0.727	0.574
ภายในกลุ่ม	295	69.368	0.235		
รวม	299	70.051			

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทั้งโดยรวมและรายได้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามเพศ

การรับรู้คุณภาพบริการ	เพศชาย		เพศหญิง		Sig	t	p
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.31	0.52	4.18	0.47	0.14	2.18*	0.02
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.20	0.47	4.04	0.43	0.16	2.94*	0.00
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	4.38	0.57	4.25	0.46	0.04	2.10*	0.03
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	4.40	0.55	4.34	0.47	0.11	0.88	0.37
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	4.28	0.48	4.28	0.41	0.12	0.01	0.98
รวม	4.31	0.44	4.22	0.37	0.10	1.88	0.60

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เพศชายมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร มากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ และด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามระดับชั้น

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	2	1.399	0.699	2.730	0.067
ภายในกลุ่ม	297	76.093	0.256		
รวม	299	77.492			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.554	0.277	1.266	0.284
ภายในกลุ่ม	297	64.995	0.219		
รวม	299	65.549			
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.182	0.091	0.309	0.734
ภายในกลุ่ม	297	87.589	0.295		
รวม	299	87.771			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.018	0.009	0.033	0.968
ภายในกลุ่ม	297	83.152	0.280		
รวม	299	83.170			
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.019	0.009	0.045	0.956
ภายในกลุ่ม	297	62.885	0.212		
รวม	299	62.904			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	2	0.151	0.076	0.416	0.660
ภายในกลุ่ม	297	54.021	0.182		
รวม	299	54.173			

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิตลิวทยาสุรณี (องค์การมหาชน) ที่มีระดับชั้นแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทั้งโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามคะแนนเฉลี่ย

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	5	1.794	0.359	1.394	0.226
ภายในกลุ่ม	294	75.698	0.257		
รวม	299	77.492			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	5	1.746	0.349	1.609	0.157
ภายในกลุ่ม	294	63.803	0.217		
รวม	299	65.549			
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	5	2.361	0.472	1.625	0.153
ภายในกลุ่ม	294	85.410	0.291		
รวม	299	87.771			

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	5	1.840	0.368	1.330	0.251
ภายในกลุ่ม	294	81.330	0.277		
รวม	299	83.170			
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	5	0.560	0.112	0.528	0.755
ภายในกลุ่ม	294	62.344	0.212		
รวม	299	62.904			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	5	1.291	0.258	1.436	0.211
ภายในกลุ่ม	294	52.881	0.180		
รวม	299	54.173			

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีระดับช่วงคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทั้ง โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณภาพบริการตามการรับรู้ จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.649	0.162	0.623	0.646
ภายในกลุ่ม	295	76.843	0.260		
รวม	299	77.492			
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.819	0.205	0.934	0.445
ภายในกลุ่ม	295	64.730	0.219		
รวม	299	65.549			

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพบริการ	df	SS	MS	F	Sig.
3. ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.238	0.060	0.201	0.938
ภายในกลุ่ม	295	87.533	0.297		
รวม	299	87.771			
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.465	0.116	0.415	0.798
ภายในกลุ่ม	295	82.705	0.280		
รวม	299	83.170			
5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.151	0.038	1.78	0.950
ภายในกลุ่ม	295	62.753	0.213		
รวม	299	62.904			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	4	0.256	0.064	0.350	0.844
ภายในกลุ่ม	295	53.917	0.183		
รวม	299	54.173			

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทั้ง โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 4.27 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n = 70)	ร้อยละ (100.0)
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	9	12.8
1.1 การจัดหลักสูตรของโรงเรียนในบางรายวิชาควรมีการปรับเปลี่ยน เช่น คณิตศาสตร์มีหน่วยกิตมาก แต่เนื้อหาน้อย	1	
1.2 การจัดหลักสูตรโดยภาพรวมของโรงเรียนมีการจัดหลักสูตรที่ให้ความรู้ พัฒนาและส่งเสริมได้อย่างดี เป็นที่น่าเชื่อถือ	2	
1.3 การจัดหลักสูตรไม่อำนวยความสะดวกแต่มุ่งความเป็นเลิศด้านวิชาการ รูปแบบการพัฒนาไม่เหมาะสม	1	
1.4 การจัดหลักสูตรควรให้ความรู้ในทุกวิชาเหนือกว่าโรงเรียนอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ควรจะเพิ่มตารางสอนเพื่อใช้สอบ O-NET และ A-NET	2	
1.5 การส่งเสริมให้นักเรียนเป็นนักวิจัยยังไม่มีส่งเสริมเท่าที่ควร	1	
1.6 การส่งเสริมให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ ควบคู่ไปกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมแล้ว	1	
1.7 ความน่าเชื่อถือควรจะมีการ โฆษณาและจุดมุ่งหมายความสำเร็จ บางส่วนให้แก่ประชาชน	1	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n =70)	ร้อยละ (100.0)
2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	17	24.2
2.1 มีความพร้อมในการให้คำปรึกษาได้ตลอดเวลาของครูที่ปรึกษา รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกคนให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่นักเรียน ได้ดีมาก	1	
2.2 ความรวดเร็วในการให้บริการยืม-คืนหนังสือ/สื่อการสอนของ เจ้าหน้าที่ที่ยังมีความล่าช้าในการทำงาน อาจเนื่องมาจากบุคลากร ในจุดบริการไม่เพียงพอ	1	
2.3 ระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สายไม่สามารถใช้งานได้เวลาอยู่ในหอพัก	3	
2.4 ความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในหอพักของ เจ้าหน้าที่ที่ค่อนข้างช้า	9	
2.5 ความชัดเจนในการสื่อสารเพื่อให้บริการของเจ้าหน้าที่บางคนไม่ค่อยรู้เรื่องและเข้าใจไม่ตรงกัน	1	
2.6 การตอบสนองต่อผู้รับบริการบางคนตอบสนองดีมาก แต่บางคน ตอบสนองแบบผ่านไป	1	
2.7 การตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ควรมีความรวดเร็วในการให้บริการให้มากกว่านี้	1	
3. ความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร	5	7.1
3.1 ความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอนบางคนสอน โดยไม่สนใจว่านักเรียนเข้าใจหรือตามทัน และครูผู้สอนบางคน ไม่มั่นใจในการสอน	3	
3.2 ความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอนควรพัฒนาทักษะ การสอนของครูผู้สอนในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ักเรียน	1	
3.3 ครูผู้สอนมีความรู้ในเรื่องที่สอนอย่างแท้จริง และมีความมั่นใจใน การสอนและถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักเรียน	1	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n =70)	ร้อยละ (100.0)
4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ	6	8.5
4.1 ความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่คัมภีร์ เมื่อมีปัญหา	1	
4.2 ที่ปรึกษาบางคนไม่มีความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของนักเรียน	1	
4.3 มีความเอาใจใส่ดูแลและเข้าใจนักเรียนเป็นรายบุคคลของครูที่ ปรึกษาเป็นอย่างดี	1	
4.4 ในแต่ละสัปดาห์ไม่ค่อยได้พบครูที่ปรึกษา	1	
4.5 ควรมีการให้ข้อมูลในการศึกษาต่อต่างประเทศให้มากขึ้น	1	
4.6 มีความเป็นกันเองในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	1	
5. บริการที่เป็นรูปธรรม	33	47.1
5.1 ความเพียงพอของจำนวนห้องเรียนยังมีอยู่จำกัด	1	
5.2 ความเพียงพอของแสงสว่างในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการไม่ เหมาะสมกับการเรียน	2	
5.3 ระบบการถ่ายเทอากาศ และลักษณะของโต๊ะ/เก้าอี้ในห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการไม่เหมาะสมกับการเรียน	2	
5.4 ความเพียงพอของหนังสือควรมีให้มากกว่านี้ หนังสือบางประเภท น้อยเกินไป บางประเภทมีมากเกินไปจนจำเป็น	2	
5.5 หนังสือในห้องสมุดยังไม่ทันสมัย และยังมีไม่ครบ ตัวอย่างเช่น ตำราทำอาหาร หนังสือดนตรี ดุดวง ฮวงจุ้ย สารานุกรม สงครามโลก ปฏิวัติอุตสาหกรรม ตำราภาษา เป็นต้น มีแต่ text book จนข้าม ความสนใจของหนังสืออ่านเล่น	1	
5.6 การอำนวยความสะดวกในการถ่ายเอกสารยังขาดความสะดวก	1	
5.7 ควรมีการบริการพิมพ์สีและเย็บเล่มที่นอกเหนือจากแบบกระดาษ	1	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	จำนวน (n=70)	ร้อยละ (100.0)
5.8	ควรมีการประเมินโครงการต่าง ๆ ในห้องสมุด เช่น โครงการ Book on Demand หากมีการประเมินจะพัฒนาได้ดีกว่านี้	1	
5.9	ความเหมาะสมในการใช้งานของอาคารเรียนและอาคารประกอบ หากต้องการให้นักเรียนเดินเรียน อาคารเรียนควรสูงสุดแค่ 4 ชั้น	1	
5.10	สถานที่หลาย ๆ สถานที่ยังไม่สะอาดพอทำให้เด็กสุขภาพไม่ดี	1	
5.11	การก่อสร้างในโรงเรียนไม่ควรทำให้ติดต่อกันเวลานาน ๆ เพราะทำให้นักเรียนสุขภาพไม่ดี เช่น เป็นโรคภูมิแพ้ หอบ-หืด เป็นต้น	1	
5.12	ระบบ Wireless ในหอพักไม่สามารถใช้งานได้เป็นระยะเวลา 1 ปีแล้ว ยังไม่ได้รับการซ่อมจนถึงปัจจุบัน	4	
5.13	หอพักหญิงมีโทรศัพท์เพียง 1 ชั้น ไม่เท่าเทียมกับหอพักชาย ซึ่งมีทุกชั้น	1	
5.14	ห้องพยาบาลยุ่งเยอะ	1	
5.15	ห้องพยาบาลควรมียาที่หลากหลายและมีมาตรฐานมากกว่านี้	1	
5.16	ความสะอาดของโรงอาหารยังไม่สะอาด และอากาศไม่ถ่ายเท	3	
5.17	ความสะอาดของภาชนะในโรงอาหารยังไม่สะอาด	1	
5.18	ความเพียงพอของที่นั่งรับประทานอาหารควรมีที่นั่งเพิ่มขึ้น	1	
5.19	ความสะอาดของน้ำดื่มในโรงเรียนยังไม่สะอาดเท่าที่ควร	1	
5.20	น้ำประปาที่ใช้ในห้องน้ำไม่เพียงพอ (บางครั้งน้ำไม่ไหล)	2	
5.21	ความสะอาดของห้องน้ำ-ห้องสุขาที่อาคารเรียนและโรงอาหารควรทำความสะอาดให้บ่อยมากขึ้น	4	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมมากที่สุดในด้านบริการที่เป็นรูปธรรม คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และน้อยที่สุดคือความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 7.1

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยจะนำเสนอผลสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

1.1.2 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

1.1.3 เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรคือนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 ปีการศึกษา 2551 จำนวน 724 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 258 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 จำนวน 87, 86 และ 85 คนตามลำดับ แต่เนื่องจากแต่ละระดับชั้นมี 10 ห้อง จึงกระจายการเก็บข้อมูลทั้ง 10 ห้อง ห้องละ 10 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การแจกแจงแบบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1.3 ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

1.3.1. ลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.7 คะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,000-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0

1.3.2 ระดับของคุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า ระดับของคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$) โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.45$) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X} = 4.40$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.36$) และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.35$) ตามลำดับ ส่วนระดับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เช่นเดียวกัน ยกเว้นด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการที่อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มากที่สุดคือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ($\bar{X} = 4.34$) ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ($\bar{X} = 4.28$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.27$) และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า

1) ด้านความน่าเชื่อถือ นักเรียนมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) โดยข้อที่มากที่สุดคือ การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ($\bar{X} = 4.60$) และนักเรียนมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) โดยข้อที่มากที่สุดคือการส่งเสริมให้นักเรียนทำประโยชน์และสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม ($\bar{X} = 4.56$)

2) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ นักเรียนมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) โดยข้อที่มากที่สุดคือ ความเร็วในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ($\bar{X} = 4.46$) และนักเรียนมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) โดยข้อที่มากที่สุดคือความรวดเร็วในการให้บริการยืม-คืนหนังสือ / สื่อการสอนของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.48$)

3) ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร นักเรียนมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47$) โดยข้อที่มากที่สุดคือความรู้ความสามารถทางวิชาการของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.60$) และนักเรียนมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) โดยข้อที่มากที่สุดคือการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพของครูผู้สอน ($\bar{X} = 4.55$)

4) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ นักเรียนมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) โดยข้อที่มากที่สุดคือความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.52$) และนักเรียนมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) โดยข้อที่มากที่สุดคือความเต็มใจในการให้คำปรึกษาของครูที่ปรึกษา ($\bar{X} = 4.56$)

5) ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม นักเรียนมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) โดยข้อที่มากที่สุดคือ ความเพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.55$) และนักเรียนมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) โดยข้อที่มากที่สุดคือ ความเหมาะสมของขนาดห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการกับจำนวนนักเรียน ($\bar{X} = 4.58$)

1.3.3 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังมีระดับสูงกว่าคุณภาพบริการตามการรับรู้ โดยพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งโดยรวมและรายด้านเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับค่าความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้รายด้าน พบว่า

1) ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่องการพัฒนาศักยภาพพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ($\bar{X} = 0.40$)

2) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในหอพักของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 1.10$)

3) ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่องความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 0.25$)

4) ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่องความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่ และความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือเมื่อนักเรียนมีปัญหาของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 0.12$)

5) ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่องความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในหอพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น ($\bar{X} = 0.45$)

1.3.4 ผลการเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ที่มีเพศ และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน ส่วนนักเรียนที่อยู่ในระดับชั้นและระดับคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือน้อยกว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนนักเรียนที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านความน่าเชื่อถือ โดยนักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ย 3.76-3.99 มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร และด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจมากกว่านักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 และ 3.01-3.15 และมากกว่านักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ย 2.51-3.75 ในด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

สำหรับการรับรู้คุณภาพบริการ พบว่า นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) เพศชายมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากรมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนนักเรียนที่อยู่ในระดับชั้น ระดับคะแนนเฉลี่ยและมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน

1.3.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมากที่สุดในด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

2. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทำให้ทราบข้อเท็จจริงที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 คุณภาพบริการตามความคาดหวังและคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

เมื่อพิจารณาคุณภาพบริการตามความคาดหวังของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า นักเรียนมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการมากที่สุดทุกด้าน โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร รองลงมาคือ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ ทำให้ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดด้วย ขณะที่การรับรู้ต่อคุณภาพบริการก็อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ รองลงมาคือด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ตามลำดับ อาจเป็นเพราะ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เป็น โรงเรียนวิทยาศาสตร์ของรัฐมีภารกิจหลักในการสรรหาและส่งเสริมนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทาง วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีให้ได้ พัฒนาความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ เพื่อมุ่งสู่การเป็น นักประดิษฐ์ นักคิดค้น นักวิจัยทาง วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีความสามารถสู่ระดับมาตรฐาน โลก นอกจากนี้ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ยังมุ่งเน้นให้นักเรียนเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม มีความเสียสละ รู้จักบำเพ็ญประโยชน์เพื่อชุมชนและสังคม โดยพัฒนานักเรียนให้มีคุณสมบัติอันพึงประสงค์ตามอุดมการณ์ และเป้าหมายของโรงเรียน นักเรียนจึงย่อมมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในระดับสูง และเมื่อโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ได้เปิดดำเนินการมาในรูปแบบขององค์การมหาชนมาตั้งแต่วันที่ 25 สิงหาคม 2543 ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐ มีรูปแบบการเรียนการสอนห้อง วิทยาศาสตร์ และบุคลากรผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทำงานให้โรงเรียนเต็มที่ ครูเป็นครูสาย วิทยาศาสตร์และอักษรศาสตร์ที่เรียนวิชาครูเพิ่มเติม มีเครื่องมือเครื่องมือ และนักเรียนทุกคนจะ ได้รับทุนการศึกษา มีหอพักได้รับการอบรมบ่มนิสัยตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อผลิตนักเรียนและสร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียนด้านวิชาการ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์จึงกลายเป็นแหล่งรวมของนักเรียน ชั้นนำของประเทศที่ล่งไหลเข้าไปเรียนด้วยความพร้อมทุก ๆ ด้าน ขณะที่การรับรู้ต่อคุณภาพ บริการก็อยู่ในระดับมากที่สุดอาจเป็นเพราะ โรงเรียนได้ดำเนินการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้น ความเข้มข้นของการเรียนการสอนด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนที่มีศักยภาพ สูงทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ มีหลักสูตร มีวิธีการเรียนการสอน มีสื่อและอุปกรณ์การเรียน

การสอนต่าง ๆ ที่ทันสมัย และ โรงเรียนสามารถจัดโปรแกรมการเรียนการสอนที่ตอบสนองความต้องการของนักเรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย อินทร์ฉาย (2549) พบว่า รูปแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอนาคต ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ควรจัดเป็นชั้นเรียนพิเศษ ในสถานศึกษาปกติ มีจำนวนนักเรียนต่อห้องประมาณ 24-30 คน การบริหารจัดการจะต้องครอบคลุมเกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญ 3 ส่วนคือ 1) การสรรหาและการคัดเลือก 2) การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพทางวิชาการ และ 3) การบริหารโครงการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผลในด้านที่มีความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุดได้ดังนี้

2.1.1 ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร ซึ่งมีความคาดหวังต่อ

คุณภาพบริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ดำเนินการบริหารจัดการเรียนการสอนนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษให้ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาหลักสูตรและสื่อที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากโรงเรียนมัธยมศึกษาปกติโดยทั่วไป นักเรียนจึงย่อมคาดหวังคุณภาพบริการในสมรรถนะของบุคลากรของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์อย่างมากในการส่งเสริมให้นักเรียนที่มีศักยภาพสูงทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ให้ซึมซับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์สามารถนำไปใช้ได้จริง บุคลากรต้องมีคุณภาพสูง สำเร็จการศึกษาดังตามสาขาที่สอนหรือการปฏิบัติงาน มีความเป็นนักวิชาการ เป็นมืออาชีพที่สามารถทำให้นักเรียนสามารถรู้เท่าทันกระแสของการเปลี่ยนแปลงของโลก มีการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณและสร้างสรรค์ ปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพ ตลอดจนความคาดหวังสำหรับสังคมว่า ครูต้องมีความสามารถในการจัดการเรียนการสอนโดยยึดนักเรียนเป็นสำคัญ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความทันสมัยและมีการพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศวิชาการอยู่ตลอด และพัฒนาความรู้และการจัดการเรียนการสอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ East (2001) พบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติที่ทำการศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ ณ La Trobe University (Bundoora Campus) ประเทศออสเตรเลีย มีความคาดหวังในมิติการให้ความมั่นใจ (Assurance) จากคณาจารย์ค่อนข้างสูง งานวิจัยของ รวิพร ภูเจริญไพศาล (2544) พบว่า นักศึกษามีความคาดหวังต่อทรัพยากรที่ใช้ในการให้บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ค่อนข้างสูงในเรื่องอาจารย์ระบบข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมพร ชุนพิลึก (2547) ซึ่งพบว่า ด้านบุคลากรของรูปแบบการจัดโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย ครูผู้สอน/อาจารย์ในสาขาวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ต้องมีวุฒิขั้นต่ำปริญญาโทและมีประสบการณ์อย่างน้อย 5 ปี ผ่านการทดสอบความรู้ความสามารถเฉพาะสาขาวิชาที่สอน ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติโดยคณะกรรมการบริหาร มีผลงาน

ด้านวิชาการ งานวิจัยหรือโครงการนำเสนออย่างน้อยปีละ 1 ชิ้นงาน มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี มีประสบการณ์ด้านการควบคุมการทำโครงการ/กิจกรรมวิชาการ

2.1.2 ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการมากที่สุด อาจเป็นเพราะนักเรียนของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ได้รับการดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือด้านการเรียนการสอน การขัดเกลาให้นักเรียนเติบโตตามศักยภาพของแต่ละคนที่เป็นพิเศษกว่าโรงเรียนปกติทั่วไปจากบุคลากรของโรงเรียนที่เป็นกันเอง อีกทั้งโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ยังเป็นโรงเรียนประจำ ซึ่งโรงเรียนจะต้องทำให้นักเรียนที่มีความสามารถพิเศษมีความร่าเริงสดใส สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีความรับผิดชอบและมีระเบียบวินัยในตัวเอง ฝึกนักเรียนเหล่านี้ให้เป็นผู้ใหญ่ เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม นักเรียนจึงมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจอยู่ในระดับสูง จึงเป็นกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ที่เน้นการบอกต่อแบบปากต่อปากเพราะการสร้างให้นักเรียนเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ จำเป็นต้องใช้เวลาและความเชื่อมั่นจากผู้ปกครองจะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับผู้ปกครองต่อไปซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิพร คุุเจริญไพศาล (2544) พบว่า การรับรู้ต่อทรัพยากรที่ใช้ในการให้บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัย เชียงใหม่อยู่ในระดับมาก เรื่อง อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ สุภาพ แต่งกายดีและดูเรียบร้อย

2.2 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) พบว่า คุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านเดียวที่ไม่แตกต่างกันคือ ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ โดยคุณภาพบริการตามความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคุณภาพบริการตามการรับรู้ อาจเป็นเพราะ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์เป็นโรงเรียนที่เปิดสอนสำหรับนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทางด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีโดยเฉพาะ ซึ่งจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพจนมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากสังคมจนอยู่ในอันดับแรก ๆ ที่นักเรียนต้องการเข้ามาเรียนมากที่สุดของประเทศ นักเรียนจึงย่อมมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในระดับสูง ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่โรงเรียนจะให้บริการได้ถึงระดับเดียวกับที่นักเรียนคาดหวังไว้ ทำให้มีโอกาสสูงที่นักเรียนจะมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการในระดับต่ำกว่าที่คาดหวังเมื่อผ่านการคัดเลือกเข้าเป็นนักเรียนของโรงเรียนแล้ว ดังนั้น เมื่อความคาดหวังต่อคุณภาพบริการมีค่ามากกว่าการรับรู้จริงจากการบริการที่ได้รับจริง ($ES > PS$) นักเรียน

จะไม่พอใจการบริการที่ได้รับและความไม่พอใจจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวิพร คุุเจริญไพศาล ที่พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าการรับรู้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายในด้านที่แตกต่างกันได้ดังนี้

2.2.1 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ซึ่งความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมากกว่าการรับรู้ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในห้องพักของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 1.10$) อาจเป็นเพราะรูปแบบการบริหารโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ในลักษณะ โรงเรียนประจำแยกเป็นหอพักชาย-หญิง เป็นห้องนอนแบบปรับอากาศทุกห้องนอน พักอาศัยห้องนอนละ 4-6 คน แต่ละชั้นจะมีห้องน้ำอาบน้ำ-ห้องส้วมแบบรวม มีห้องนั่งอ่านหนังสือ ดังนั้น หากมีอุปกรณ์ที่ชำรุดในอาคารหอพักนักเรียนจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการว่าโรงเรียนมีการจัดเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงประจำอาคารที่มีความรู้ความสามารถในการซ่อมบำรุงวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างทันที่ ตัวอย่างเช่น หลอดไฟไม่ติด ปลั๊กไฟชำรุด ฝักบัวอาบน้ำชำรุด ห้องน้ำตัน ตู้เสื้อผ้าชำรุด เครื่องปรับอากาศและพัดลมชำรุด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธินันท์ ผิวจ๋า (2548) ซึ่งพบว่าความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้รับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ การตอบสนองต่อผู้รับบริการอยู่ในระดับมากกว่าการรับรู้

2.2.2 ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ซึ่งความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมากกว่าการรับรู้ โดยมีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น ($\bar{X} = 0.45$) อาจเป็นเพราะรูปแบบการบริหารโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ในลักษณะ โรงเรียนประจำที่ให้การศึกษแก่นักเรียนตลอดเวลาที่อยู่ในโรงเรียน นักเรียนที่พักรักษาตัวอยู่ในโรงเรียน ย่อมมีเวลาว่างขณะที่อยู่ในโรงเรียน นักเรียนจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการด้านบริการที่เป็นรูปธรรมอยู่ในระดับสูงว่าจะต้องมีทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน เช่น เครื่องซักผ้า โทรทัศน์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและระบบฐานข้อมูลของโรงเรียน ความปลอดภัยที่พร้อมช่วยเหลือนักเรียนประจำตลอด 24 ชั่วโมง ระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) เป็นต้น และดูแลนักเรียนอย่างรอบด้าน นอกเหนือจากการให้ความรู้ ด้านสุขภาพ ด้านความเป็นอยู่และกิจกรรมประจำวัน ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ สมพร ขุนพิลึก (2547) พบว่า ด้านอาคารสถานที่ควรคำนึงถึงการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อมที่มีอาณาบริเวณและบรรยากาศที่ส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์และความคิดริเริ่มของผู้เรียนมีห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน มีอาคารหอสมุดที่มีเอกสารทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงระบบเครือข่ายและศูนย์การเรียนรู้ เพื่อการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีอาคารกีฬาและนันทนาการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและพลานามัย

2.2.3 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมากกว่าการรับรู้ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่อง การพัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ($\bar{X} = 0.40$) อาจเป็นเพราะโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์มีอุดมการณ์ที่เน้นการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนที่เข้มข้นทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างนักวิจัย นักประดิษฐ์คิดค้น นักเรียนจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการในกระบวนการพัฒนานักเรียนเป็นนักวิจัยนักประดิษฐ์คิดค้น ทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ที่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง 3 ชั้นปี ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สมพร ขุนพิลึก (2547) พบว่า ด้านวิชาการควรเน้นด้านวิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์เป็นหลัก ใช้หลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ แต่เพิ่มการปฏิบัติการในห้องทดลอง เพื่อเพิ่มทักษะกระบวนการทางการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์ ควรจัดกิจกรรมเสริมที่เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และคอมพิวเตอร์ การเรียนการสอนเน้นการวางพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์และเทคโนโลยีใน 1 สัปดาห์ ควรเป็นการเรียนทฤษฎี 4 วัน และการปฏิบัติการในห้องปฏิบัติการ 1 วัน

2.2.4 ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร (Assurance) ซึ่งความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) อยู่ในระดับมากกว่าการรับรู้ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุดในเรื่อง ความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 0.25$) อาจเป็นเพราะโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ดำเนินการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นความเข้มข้นของการเรียนการสอนด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ มีหลักสูตรที่มีมาตรฐานสูงเทียบเคียงโรงเรียนวิทยาศาสตร์ชั้นนำในต่างประเทศ นักเรียนย่อมมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของครูผู้สอนว่าต้องมีความรู้ความสามารถมีทักษะการคิดการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ได้อย่างดี มีความกระตือรือร้นสนใจเรียนรู้และแสวงหาประสบการณ์ใหม่เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ พรชัย อินทร์ฉาย (2549) พบว่า รูปแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มี

ความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอนาคต ครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษามีมาตรฐานสูง

2.3 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

การเปรียบเทียบคุณภาพบริการตามความคาดหวังกับคุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่านักเรียนที่มีระดับชั้นแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันในด้านความน่าเชื่อถือ และคะแนนเฉลี่ยแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันทุกด้าน ยกเว้น ด้านความน่าเชื่อถือ อาจเป็นเพราะ การศึกษาเป็นพื้นฐานที่ทำให้นักเรียนมีความคิดที่แตกต่างกัน สามารถพิจารณาเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างลึกซึ้งไม่เหมือนกันจึงทำให้เกิดความคาดหวังต่อคุณภาพบริการที่แตกต่างกัน แต่นักเรียนที่มีเพศ และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ เพศชายและเพศหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกันจึงมีความคาดหวังว่า โรงเรียนนอกจากจะเป็นสถานศึกษาที่จัดการเรียนการสอนให้ได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพแล้ว บุคลากรของโรงเรียนจะต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพที่ดีน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจได้ในการให้บริการแก่นักเรียน นอกจากนั้นแล้วสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะทำให้นักเรียนเกิดความพึงพอใจและประทับใจ ส่วนรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนเป็นตัวบ่งชี้ถึงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว นักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมากหรือน้อยก็มีความคาดหวังจะได้รับบริการทางการศึกษาของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณอย่างเต็มที่จากรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภคพล ภูมรานนท์ (2548) พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษา และเกรดเฉลี่ยสะสม มีผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ ภคพล ภูมรานนท์ (2548) พบว่า เพศ และรายได้รวมของครอบครัว มีผลให้เกิดความแตกต่างของระดับความคาดหวังคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร แต่ระดับชั้น คะแนนเฉลี่ย และ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ นักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมากหรือน้อยมีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการทางการศึกษาตามวัตถุประสงค์ พันธกิจ และอุดมการณ์ในการพัฒนานักเรียนของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภคพล ภูมรานนท์ (2548) พบว่า ระดับชั้นปีการศึกษา และเกรดเฉลี่ยสะสม มีผลทำให้เกิดความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพบริการในทุกปัจจัยกำหนดคุณภาพ

บริการ ในขณะที่เพศและอายุของนักศึกษาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างกันในด้านการให้ความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยขอเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการปฏิบัติงาน ควบคุม ปรับปรุง ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่นักเรียน เป็นรายด้าน 5 ด้าน โดยเรียงจากความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ดังนี้

3.1.1 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในห้องพักของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 1.10$) เช่นเดียวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตารางที่ 4.27 จำนวน 7 รายการ ในเรื่องความรวดเร็วในการแก้ไขซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุดในห้องพักของเจ้าหน้าที่ที่ค่อนข้างช้า โรงเรียนควรมีระบบการวางแผน การซ่อมบำรุงเชิงป้องกันเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ ซึ่งระบบการวางแผนการซ่อมบำรุงเชิงป้องกันนี้สามารถรองรับการใช้งานของนักเรียน สร้างระบบซ่อมบำรุงในรูปแบบของโปรแกรมประยุกต์ลักษณะเว็บ ทำให้การแจ้งซ่อมเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ถูกจำกัดด้วยเวลาและสถานที่ เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงสามารถตรวจสอบงานซ่อมบำรุงเชิงป้องกันที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างสะดวก และยังสามารถที่จะบันทึกผลการทำงานของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงผ่านระบบได้ หัวหน้าฝ่ายสามารถดูผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงได้

3.1.2 ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น ($\bar{X} = 0.45$) เช่นเดียวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตารางที่ 4.27 จำนวน 21 รายการ เรื่องระบบ Wireless ในห้องพักไม่สามารถใช้งานได้เป็นระยะเวลา 1 ปี และยังไม่ได้รับการซ่อมจนถึงปัจจุบัน โรงเรียนควรมีการวางแผน ตรวจสอบคุณภาพของสัญญาณและสถานะของอุปกรณ์เครือข่าย อันจะนำมาซึ่งการ

ใช้เครือข่ายไร้สายที่นักเรียนใช้ในการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.3 ด้านความน่าเชื่อถือ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องการพัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ($\bar{X} = 0.40$) เช่นเดียวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตารางที่ 4.27 จำนวน 9 รายการ ในเรื่องการจัดหลักสูตรและการส่งเสริมนักเรียนในด้านทำวิจัย การใช้ภาษาต่างประเทศควบคู่ไปกับวิทยาศาสตร์ โรงเรียนควรมีการพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษของนักเรียน โดยใช้สื่อสภาพเหมือนจริง เพื่อใช้เป็นกระบวนการวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน โดยจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลาย เพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และมีการพัฒนาทักษะการอ่านเพิ่มมากขึ้น

3.1.4 ด้านความมั่นใจในสมรรถนะของบุคลากร มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอน ($\bar{X} = 0.25$) เช่นเดียวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตารางที่ 4.27 จำนวน 3 รายการ ในเรื่องความสามารถและทักษะในการสอนของครูผู้สอนบางคนสอนโดยไม่สนใจว่านักเรียนเข้าใจหรือตามทัน และครูผู้สอนบางคนไม่มั่นใจในการสอน โรงเรียนควรอบรมกลวิธีต่าง ๆ ที่ใช้เสริมกระบวนการสอน ขั้นตอนการสอน วิธีการสอน หรือการดำเนินการทางการสอน เพื่อช่วยให้การสอนมีคุณภาพและประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถในการปฏิบัติการสอน ด้านต่าง ๆ อย่างชำนาญซึ่งครอบคลุมการวางแผนการเรียนการสอน การออกแบบการเรียนการสอน ระบบการสอน สื่อการสอน ประเมินผลการเรียนการสอน รวมทั้งการใช้ทฤษฎีและหลักการเรียนรู้และการสอนต่าง ๆ

3.1.5 ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ มีความแตกต่างระหว่างคุณภาพบริการที่คาดหวังกับคุณภาพบริการที่รับรู้มากที่สุด ในเรื่องความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของเจ้าหน้าที่ และความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือเมื่อนักเรียนมีปัญหาของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 0.12$) เช่นเดียวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ในตารางที่ 4.27 จำนวน 6 รายการ ในเรื่องที่ว่าที่ปรึกษาบางคนไม่มีความเต็มใจในการรับฟังปัญหาของนักเรียน โรงเรียนควรวางระบบการช่วยเหลือนักเรียน โดยมีครูที่ปรึกษาเป็นบุคลากรหลักในการปฏิบัติงาน ตัวอย่างเช่น การรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรองนักเรียน การส่งเสริมนักเรียน การป้องกันและแก้ไขปัญหา เป็นต้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากลักษณะของการบริการไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และนักเรียนผู้รับบริการก็จะมีรุ่นใหม่ๆเข้ามาทุกปีการศึกษา

3.2.2 ควรสำรวจความคาดหวังของนักเรียนก่อนที่จะเข้ารับการศึกษา เพื่อโรงเรียนจะได้รับทราบข้อมูลสำคัญตามที่นักเรียนได้คาดหวัง เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มคุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพ

3.2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เช่น ความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ปัญหา/อุปสรรคในการปฏิบัติงาน เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของโรงเรียน

3.2.4 ควรมีการศึกษาวิจัยการรับรู้ถึงความคาดหวังของนักเรียนในส่วนเจ้าหน้าที่ให้บริการว่านักเรียนมีความคาดหวังในบริการอย่างไร และเจ้าหน้าที่รับรู้ถึงความคาดหวังของนักเรียนอย่างไร นำผลการศึกษาวิจัยมาปรับปรุงทัศนคติของเจ้าหน้าที่ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการให้บริการ

3.2.5 ผู้ที่จะทำการศึกษาในครั้งต่อไปอาจใช้เครื่องมือ SERVQUAL ร่วมกับเครื่องมือวัดคุณภาพอื่น ๆ เช่น แบบรายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา หรือประยุกต์ใช้กับมาตรฐานโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ด้านต่าง ๆ เกณฑ์ 6 มาตรฐาน 111 ตัวบ่งชี้ ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2545) *วิเคราะห์พระราชบัญญัติการศึกษาจากมุมมองทางเศรษฐศาสตร์*
กรุงเทพมหานคร ข้าวฟ้าง.
- เกรียงศักดิ์ นาราศรี (2548) “คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยโรคความดัน
โลหิตสูงที่มารับบริการในศูนย์สุขภาพชุมชน ในเครือข่ายโรงพยาบาลสมเด็จพระ
ยุพราชหล่มเก่า อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์” วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธาณสุข
ศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คริสโตเฟอร์ เอช เลฟลือค และ ลอเรน ไรท์ *การตลาดบริการ* แปลจาก Principles of Service
Marketing and Management พิมพ์ครั้งที่ 4 โดย ออคูลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2546)
กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- ค็อกเลอร์,ฟิลลิป *การจัดการการตลาดบริการ* แปลจาก Marketing Management พิมพ์ครั้งที่ 8
โดย อุไรวรรณ เข้มนิยม และคณะ (2547) กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น. กรุ๊ป
- จอร์จ เควก *บริการด้วยใจที่ไม่ธรรมดา* แปลจาก Service Unusual พิมพ์ครั้งที่ 4
โดย สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2548) กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551) *จิตวิทยาบริการ (Service Psychology)* กรุงเทพมหานคร
วี.พรีนท์ (1991)
- จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2537) “คุณภาพของการบริการทางการแพทย์กับแนวคิดทางการตลาด”
จุฬาลงกรณ์เวชสาร
- ฉัตรยาพร เสมอใจ (2547) *การจัดการและการตลาดบริการ (Service Marketing and
Management)* กรุงเทพมหานคร บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด
- ชัยฤกษ์ จุฑากิตติ (2548) “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้รับบริการภายหลังการ
ได้รับการรับรองคุณภาพ ในโรงพยาบาลศูนย์ต้ง” การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ/แขนงวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) *การตลาดบริการ (Services Marketing)* พิมพ์ครั้งที่ 9
กรุงเทพมหานคร ส.เอเชียเพรส (1989)
- ชูชาติ วีระเศรณี (2542) *ISO 9000 สำหรับนักบริหารมืออาชีพ* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดดูเคชั่น

- ณธษา เดือนฤๅษั (2549) “คุณภาพการบริการที่คาดหวังและที่รับรู้ของลูกค้าบริษัท ก ประกันชีวิต จำกัด สาขาอุดรธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2551) *พฤติกรรมองค์กร (Organizational Behaviors)* กรุงเทพมหานคร ซีเอ็ดยูเคชั่น
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2544) *พฤติกรรมองค์กร* กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวัฒน์ วณิชวัฒนะ (2546) “การศึกษาความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ป่วยประกันสังคม ประเภทผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริรินทร์” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ธานีรินทร์ ศิลปจารุ (2550) *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* กรุงเทพมหานคร วี.อินเตอร์ พรีนซ์
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549) *การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing : Concepts and Strategies)* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร แอดทีฟ พรีนซ์
- นฤมล สุ่มสวัสดิ์ (2549) *การบริหารอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry Management)* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์วันทิพย์.
- นันทวัน เหลี่ยมปรีชา (2538) “คุณภาพของการบริการ” *วารสารกรมบัญชีกลาง* 36, 3 : 24-29
- นิติพล ภูตะโชติ (2549) *การบริหารการขาย (Sales Management)* กรุงเทพมหานคร ส.เอเชียเพรส (1989)
- บัญญัติ กาญจนวณิชย์กุล (2550, 5-9 ตุลาคม) “การแข่งขันและโอกาสของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทย” *สยามธุรกิจ* : 38
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2550) “แนวคิดเกี่ยวกับบริการ” ใน *เอกสารการสอนประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผนและควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 8 หน้า 196 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ประเทือง สูงสุวรรณ (2534) “การศึกษาการรับรู้และความคาดหวังของครูต่อสภาพแวดล้อมโรงเรียนเอกชนในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังแวดล้อม บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- ประภาวดี สืบสนธิ์ (2546) “คุณภาพการบริการในสถาบันบริการสารสนเทศอุดมศึกษา” สารนิพนธ์ปริญญาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2548) “การตลาดบริการ : คุณภาพการบริการมุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย* 25,1 (มกราคม-เมษายน 2548) : 42-43.
- ปัทมิกา วนากมล (2545) “คุณภาพบริการของโรงพยาบาลค่ายธนรัชต์ตามการรับรู้ของผู้รับบริการ” *วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- พรชัย อินทร์ฉาย (2549) “รูปแบบการบริหารงานการพัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในอนาคต” *คุณวุฒิพนธ์ปริญญาการศึกษาคุณวุฒิปบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา*
- พจนอร โสคติทัต (2551) “การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการศูนย์บริการดูแลทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร Autoglym ในกรุงเทพมหานคร” *สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*
- พิภพ อุดร (2547) *สามประสานเพื่อบริการเป็นเลิศ* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์เวลาดี
- เพ็ญศิริ จันทนะโสทธิ (2548) “ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อคุณภาพบริการของสหกรณ์เครดิตยูเนียนในประเทศไทย” *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*
- ไพโรพนา ศรีเสน (2544) “ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล” *ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*
- ภคพล ภูมรานนท์ (2548) “การศึกษาเชิงประจักษ์การส่งมอบคุณภาพบริการระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ผลลัพธ์การบริการของนักศึกษาในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- มนูญ ศรีวิรัตน์ และนัยนา บัวเขียว (2546) “คุณภาพการบริการ (Service Quality) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” *รายงานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.*
- มหิตลวิทยานุสรณ์, โรงเรียน (2544) “รายงานประจำปี พ.ศ. 2543 (25 ส.ค.-30 ก.ย. 2543) และ 2544” กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์คุรุสภา ฝ่ายอำนวยการ

- มหิดลวิทยานุสรณ์, โรงเรียน (2549) “รายงานประจำปี พ.ศ. 2549 (ตุลาคม 2548-30 กันยายน 2549) กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์คุรุสภา ฝ่ายอำนวยการ
- มัทนา สานติวัตร (2551, 10-13 มกราคม) “ธุรกิจการศึกษาโตสวนกระแส มหาวิทยาลัยหัวแถว แหล่งทุนผุดอภิมหาโปรเจกต์ 51” ประชาชาติธุรกิจ หน้า 31
- เมธินันท์ ผิวขำ (2548) “คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการที่ศูนย์สุขภาพชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริการสุขภาพ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- รวีพร ภูเจริญไพศาล (2544) รายงานการวิจัยเรื่องความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อทรัพยากรที่ใช้ในการให้บริการการศึกษาของมหาวิทยาลัย. ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2548) พฤติกรรมองค์การแบบทดสอบและการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมองค์การ กรุงเทพมหานคร ธรรมสาร
- รัชนีวรรณ ปานบุตร (2546) “การศึกษาคุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ป่วยโรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ราณี อธิชัยกุล (2549) “การจูงใจและการติดต่อสื่อสารในองค์กร” ใน เอกสารการสอนประมวลสาระชุดวิชา การจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์” หน่วยที่ 5 หน้า 296 นนทบุรี.
- วัลลภ เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2551, 23 พฤษภาคม) “ธุรกิจการศึกษา” ผู้จัดการรายวัน หน้า 39
- วิชาภา หนูเล็ก (2547) “สถานการณ์การบริหารจัดการ และคุณภาพบริการของศูนย์มะเร็งมหาบัณฑิต สาขาบริหารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- วิลาสิณีย์ จำปาตะ (2551) “ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิษณุ บุญมาร์ตัน (2551, 29 พฤษภาคม) “ลู่หมักกับธุรกิจราชภัฏ” โลกวันนี้ หน้า 4
- _____ (2551, 30 มีนาคม) “เมื่อระบบธุรกิจเข้าสู่ระบบการศึกษา ผลที่ตามมาคืออะไร” มติชน หน้า 5
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) คุณภาพในงานบริการ กรุงเทพมหานคร สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2541) “การวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของห้างสรรพสินค้ารายงาน โดยใช้เครื่องมือประเมินคุณภาพ SERVQUAL” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- _____.(2549) *การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing)* กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น.กรุ๊ป
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพมหานคร วิสิทธิ์พัฒนา
- _____.(2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร ชรรมสาร
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2550) “รายงานการวิจัย เรื่อง รูปแบบการ พัฒนาและส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบชั้น เรียนพิเศษระดับมัธยมศึกษาตอนปลายตามแนวทางของสถาบันส่งเสริมการสอน วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี” จัดทำโดย สาขา พสวท. และ สควค. สถาบันส่งเสริมการ สอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- สมพร ขุนพิลึก (2547) “รูปแบบการจัดโรงเรียนสำหรับเด็กที่มีความสามารถพิเศษด้าน วิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย” ปรินญาการศึกษาคุณูปการบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) *เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ (The Secret of Service Marketing)* กรุงเทพมหานคร พี ซี พรินท์เทค
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2551) *การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง (Marketing for Specific Service&Business)* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร ธนาเพรส
- สุภกิจ ศรีทองเกิด (2543) “ปัญหาการปรับตัวของนักเรียนประจำที่มีความสามารถพิเศษด้าน คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสมเด็จพระปิย มหาราชมณีนีเขต อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี”วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคม ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนง สุวรรณบัณฑิตและภาสกร อดุลพัฒน์กิจ (2550) *จิตวิทยาบริการ (Service Psychology)* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์อดุลพัฒน์กิจ
- อานนต์ อุดมภาคย์ (2551) “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการสินค้าของธนาคารกรุงศรี ออยุธยา จำกัด (มหาชน) ภาคนครหลวง 8” สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาวิชา การตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- Assael, Henry. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. Cincinnati, Ho : International Thompson Publishing
- Bitner, M., Faranda, W., Hubbert, A., and Zeithaml, V. (1997). "Customer Contributions and Roles in Service Delivery". *International Journal of Service Industry Management*, 8(3), 193-205.
- Boyt, Thoma Eugene. (1994). "A Study of Consumer Perception of Service Quality Based on Price, Outcome, and Information," Dissertation The University of Oklahoma.
- Brown, S.W., (1991). *Service Quality : Multidiscipli and Multinational Perspective*. Massachusetts : Lexington Books.
- Chistopher ,H.Lock, Sanda Vandermerwe, Barbara Lewis. (1996). *A Study of Customer expectations and perceptions of The Service Quality Handboo (with contributions from 57 international experts)*. Newyork : Amacom.
- Christopher, H., Patterson, Paul G. and Walker, Rhett H. (1998). *Services Marketing- Australis and New Zealand*. Sydney : Prentice Hall Australia.
- Clay, R. (1988). *Chambers English Dictionary* London : Bunny Soffolk.
- Collier, D.A. (1991) Evaluation marketing and operation service quality information. in Brown, S.W. "Service Quality". Washington D.C.: Lexington Books.
- Collins, Cobuild. (1997). *Collins Cobuild English Dictionary England* : Harper Collinsd Publishers.
- East, J. (2001). *Student as customers : International student perception of educational services as La Trobe University*. La Trobe University Unpublished Masters Thesis, University of New England Armidale, NSW2351, Australia
- Fitzsimmons, James A. & Fitzsimmons, Mona J. (2004) *Service Management Operations, Strategy, Information Technology*. 4th ed. Boston. Mcgraw-Hill.
- Fitzsimmons, James A. & Fitzsimmons, Mona J. (2006) *Service Management Operations, Strategy, Information Technology*. 5th ed. Singapore. McGRAW-HILL INTERNATIONAL.
- Folkerts, Jean. (1994). *Team Playess and Teamwork : The New Competitive Business Strategy*. San Francisco, Cliffs. : Jossey-Bass.
- Folkerts, Jean. (1994). *Team Playess and Teamwork : The New Competitive Business Strategy*. San Francisco, Cliffs. : Jossey-Bass.
- Gronroos, Christian. (1990). *Service Quality The Six Criteria of Good Service*. Quality Review of Business New York : St. John's University Press : No.3.
- _____. (1990). *Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service Quality*. Stockholm University, Sweden.
- Heizer, Jay and Barry Render. (1999). *Production and Operation Management*. 5th ed. Prentice Hall.
- Hill, F. (1995). "Managing service quality in higher education : The role of the student as primary consumer", *Quality Assurance in Education*, 3(3), 10-21.
- Johnson, Lyth. (1991). *Team-Based Organization : Developing a Successful Environment*. Homewood Ilkinois : Areata Graphics Kingsport.

- Knight, Delores Kay. (1996). "Service Quality and The Small Apparel Specialty Store : Perceptions of Female Customers," Dissertation University of North Texas.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control* 9th ed. Englewood cliffs: Prentice-Hall
- _____. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (1983) Classifying services to gain strategic marketing insights. *Journal of marketing*, 47(3), 9-20
- Lovelock, Christopher H. (1996) *Service marketing*. 2nd ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Lovelock, Christopher H. and Wright, Luran. (2002). *Principles of Service Marketing and Management* 2nd ed. New Jersey : Pearson Education..
- Maasdorp DeV (2002) Research on The Service Quality of Nursery Schools in The Metropolitan Area of TSHAWE Retrieved November 13,2004 from <http://www.up.ac.za>
- Nitecki A. Danuta, Associate University, Yale University Library (1997) SERVQUAL: Measuring Service Quality in Academic Libraries Washington, DC USA. Retrieved November 13,2004 , for <http://www.arl.org/newsltr/I91/serqual.html>
- Oliver, R.L. (1980) "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decision" *Journal of Marketing Research*. 17 : 243-253.
- Parasuraman, A., Zeithamal, Valarie A. & Leonard, Berry L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketion*.
- _____. (1986). SERVQUAL : A Multiple litem Scale for Measuring customer perceptions of service quality. Marketing Science Institute, Working Paper Report No.86-108.
- _____. (1988). SERVQUAL : A Multiple litem Scale for Measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing* 64 : 12-40
- _____. (1989). SERVQUAL : A Multiple litem Scale for Measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Marketing* 64 (Spring) : 129-133
- _____. (1990). *Delivering quality service balancing customer perceptions and expectations*. New York : A Division of Macmilan, Inc.
- _____. (1991). *Marketing Research*, New York : Addison-Wesley Publishing Co., Inc.
- Tenner, A.R. and DeToro, L.J. (1992). *Total Quality Management : Three step to continuous improvement*. Reading, M.A : Addison-Wesley.
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. (1991) *Consumer behavior*. 4th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- _____. (1994) *Consumer behavior*. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Smith, R. and Huston, M., Berry, L.L. Shostack, G.L. & Upah, G., eds., (1993) "Script-Based Evaluation of Satisfisdaton with Service" , *Emerging Perspectives on Service Marketing*. Chicago : American Marketing Association.
- Starnatis, D.H. (1996). *Total Quality Service3 : Principle, Principle and Implemention*. F.L. : St.Lucie Press.
- Statt, David A. (1997). *Understanding the Consumer*. Antony Rowe Ltd. : Chippenham Wiltshire.

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

ชื่อ	นายสุชิน ทำมาหากิน
วุฒิการศึกษา	กศ.บ.คณิตศาสตร์ วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร น.บ.นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พบ.ม.สถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ตำแหน่ง	รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
ชื่อ	นายประดิษฐ์ นวลจันทร์
วุฒิการศึกษา	กศ.บ.ฟิสิกส์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร น.บ.นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ศษ.ม.หลักสูตรการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ตำแหน่ง	รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
ชื่อ	ดร. พรเลิศ อ่วมพ่วง
วุฒิการศึกษา	B.Ed. (English and Mathematics) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ M.Ed. (Higher Education) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Ph.D. (Educational Policy and Management) University of Oregon ประเทศสหรัฐอเมริกา
ตำแหน่ง	ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ โครงการบริการวิชาการ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์
(องค์การมหาชน)

เรียน นักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)

ด้วยผู้วิจัยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท แผนกวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ได้จัดทำแบบสอบถามประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ “คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)” ซึ่งการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรดังกล่าว ในการนี้ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดกรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความเป็นจริงมากที่สุด โดยคำตอบหรือความคิดเห็นของท่านจะถือเป็นความลับ มิเปิดเผยแก่บุคคลใดทั้งสิ้น และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

แบบสอบถามฉบับนี้มี 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ตอนที่ 2 คุณภาพบริการตามคาดหวังและการรับรู้จริงของนักเรียน โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์(องค์การมหาชน)
 ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. ระดับชั้น

- 1) มัธยมศึกษาปีที่ 4 2) มัธยมศึกษาปีที่ 5 3) มัธยมศึกษาปีที่ 6

3. ระดับผลการเรียนเฉลี่ย

- 1) 2.51-3.00 2) 3.01-3.25 3) 3.26-3.50
 4) 3.51-3.75 5) 3.76-3.99 6) 4.00

4. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 30,000 บาท 2) 30,001-50,000 บาท 3) 50,001-70,000 บาท
 4) 70,001-100,000 บาท 5) มากกว่า 100,000 บาท

ตอนที่ 2 คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยา-
นุสรณ์ (องค์การมหาชน)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคาดหวังต่อบริการที่จะได้รับจากโรงเรียนมหิดล-
วิทยานุสรณ์ก่อน แล้วจึงทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการรับรู้ในบริการที่ได้รับจริงจาก
โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์ 5
ระดับคะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับความคาดหวัง	ระดับการรับรู้
5	คาดหวังมากที่สุด	รับรู้มากที่สุด
4	คาดหวังมาก	รับรู้มาก
3	คาดหวังปานกลาง	รับรู้ปานกลาง
2	คาดหวังน้อย	รู้น้อย
1	คาดหวังน้อยที่สุด	รู้น้อยที่สุด

ระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ คือ ระดับการบริการที่นักเรียนคาดคะเนก่อนได้รับบริการว่าเป็นอย่างไร

ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ คือ ระดับการบริการที่นักเรียนประเมินได้หลังได้รับบริการแล้วว่าเป็นอย่างไร

ตัวอย่าง

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.1 การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์	✓						✓			

จากตัวอย่าง หมายถึง นักเรียนมีความคาดหวังก่อนรับบริการในเรื่องการจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้าน
คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์มากที่สุด และนักเรียนมีการรับรู้หลังรับบริการในเรื่องการจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็น
เลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ในระดับมาก

คุณภาพบริการ		ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความน่าเชื่อถือ											
1.1	การจัดหลักสูตรที่มุ่งความเป็นเลิศด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์										
1.2	การพัฒนาความสามารถพิเศษด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ของนักเรียน										
1.3	การส่งเสริมให้นักเรียนเป็นนักวิจัยและนักประดิษฐ์คิดค้นด้านวิทยาศาสตร์										
1.4	การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้ตามหลักสูตรที่กำหนด										
1.5	การสอนที่เน้นการปฏิบัติ ทดลองจริงในห้องเรียนและนอกห้องเรียน										
1.6	การเปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน										
1.7	การส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์										
1.8	การส่งเสริมให้นักเรียนมีนิสัยรักการอ่านและการค้นคว้า										
1.9	การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ										
1.10	การพัฒนานักเรียนให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ										
1.11	การส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมและจริยธรรม										
1.12	การส่งเสริมให้นักเรียนทำประโยชน์และสร้างสิ่งที่ดีให้แก่สังคม										
1.13	การส่งเสริมให้นักเรียนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม										
1.14	การส่งเสริมให้นักเรียนมีเจตคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมโลก										
1.15	การพัฒนาบุคลิกภาพและความเป็นผู้นำแก่นักเรียน										
1.16	การให้ความรู้และทักษะแก่นักเรียนในการดูแลสุขภาพอนามัย										

คุณภาพบริการ		ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. บริการที่เป็นรูปธรรม											
5.1	ความเพียงพอของจำนวนห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ										
5.2	ความเหมาะสมของขนาดห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ กับจำนวนนักเรียน										
5.3	ความเพียงพอและทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ ในห้องเรียน/ห้องปฏิบัติการ										
5.4	ความเพียงพอของแสงสว่างในห้องเรียน/ ห้องปฏิบัติการ										
5.5	การมีระบบการถ่ายเทอากาศที่ดีของห้องเรียน / ห้องปฏิบัติการ										
5.6	ความทันสมัยและเพียงพอของหนังสือ / สื่อการ สอนสำหรับการค้นคว้าในห้องสมุด										
5.7	ความเพียงพอของจำนวนที่นั่งอ่านหนังสือใน ห้องสมุด										
5.8	ความทันสมัยและเพียงพอของระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ										
5.9	ความเหมาะสมในการใช้งานของอาคารเรียน และอาคารประกอบ										
5.10	ความสะดวกและปลอดภัยของทางเดินระหว่าง อาคารเรียนและอาคารประกอบ										
5.11	ความชัดเจนของแผนผัง เครื่องหมาย หรือป้ายบอก ทางเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายในโรงเรียน										
5.12	ความสะอาดร่มรื่นของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ										
5.13	ความทันสมัยและเพียงพอของสถานที่/อุปกรณ์ออก กำลังกาย										
5.14	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในหอพัก เช่น เครื่องซักผ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ระบบ Wireless เป็นต้น										
5.15	ความพร้อมของอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในหอพัก										

คุณภาพบริการ	ระดับความคาดหวัง					ระดับการรับรู้				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. บริการที่เป็นรูปธรรม										
5.16 ความมั่นคงปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย (CCTV)										
5.17 ความสะอาดของห้องพยาบาล										
5.18 ความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ เคียงนอน ยาและเวชภัณฑ์ในห้องพยาบาล										
5.19 ความสะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัยของโรงอาหาร										
5.20 ความเพียงพอของที่นั่งรับประทานอาหาร										
5.21 ความสะอาดและเพียงพอของน้ำดื่ม-น้ำใช้										
5.22 ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ-ห้องสุขา										

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ด้านความน่าเชื่อถือ

2. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

3. ด้านความมั่นใจ

4. ด้านความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ

5. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม

6. ด้านอื่น ๆ

ผู้วิจัยขอพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวจิรนนท์ เกรียงธีรศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด	2 มีนาคม 2521
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พ.ศ. 2543
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ (องค์การมหาชน)
ตำแหน่ง	ผู้อำนวยการ ปฏิบัติงานหัวหน้างานพัสดุ