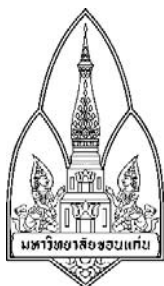




การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง
ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

นายเปี่ยมศักดิ์ หาญสุริย์
บุคลากร ระดับปฏิบัติการ
งานกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล กองทรัพยากรบุคคล
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มิถุนายน 2562



การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง
ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

นายเปี่ยมศักดิ์ หาญสุริย์
บุคลากร ระดับปฏิบัติการ
งานกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล กองทรัพยากรบุคคล
สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มิถุนายน 2562

คำนำ

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น เล่มนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อต้องการทราบทัศนคติของผู้รับบริการที่มาติดต่อขอรับบริการออกบัตรประจำตัวบุคลากร และออกหนังสือรับรองบุคลากร ณ ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล (One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในเรื่องของการให้บริการของเจ้าหน้าที่ กระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติของผู้รับบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการกองทรัพยากรบุคคล หัวหน้างานสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ หัวหน้างานกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล และคุณอุ้นเรือน มงคลชัย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะ มา ณ โอกาสนี้ด้วย

เปี่ยมศักดิ์ หาญสุริย์

มิถุนายน 2562

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญ	1
2. วัตถุประสงค์	2
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
4. ขอบเขตของการวิจัย	2
5. คำจำกัดความ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
1. บริบทของมหาวิทยาลัยขอนแก่น	4
2. บริบทของกองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยขอนแก่น	8
3. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ	10
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	14
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิเคราะห์	22
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์	23
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
4. การวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิเคราะห์	25
1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	25
2. ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ	28
3. ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	31
1. สรุปผลการวิเคราะห์	31
2. ข้อเสนอแนะ	32
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	35
ภาคผนวก ก แบบสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น	36

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงสถิติการออกบัตรประจำตัวบุคลากร และออกหนังสือรับรองบุคลากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น เดือน มกราคม 2561 – ธันวาคม 2561	22
ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	25
ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	25
ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะ และหน่วยงาน	26
ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ ที่มารับบริการ	27
ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ ของผู้ขอรับบริการ	27
ตารางที่ 7 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	28
ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านกระบวนการขั้นตอน ในการให้บริการ	28
ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	29
ตารางที่ 10 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคำตอบ	30

จ

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 องค์ประกอบของทัศนคติ

11

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้รับการยอมรับจากสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรระหว่างประเทศ ตลอดจนมีผลการจัดอันดับของมหาวิทยาลัยอยู่ในลำดับที่สูง คือ อันดับ 1 ใน 80 ของเอเชีย และ อันดับ 1 ใน 400 ของโลก เมื่อพิจารณาจากผลงานทางด้านการผลิตบัณฑิต คุณภาพงานวิจัย ความเป็นนานาชาติ และความมีชื่อเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่นจึงได้กำหนด “วิสัยทัศน์” ของมหาวิทยาลัยที่มุ่งการนำมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” ดังนั้น ในส่วนของวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยจึงรวมถึงการเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการบริหารจัดการที่ดีด้วย โดยมหาวิทยาลัยที่มีการบริหารจัดการที่ดีนั้น หมายถึงมหาวิทยาลัยที่บริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาลทั้งทางด้านนิติธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ ความคุ้มค่า มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะของบุคลากร กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ(กองแผนงาน, 2558)

นอกจากวิสัยทัศน์ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการแล้ว มหาวิทยาลัยได้กำหนด “พันธกิจ” ของมหาวิทยาลัย 5 ด้าน คือ 1.ด้านการบริหารจัดการ 2.ด้านการผลิตบัณฑิต 3.ด้านการวิจัย 4.ด้านการบริการวิชาการ และ 5.ด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะพันธกิจด้านการบริหารจัดการ มีความต้องการปฏิรูประบบการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะสูงและมีความสุขเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยไปสู่เป้าหมาย เห็นได้ชัดว่าการที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นนั้นที่มุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือการบริหารจัดการ “ทรัพยากรบุคคล”

กองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคล วิเคราะห์เพื่อจัดทำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลให้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยให้สำเร็จตามเป้าหมาย นโยบายหรือแผนงานของมหาวิทยาลัยจัดทำระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล และการระดมทุน กฎหมายให้สนับสนุนการบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารจัดการความรู้ที่มุ่งสู่เป้าหมายความสำเร็จของมหาวิทยาลัย การให้บริการบุคลากร การสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การส่งเสริม สร้างความเข้าใจและดำเนินการทางวินัยของบุคลากร การส่งเสริมจรรยาบรรณของบุคลากร การจัดทำทะเบียนประวัติและระบบสารสนเทศบุคลากร และปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย(มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2561)

จะเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบล้วนแต่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ กองทรัพยากรบุคคลจึงได้จัดตั้งส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขึ้นที่ชั้น 1 สำนักงานอธิการบดี อาคารสิริคุณากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่ออำนวยความสะดวกขอให้บริการสำหรับบุคลากร โดยให้บริการในการออกบัตรประจำตัวบุคลากร การออกหนังสือรับรองบุคลากร และการออกหนังสือรับรองผ่านสิทธิกู้เงินสวัสดิการธนาคารอาคารสงเคราะห์

ด้วยกองทรัพยากรบุคคลต้องการพัฒนาการให้บริการเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุดจึงจำเป็นต้องมีการสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. เพื่อนำผลการวิเคราะห์และการประเมินผลของการให้บริการมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อไป

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อดูจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อดูจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการต่อไป

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1. กลุ่มเป้าหมาย

- บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.2 สถานที่ทำการศึกษา

- จุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.3 ระยะเวลาการศึกษา

- ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม 2561 – ธันวาคม 2561
- ทำการสรุปผล และจัดทำรายงาน ระหว่างเดือนมกราคม 2562 – มิถุนายน 2562

5. คำจำกัดความ

ทัศนคติของผู้รับบริการ	หมายความว่า	ความรู้สึกของผู้มาติดต่อขอใช้บริการที่มีต่อ จุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล (One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
บัตร	หมายความว่า	บัตรประจำตัวบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น
บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น	หมายความว่า	ข้าราชการ ข้าราชการผู้รับบำเหน็จบำนาญ ลูกจ้างประจำ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานหน่วยงานในกำกับ พนักงานราชการ สังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย
หนังสือรับรอง	หมายความว่า	หนังสือรับรองบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น หนังสือรับรองผ่านสิทธิกู้เงินสวัสดิการธนาคาร อาคารสงเคราะห์

บทที่ 2

เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกอง
ทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้สำรวจได้ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 1.บริบทของมหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 2.บริบทของกองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 3.แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ
- 4.แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.บริบทของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.1 วิสัยทัศน์(Vision)

กองแผนงาน (2558)“มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก”หมายรวมถึง การที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ได้รับการยอมรับจากสถาบันอุดมศึกษาและองค์กรระหว่างประเทศ ตลอดจนมีผลการจัดอันดับของมหาวิทยาลัย
อยู่ในลำดับที่สูง คือ อันดับ 1 ใน 80 ของเอเชีย และ อันดับ 1 ใน 400 ของโลก เมื่อพิจารณาจากผลงาน
ทางด้านการผลิตบัณฑิต คุณภาพงานวิจัย ความเป็นนานาชาติ และความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้
จากการจัดอันดับจากองค์กรประเมินคุณภาพทั้งภายในประเทศและนานาชาติ

มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นองค์กรทางด้านการศึกษามีหน้าที่ในการผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพ
เพื่อการพัฒนาประเทศ ในขณะเดียวกันก็เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและสังคมด้วย ดังนั้น ในส่วนของวิสัยทัศน์
ของมหาวิทยาลัยจึงรวมถึงการพัฒนาตนเองให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำ
มหาวิทยาลัยที่มีการบริหารจัดการที่ดี มหาวิทยาลัยคุณภาพ มหาวิทยาลัยของชุมชนด้วย

มหาวิทยาลัยวิจัย หมายถึง การมีบรรยากาศที่ส่งเสริมการทำวิจัย มีคณาจารย์ที่มีความสามารถสูง
ในการทำวิจัย มีกระบวนการผลิตบัณฑิตที่เน้นกระบวนการคิด วิเคราะห์ และสามารถเผชิญกับปัญหาและหา
แนวทางแก้ไขได้อย่างเป็นระบบ ทิศทางการวิจัยของมหาวิทยาลัยเน้นการวิเคราะห์โจทย์ปัญหาการวิจัยจาก
สภาพปัญหาจริงในพื้นที่ทั้งของชุมชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และปัญหาของประเทศชาติ

และเชื่อมโยงถึงประเทศในภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง เพื่อผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง สามารถ
สร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นที่ยอมรับได้รับการอ้างอิงและตีพิมพ์ในวารสารในระดับนานาชาติ

และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านการแก้ปัญหาเชิงพื้นที่
(อาทิ ปัญหาด้านความยากจน ปัญหาด้านสาธารณสุข และคุณภาพการศึกษา) การพัฒนาเศรษฐกิจ
อุตสาหกรรม และการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร

มหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้ หมายถึง มหาวิทยาลัยพัฒนาตนเองให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของทั้งบุคลากรภายในและภายนอก โดยการสร้างให้มหาวิทยาลัยเป็นอุทยานการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชนทุกช่วงวัย เปิดช่องทางการเรียนรู้ของบุคคลในหลายรูปแบบโดยใช้ ICT เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ รวมทั้งการสร้างพื้นที่การเรียนรู้สำหรับประชาชนที่ทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา เน้นการพัฒนา แหล่งเรียนรู้ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย อาทิ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา อุทยานวิทยาศาสตร์ อุทยานศิลปวัฒนธรรม อุทยานการเกษตร อุทยานการกีฬา เป็นต้น

มหาวิทยาลัยแห่งคุณภาพ หมายถึง มหาวิทยาลัยที่ใช้ระบบประกันคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารโดยมีเป้าหมาย คือ เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการด้านคุณภาพที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานรับรองคุณภาพจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ

มหาวิทยาลัยของชุมชน หมายถึง การที่มหาวิทยาลัยสามารถให้บริการและช่วยเหลือชุมชนโดยการนำความรู้ผลงานวิจัยไปช่วยพัฒนาและแก้ปัญหาให้ชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถบูรณาการการแก้ปัญหาเหล่านั้นกับการเรียนการสอน รวมทั้งการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชน สังคม ชี้นำสังคมทางปัญญาและพัฒนาสังคมฐานราก ด้วยความห่วงใย ความใส่ใจ และการดูแลชุมชนและสังคมให้เข้มแข็งและยั่งยืน

มหาวิทยาลัยที่มีการบริหารจัดการที่ดี หมายถึง มหาวิทยาลัยที่บริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาลทั้งทางด้านนิติธรรม คุณธรรม ความโปร่งใส การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ ความคุ้มค่า มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและสมรรถนะของบุคลากร กระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ การหารายได้เพื่อพึ่งตนเอง รวมถึงการปรับโครงสร้างและระบบงานเพื่อเข้าสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ และการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก โดยมีเป้าหมายหลักของการบริหาร คือ

1. การได้รับรองคุณภาพและการจัดอันดับในระดับชาติและระดับสากล (Accreditation & Ranking) คุณภาพงานวิจัย (การตีพิมพ์และอ้างอิง) คุณภาพการสอน คุณภาพของบัณฑิตที่ได้ออกมา และความเป็นนานาชาติ
2. การได้รับการยอมรับในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากการใช้ผลงานวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศและแก้ปัญหาเชิงพื้นที่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำอย่างเป็นรูปธรรม
3. ความมีชื่อเสียงของสถาบันในระดับชาติและระดับนานาชาติ (Employer Reputation and Academic Reputation)
4. การเป็นองค์กรที่บริหารโดยใช้หลักธรรมาภิบาล การประหยัดพลังงาน และการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมให้เป็นสีเขียว

1.2 เสาหลักของยุทธศาสตร์(Strategic Pillar)

เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus

คำอธิบาย : เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาด ที่คำนึงถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

เสาหลักที่ 2 : Excellence Academy

คำอธิบาย : เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community

คำอธิบาย : เป็นองค์กรที่ห่วงใยและดูแลชุมชน รวมทั้งส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม

เสาหลักที่ 4 : Creative Economy and Society

คำอธิบาย : เป็นองค์กรที่สร้างองค์ความรู้ตามพันธกิจสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเชิงสร้างสรรค์

1.3 พันธกิจ(Mission)

สภามหาวิทยาลัยได้กำหนดพันธกิจเพื่อให้มีการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์เป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย

พันธกิจที่ 1 ด้านการบริหารจัดการ

- 1) เป็นองค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี
- 2) บริหารจัดการทรัพยากรของมหาวิทยาลัยให้มีการสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเองด้านงบประมาณให้มากขึ้น และปฏิรูประบบการจัดสรรและการใช้จ่ายงบประมาณให้เป็นกลไกขับเคลื่อนการก้าวไปสู่เป้าหมายของมหาวิทยาลัย
- 3) ปฏิรูประบบการบริหารทรัพยากรบุคคลเพื่อให้บุคลากรมีสมรรถนะสูงและมีความสุขเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยไปสู่เป้าหมาย รวมทั้งการใช้ศักยภาพของผู้เกษียณอายุราชการ
- 4) พัฒนาระบบสารสนเทศให้เชื่อมโยงกันเพื่อให้สามารถจัดการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารทุกระดับ
- 5) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งภูมิทัศน์ของมหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว

พันธกิจที่ 2 ด้านการผลิตบัณฑิต

- 1) การพัฒนาระบบการรับเข้านักศึกษาทุกระดับเพื่อให้ได้ผู้เข้าศึกษาที่มีคุณภาพสูง และเพิ่มสัดส่วนบัณฑิตศึกษาที่เน้นวิจัยเพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนไปสู่มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำ
- 2) มีหลักสูตรที่ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนเพื่อรองรับศตวรรษที่ 21

- 3) พัฒนาคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ จำนวนอาจารย์ชาวต่างชาติ และจำนวนนักศึกษาชาวต่างชาติ การแลกเปลี่ยนอาจารย์ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการ และความเป็นนานาชาติ
- 4) สร้างบัณฑิตที่จบการศึกษาให้มีอัตลักษณ์ มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีพื้นฐานด้านการวิจัย และสร้างความผูกพันระหว่างสถาบันกับศิษย์เก่า
- 5) สร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียนเพื่อนำไปสู่การเป็น Smart Campus

พันธกิจที่ 3 ด้านการวิจัย

- 1) สร้างผลงานวิจัยระดับสาขาวิชาให้มีความโดดเด่น โดยได้รับการจัดอันดับในระดับสูงสุดจากองค์กรระดับชาติหลายสาขาวิชา และได้รับการจัดอันดับในระดับสูงจากองค์กรระดับนานาชาติมากขึ้น
- 2) เพิ่มขีดความสามารถด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ในการเป็นสถาบันวิจัยระดับโลก รวมถึงการสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 3) พัฒนาระบบสนับสนุนการวิจัยเพื่อผลิตผลงานวิจัยสู่ความเป็นนานาชาติ
- 4) พัฒนาและส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์และการแก้ปัญหาทางสังคม

พันธกิจที่ 4 ด้านการบริการวิชาการ

- 1) ส่งเสริมให้มีการบริการวิชาการที่เชื่อมโยงกับงานวิจัยและสาขาที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อพัฒนางานวิจัยให้เข้มแข็งและเกิดการบูรณาการกับการเรียนการสอน รวมถึงสร้างควมมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย
- 2) สร้างเครือข่ายการให้บริการวิชาการกับองค์กรภาครัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน
- 3) พัฒนาให้เกิดศูนย์กลางการให้บริการด้านต่างๆ ของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและระดับภูมิภาคอาเซียน
- 4) ปฏิรูประบบการให้บริการวิชาการของมหาวิทยาลัย โดยมีศูนย์กลางการประสานงานและเกิดการบูรณาการร่วมกันของคณะวิชาต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) สร้างอุทยานการเรียนรู้ด้านต่างๆ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนและสังคม

พันธกิจที่ 5 ด้านการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

- 1) เป็นศูนย์กลางด้านการอนุรักษ์ ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและภาษา
- 2) บูรณาการศิลปะและวัฒนธรรมเข้ากับการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ
- 3) พัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ภูมิภาคอาเซียน และระดับนานาชาติ

1.4 ค่านิยม(Value)

“ค่านิยม”ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือ การนำองค์กรอย่างมีวิสัยทัศน์ การให้ความสำคัญกับคณาจารย์ บุคลากร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และคู่ความร่วมมือ การมุ่งเน้นผลลัพธ์และการสร้างคุณค่า การมุ่งเน้นอนาคต การเรียนรู้ขององค์กรของแต่ละบุคคล และความรับผิดชอบต่อสังคม

1.5 วัฒนธรรมองค์กร (Organization Culture)

“วัฒนธรรมองค์กร”ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือ

- 1) มีความตื่นตัว กระตือรือร้นต่อการเปลี่ยนแปลง ยึดมั่นในกฎระเบียบ และระบบธรรมาภิบาล
- 2) คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ประนีประนอม และมีการยอมรับความคิดเห็น
- 3) มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ศรัทธา จงรักภักดีต่อองค์กร ขยันอดทน ทำงานเป็นทีม และมีจิตใจของการบริการ
- 4) เป็นชุมชนทางวิชาการที่เน้นการถ่ายทอดความรู้ และแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร

2.บริบทของกองทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.1 ประวัติกองทรัพยากรบุคคล

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี (2519) ประกาศแบ่งส่วนราชการจัดตั้งกองการเจ้าหน้าที่และแบ่งภาระงานที่กองการเจ้าหน้าที่รับผิดชอบเป็น 4 แผนก ได้แก่

แผนกอัตรากำลัง รับผิดชอบเกี่ยวกับการกำหนดอัตราตั้งใหม่ การสรรหาบุคคลเข้ารับราชการ การบรรจุและแต่งตั้ง การโอน การย้าย การเลื่อนเงินเดือนและค่าจ้าง การลาออกจากราชการ

แผนกทะเบียนประวัติ รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดเก็บประวัติข้าราชการและลูกจ้าง เครื่องราชอิสริยาภรณ์ การคำนวณบำเหน็จบำนาญ

แผนกวินัย รับผิดชอบเกี่ยวกับวินัยและนิติการ การลงโทษ

แผนกฝึกอบรม รับผิดชอบเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2561) การแบ่งหน่วยงานย่อยของหน่วยงาน สำนักงานอธิการบดี แบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบเป็น 4 งาน ได้แก่

งานกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบเกี่ยวกับ งาน HR Roadmap การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำแผนยุทธศาสตร์กองการกำกับ ติดตามแผนด้านบริหารงานบุคคลทุกมิติการกำหนดและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมองค์กร ความพึงพอใจการประกันคุณภาพที่เกี่ยวกับด้านทรัพยากรบุคคล ระบบสารสนเทศด้านบริหารงานบุคคล งานด้านความก้าวหน้าของบุคลากร

งานบริการทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบเกี่ยวกับ การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในประเภทต่างๆ การรายงานตัว บรรจุ แต่งตั้ง สัญญาจ้าง ต่อสัญญา การเปลี่ยนสถานภาพ เปลี่ยนตำแหน่ง โอน ย้าย และการเลิกจ้างการคัดเลือกผู้บริหาร การแต่งตั้งผู้บริหาร หัวหน้างาน และที่เกี่ยวข้องการจัดทำบัญชี การจ่าย ปรับ และเลื่อนเงินเดือน ค่าตอบแทน เงินประจำตำแหน่ง งานประชุมคณะกรรมการบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยขอนแก่น พุทธการศึกษาศายวิชาการ การไปศึกษา ดูงาน วิจัย รวมทั้งการไปต่างประเทศ

งานสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ รับผิดชอบเกี่ยวกับสวัสดิการทั้งระบบกองทุนต่างๆ ที่เกี่ยวกับสวัสดิการ รวมทั้งกองทุนเงินชดเชยการลา เครื่องราชอิสริยาภรณ์ และสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดการให้รางวัลต่างๆการเกษียณอายุราชการ รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหลังเกษียณอายุราชการงานจัดทำบัตรและหนังสือรับรอง การจัดทำทะเบียนประวัติ สวัสดิการเรื่องที่פקอาศัย การขอพระราชทานเพลิงศพ

วินัยและจรรยาบรรณ รับผิดชอบเกี่ยวกับวินัย และจรรยาบรรณบุคลากรอุทธรณ์ ร้องทุกข์ และพิทักษ์ระบบคุณธรรมการเรียกคดีใช้เงินกรณีผิดสัญญาการดำเนินคดีอาญา คดีแพ่ง และคดีปกครอง

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2562) ปัจจุบันกองทรัพยากรบุคคล สำนักงานอธิการบดี แบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบเป็น 4 งาน ได้แก่

งานกลยุทธ์ทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบเกี่ยวกับ งาน HR Roadmap การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทำแผนยุทธศาสตร์กองการกำกับ ติดตามแผนด้านบริหารงานบุคคลทุกมิติการกำหนดและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรและค่านิยมองค์กร ความผาสุกการประกันคุณภาพที่เกี่ยวกับด้านทรัพยากรบุคคล ระบบสารสนเทศ งานด้านความก้าวหน้าของบุคลากร และการทำบัตรประจำตัวบุคลากร

งานบริการทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบเกี่ยวกับ การคัดเลือกบุคลากรในประเภทต่างๆ บรรจุ แต่งตั้ง สัญญาจ้าง ต่อสัญญา การเปลี่ยนสถานภาพ เปลี่ยนตำแหน่ง โอน ย้าย และการเลิกจ้าง และที่เกี่ยวข้องการจัดทำบัญชี การจ่าย ปรับ และเลื่อนเงินเดือน ค่าตอบแทน เงินประจำตำแหน่ง งานประชุมคณะกรรมการบริหารงานบุคคลมหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ รับผิดชอบเกี่ยวกับ ระบบกองทุนต่างๆ ที่เกี่ยวกับสวัสดิการ รวมทั้งกองทุนเงินชดเชยการลา เครื่องราชอิสริยาภรณ์ การเกษียณอายุราชการ รวมทั้งกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหลังเกษียณอายุราชการ หนังสือรับรอง การจัดทำทะเบียนประวัติ สวัสดิการเรื่องที่פקอาศัย และการขอพระราชทานเพลิงศพ

งานพัฒนาทรัพยากรบุคคล รับผิดชอบเกี่ยวกับ พุทธการศึกษาศายวิชาการ การไปศึกษา ดูงาน วิจัย รวมทั้งการไปต่างประเทศ การคัดเลือกผู้บริหาร การแต่งตั้งผู้บริหาร หัวหน้างาน ระบบงานสารบรรณ การเงิน และพัสดุ การพัฒนาและฝึกอบรมสัมมนาบุคลากร

2.2 วิสัยทัศน์(Vision)

“วิสัยทัศน์”ของกองทรัพยากรบุคคล คือ เป็นผู้ให้บริการชั้นนำด้านทรัพยากรบุคคลในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

2.3 พันธกิจ(Mission)

“พันธกิจ”ของกองทรัพยากรบุคคล คือ การบริหารจัดการที่ดีเพื่อบ่มบ่มผู้ทรงคุณวุฒิแห่งการเรียนรู้

2.4 ค่านิยม(Core Values)

“ค่านิยม”ของกองทรัพยากรบุคคล คือ ISMORE

- I = Innovation หมายถึง การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับความต้องการของบุคลากร
- S = System Approach หมายถึง มุมมองเชิงระบบ มีการวิเคราะห์ วิจัย
- M = Management by fact หมายถึง การบริหารจัดการโดยใช้ข้อมูลจริง
- O = Organization Learning หมายถึง การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
- R = Ready to change หมายถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
- E = Excellence Service หมายถึง การบริการสู่ความเป็นเลิศ

3.แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ

3.1 ความหมายของทัศนคติ

ราชบัณฑิตยสถาน (2538) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติ คือแนวความคิดเห็น

ศักดิ์ไทย สุรกิจบรร (2545) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติคือสภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิดความรู้สึกและแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคลสิ่งของสถานการณ์ต่างๆไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งและสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร

ชาติชาย พิทักษ์ธนาคม (2544) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดความรู้สึกดังกล่าวอาจจะเกี่ยวกับบุคคลสิ่งของสภาพการณ์เหตุการณ์เป็นต้นเมื่อเกิดความรู้สึกบุคคลนั้นจะมีการเตรียมพร้อมเพื่อมีปฏิกิริยาตอบโต้ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งตามความรู้สึกของตนเอง

นงลักษณ์ บุญเสริม (2554) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติ คือ สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะได้ตอบโต้เกิดจากประสบการณ์ซึ่งจะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางหรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งต่างๆบุคคลหรือสถานการณ์

Gibson (อ้างถึงใน ศิริมล เอี่ยมสำอางค์, 2556) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่าทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรม เป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อการตอบสนองของบุคคลนั้นๆต่อบุคคลอื่นๆ ต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

Zimbardo and Ebbesson (อ้างถึงใน นงรัก บุญเสริม, 2554) องค์ประกอบของทัศนคติ สามารถแบ่งออกได้ 3 ประการ คือ

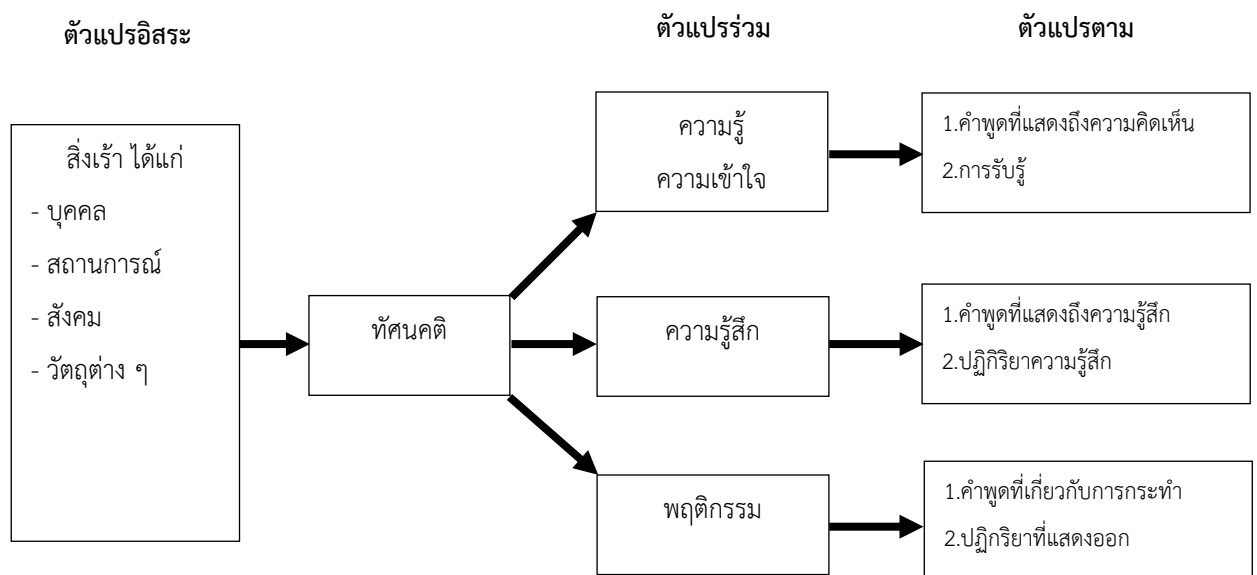
1. องค์ประกอบด้วยความรู้(The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก(The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคลเป็นตัวรู้ความคิดอีกทอดหนึ่ง

ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงออกมาในขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม(The Behavior Component) เป็นการแสดงออกของบุคคลหนึ่งต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

Rosenberg and Hovlan (อ้างถึงใน ศศินันท์ ศิลปะโสภณพันธุ์, 2554 : 9-10)ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติด้วยแผนภูมิ ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของทัศนคติ

3.3 ประเภทของทัศนคติ

เกศสุตา เข้มแข็ง (2550) บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ โดยแบ่งออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก คือ ทัศนคติที่ชักนำบุคคลมาแสดงออก มีความรู้สึกนึกคิดหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจ ได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กรสถาบันและการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร และให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอเป็นต้น

2. ทัศนคติเชิงลบ คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งเรื่องราวหรือปัญหาใดหรือหน่วยงานองค์กรหรือสถาบันและการดำเนินกิจกรรมและอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคนอาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัทก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประทุติและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ทัศนคตินิ่งเฉยคือทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินิ่งเฉยอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดเพียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิดความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์

3.4 หน้าที่ของทัศนคติ

Daniel Katz (อ้างถึงใน ปัทมา คงบุญ, 2543) หน้าที่ของทัศนคติสามารถแบ่งออกได้ 3 ประการ คือ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว(Adjustment) หมายความว่าตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องมือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุดทั้งนี้ทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว(Ego-Defensive) โดยปกติในทุกขณะคนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ยึดแย้งกับความนึกคิดของตน(Self-Image) ทั้งนี้ทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัวโดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกที่ถูกเหยียดหยามหรือตีดนิินทาคนอื่นและขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่นการก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นกล่าวคือทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆโดยตรงหากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้มันเอง

และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้นก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม(Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้นดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้(Knowledge) ทักษะจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขาด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

3.5 การวัดทัศนคติ

สุกมาส อังคุโชติ (อ้างถึงใน เอกณรงค์ วรสีหะ, 2561) ทัศนคติเป็นคุณลักษณะภายในจิตใจของบุคคล จึงเป็นการยากที่จะอธิบาย กำหนด แยก หรือจัดลำดับขั้นที่จะชี้ว่าบุคคลมีความรู้สึกในระดับใดได้ชัดเจนแน่นอน จนกว่าบุคคลเหล่านั้นจะบอกเล่าให้ทราบถึงความรู้สึกที่แท้จริงโดยไม่บิดเบือน(Fake)เราจึงจะทราบความรู้สึกของบุคคลนั้น การวัดทัศนคติจึงเป็นการวัดทางอ้อมด้วยวิธีการ ดังนี้

1. การสังเกตพฤติกรรม การสังเกตเป็นวิธีการวัดทัศนคติโดยใช้ประสาทหูและตาของผู้สังเกตเป็นสำคัญ ผู้สังเกตอาจใช้วิธีสังเกตพฤติกรรมโดยตรงหรือสังเกตผ่านสื่อ เช่น วิทยุทัศน์ ผู้สังเกตจะทำการบันทึกพฤติกรรมอย่างมีแบบแผนแล้วอนุมานทัศนคติจากพฤติกรรมที่แสดงออก การสังเกตเป็นวิธีที่ง่าย แต่การอนุมานพฤติกรรมที่สังเกตเป็นทัศนคติของผู้ถูกสังเกตอาจขาดความตรงเพราะการแสดงพฤติกรรมบางอย่าง

อาจจะมาจากทัศนคติที่ต่างกัน หรือเมื่อผู้ถูกสังเกตรู้ตัวพฤติกรรมที่แสดงออกอาจบิดเบือน และช่วงเวลาของการสังเกตจะต้องยาวนานพอที่จะสังเกตพฤติกรรมที่เป็นตัวแทนของทัศนคตินั้น ๆ

2. การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เป็นการสนทนอย่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความเห็นและความรู้สึกของบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งจะช่วยให้ทราบทัศนคติของบุคคลนั้น การสัมภาษณ์เหมาะกับผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออก ผู้สัมภาษณ์ต้องสร้างบรรยากาศของความคุ้นเคยและเป็นกันเองเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เต็มใจให้ข้อมูลและให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

3. การรายงานตนเอง(Self-report) การรายงานตนเองเป็นวิธีการวัดทัศนคติโดยให้บุคคลเล่าหรือบรรยายความรู้สึกต่อเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้นออกมาว่า ชอบ-ไม่ชอบ อย่างไร เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย ด้วยการพูดหรือบรรยายความรู้สึกของตนเองจากประสบการณ์ที่ผ่านมารแล้วให้ผู้ตรวจสอบให้คะแนนหรือประเมิน แต่การตรวจให้คะแนนอาจไม่เป็นปรนัย จึงมีผู้พยายามสร้างมาตรวัดทัศนคติให้แต่ละหน่วยมีคะแนนเท่ากันสามารถนำมาเปรียบเทียบความมากน้อยของคะแนนได้ ได้แก่ แบบวัดทัศนคติตามวิธีของเทอร์สโตน (Thurstone) ลิเคิร์ต (Likert) ออสกู๊ด (Osgood) ฟิชบาย และไอเซน(Fishbein and Ajzen)

การใช้วิธีการรายงานตนเองผู้ศึกษาต้องมั่นใจว่าผู้รายงานจะต้องมีความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกและความเชื่อของตนเอง และสามารถแสดงทัศนคติออกมาอย่างชัดเจน และรายงานสิ่งเหล่านั้นออกมาอย่างซื่อสัตย์

4. การใช้เทคนิคการฉายออก(Projective Technique) การใช้เทคนิคการฉายออกเป็นวิธีการวัดทัศนคติโดยใช้สิ่งเร้าที่มีลักษณะไม่ค่อยชัดเจนกระตุ้นให้บุคคลระบายความรู้สึกออกมาความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าเดียวกันอาจต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลด้วย จิตแพทย์ชอบใช้วิธีนี้

ดังนั้น ผู้แปลความหมายจะต้องมีความรู้และประสบการณ์ลักษณะของการวัดจะเป็นการเสนอภาพที่เลื่อนกลางแล้วให้ผู้ตอบเล่าเรื่องจากภาพ หรือการให้เติมประโยคให้สมบูรณ์

5. การใช้บันทึกที่มีอยู่แล้วการวัดทัศนคติด้วยวิธีนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคลจากบันทึกที่มีอยู่แล้ว เช่น บันทึกประจำวัน(Diary) บันทึกการยืมหนังสือจากห้องสมุด แฟ้มบันทึกของครูแนะแนว

วิธีการวัดทัศนคติแต่ละวิธีใช้ในสถานการณ์ต่างกัน การเลือกใช้วิธีวัดทัศนคติแต่ละวิธีจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะของสิ่งที่วัด สารสนเทศที่ต้องการ ลักษณะของผู้ถูกวัด นอกจากนี้ควรใช้วิธีวัดหลาย ๆ วิธีประกอบกัน เพื่อให้ได้ผลการวัดที่ถูกต้องตรงกับสภาพจริง เช่น ใช้การสัมภาษณ์และข้อมูลจากมาตรวัดประกอบกับข้อมูลจากการสังเกต

4.แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

4.1 ความหมายของการบริการ

ราชบัณฑิตยสถาน (2538) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการ คือการปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ

จินตนาบุญบังการ (2539) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการ คือการบริการตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” ซึ่งถ้าหากหาความหมายตีๆให้กับอักษรภาษาอังกฤษ 7 ตัวนี้อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษรทั้ง 7 ตัวนี้ คือ

S = Smiling & Sympathyยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเราเห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Responseตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectfulแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Mannerการให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ว่าทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancingการรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กร

C = Courtesyความอ่อนน้อมอ่อนโยนสุภาพมีมารยาทดี

E = Enthusiasmความกระฉับกระเฉงกระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่าผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

วัลดา บินชาเว็น (2543) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการ คือ สิ่งที่ไม่มีความเป็นจริงของความพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ ลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำอย่างให้ประสบความสำเร็จนั้นคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

อาศยา โชติพานิช (2549) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นการบริการที่ดีผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเราเบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงานมักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่นงานประชาสัมพันธ์งานบริการวิชาการ เป็นต้น ดังนั้นถ้าบริการดีผู้รับบริการเกิดความประทับใจซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กรภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการคือกิจกรรมประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับรายการสินค้าโดยทั่วไปแล้วบริการไม่ต้องเกี่ยวข้องกับสินค้าเท่านั้นแต่บริการจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความต้องการใช้การฝึกอบรมผู้บริโภคให้รู้จักวิธีใช้ เป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการ คือกิจกรรมการส่งมอบสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือสินค้าที่มองไม่เห็นเป็นรูปร่างของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยที่สินค้านั้นต้องก่อให้เกิดความพึงพอใจ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้

Kotler (อ้างถึงใน ศิริรัตน์ สาริกานนท์, 2552) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าการบริการ คือกิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

4.2 องค์ประกอบของการบริการ

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) การบริการต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่

1. ผู้รับบริการ หรือลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการ คือ ความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ องค์ประกอบอื่นๆ อีก 4 องค์ประกอบนั้นต่างก็ถูกกำหนดหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการทั้งสิ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับบริการ เป็นจุดเริ่มต้นของการบริการ หากไม่มีผู้รับบริการแล้ว องค์ประกอบอื่นๆ ย่อมไม่เกิดขึ้น

2. หน่วยบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ และเป็นได้ทั้งหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชน หน่วยงานบริการจะมีบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเป็นผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งเรียกว่า ผู้บริหารหน่วยงาน โดยผู้บริหารหน่วยงานมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดคุณภาพของการบริการ เนื่องจากอยู่ในฐานะผู้นำของหน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรง

และมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์การบริการ จัดสรรทรัพยากร วางระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ตลอดจนเป็นผู้นำของผู้ปฏิบัติงานให้บริการของหน่วยงานด้วย

3. ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ เป็นผู้ดำเนินการบริการ หรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง โดยอาจจะมีส่วนร่วมสัมผัสและปรากฏตัวต่อผู้รับบริการหรือไม่ก็ได้

4. ผลิตภัณฑ์บริการ เป็นกระบวนการ หรือวิธีการนำเสนออัตราประโยชน์หรือคุณค่าต่างๆ ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ

5. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้สัมผัส และการได้สัมผัส องค์ประกอบทางกายภาพจึงครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ บรรยากาศ และแม้กระทั่งรูปแบบของพนักงาน

Berry (อ้างถึงใน ไสว ชัยบุญเรือง, 2555) การบริการที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงประกอบด้วยองค์ประกอบ 10 ประการ ได้แก่

1. Reliability ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะหรือมาตรฐานการให้บริการ
2. Responsiveness การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า
3. Competence ความสามารถหรือสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้ เหมาะสมและเชี่ยวชาญ
4. Access การเข้าถึงง่ายใช้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก
5. Courtesy ความสุภาพเคารพบนอบความอ่อนน้อมให้เกียรติและมีมารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ
6. Communication ความสามารถในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้าทำให้ลูกค้าทราบเข้าใจและได้รับคำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด
7. Creditability ความเชื่อถือได้ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ
8. Security ความมั่นคงปลอดภัยอบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ
9. Customer Understanding ความเข้าใจในลูกค้าเอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน
10. Tangibles ส่วนที่สัมผัสได้และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

4.3 ลักษณะของการบริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) ลักษณะของการบริการต้องประกอบด้วยลักษณะ 7 ประการ ได้แก่

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้(Intangibility) การบริการไม่มีรูปร่างและไม่มีตัวตนเหมือนกับสินค้าอื่นๆ เราจึงไม่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถทดลองใช้ได้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจใช้บริการจึงขึ้นอยู่กับความรู้สึกนึกคิด เจตคติ คำบอกเล่า และประสบการณ์เดิมที่เคยได้รับเป็นสำคัญ

2. การบริการไม่มีความคงที่แน่นอน(Heterogeneity) เนื่องจากคุณภาพและลักษณะของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งเป็น “มนุษย์” ที่ตามปกติแล้วมักมีพฤติกรรมที่ไม่คงที่อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม และปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายในหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีผู้ปฏิบัติงานให้บริการหลายคน ผู้ปฏิบัติงานให้บริการแต่ละคนย่อมให้บริการไม่เหมือนกัน

3. การบริการไม่สามารถเรียกเก็บรักษาไว้ได้(Perishability) ในการบริการใดๆ ก็ตาม หากไม่มีผู้มาใช้บริการภายในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือสถานที่ใดสถานที่ที่กำหนด ก็จะทำให้การบริการที่จัดเตรียมไว้เกิดความสูญเปล่า

4. การบริการไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้(Non-ownership) การบริการเป็นกิจกรรม หรือ กระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานให้บริการและผู้รับบริการในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และสถานที่หนึ่งๆ เท่านั้น เมื่อพ้นระยะเวลานั้นๆ ไปแล้ว หรือสถานที่นั้นๆ ไม่เอื้ออำนวยต่อการบริการแล้ว ผู้รับบริการก็ไม่สามารถ นำการบริการดังกล่าวติดตัวไปด้วยได้

5. การบริการต้องอาศัย “คน” เป็นหลัก เนื่องจากผู้รับบริการเป็น “คน” ที่เกิดมาพร้อมกับความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัดและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนมีอารมณ์และรู้สึกต่างๆ เป็นเครื่องปรุงแต่ง ดังนั้นสิ่งที่จะสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของ “คน” ได้ดีที่สุดก็คือ “คน” นั่นเอง

6. คุณภาพของการบริการมักต้องอาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น เมื่อเราไปพักที่โรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง การที่เราจะบอกว่าการบริการของโรงแรมนั้นดีหรือไม่ นอกจากจะต้องพิจารณาที่การบริการของพนักงานโรงแรมแล้ว เรามักจะพิจารณาที่องค์ประกอบทางกายภาพประกอบด้วย เช่น ที่นอนนุ่มและอยู่ในสภาพดีหรือไม่ เครื่องปรับอากาศทำงานดีหรือไม่ โทรทัศน์มีภาพที่ชัดเจนหรือไม่ และมีการบริการเคเบิลทีวีหรือไม่ เป็นต้น หากการบริการอื่นๆ ของโรงแรมดี เช่น พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และให้บริการได้อย่างรวดเร็ว แต่ที่นอนภายในห้องพักนอนไม่สบาย และเครื่องปรับอากาศส่งเสียงดังทั้งคืนและไม่เย็น องค์ประกอบทางกายภาพเหล่านี้ก็จะลดระดับคุณภาพของการบริการในสายตาเรา แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม หากองค์ประกอบทางกายภาพดีและการบริการอื่นๆ ดีด้วย องค์ประกอบทางกายภาพก็จะช่วยเสริมระดับคุณภาพของการบริการให้สูงมากขึ้นในความรู้สึกของผู้รับบริการ

7. การบริการมักต้องให้ผู้รับบริการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการบริการ การให้บริการและการรับบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันทำให้ไม่สามารถแบ่งแยกกระบวนการผลิตออกจากกระบวนการบริโภคได้

4.4 ประเภทของการบริการ

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) ได้แบ่งประเภทของการบริการเป็น 3ประเภท ได้แก่

1. จำแนกตามความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของหน่วยงาน โดยแบ่งการบริการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 การบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของหน่วยงาน เช่น โรงแรมมีการบริการห้องพักเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ธุรกิจการบินมีการบริการขนส่งทางอากาศเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และธุรกิจนำเที่ยวมีการบริการนำเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์หลัก เป็นต้น

1.2 การบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมที่ผนวกมากับการขายสินค้าหลักอื่นๆ การบริการประเภทนี้จัดขึ้นเพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้นหรือจำนวนมากขึ้น โดยหน่วยงานอาจไม่คิดราคาค่าบริการหรือคิดเพียงบางส่วน

2. จำแนกตามระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3ประเภท ได้แก่

2.1 การบริการหลัก(Core Service)หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบตรงหน่วยงาน เช่น ในธุรกิจโรงแรม การบริการหลัก คือ การให้บริการห้องพัก ซึ่งหมายถึง การจัดห้องพักที่เอื้ออำนวยต่อการพักผ่อน สำหรับในธุรกิจการบินนั้น การบริการหลัก คือ การให้บริการขนส่งทางอากาศ ซึ่งหมายถึงการนำผู้โดยสารเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งโดยจัดที่นั่งบนเครื่องบินให้ เป็นต้น

2.2 การบริการที่คาดหวัง (Expected Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับนอกเหนือจากการบริการหลัก

2.3 การบริการพิเศษเพิ่มเติม (Exceeded Service) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่ผู้รับบริการไม่ได้คาดหวังมาก่อนว่าจะได้รับและเมื่อได้รับแล้วก็ทำให้เกิดความประทับใจ

3. จำแนกตาม World Trade Organization (WTO) โดยฝ่ายเลขานุการของ WTO ได้จำแนกประเภทของการบริการไว้จำนวน 12 สาขา ดังต่อไปนี้

3.1 การบริการด้านธุรกิจอาชีพ(Professional Business Services) ซึ่งครอบคลุมการบริการด้านวิชาชีพ ด้านคอมพิวเตอร์ การโฆษณา การค้นคว้าวิจัยและการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าโดยไม่รวมการดำเนินงาน และการบริการด้านธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 การบริการสื่อสารคมนาคม(Communication Services) ครอบคลุมถึงการบริการไปรษณีย์ และพัสดุภัณฑ์ การโทรคมนาคม โสตทัศน และอื่นๆ

3.3 การบริการด้านการก่อสร้างและวิศวกรรมที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง(Construction and Related Engineering Service) ภายใต้สาขานี้ จะครอบคลุมถึงการบริการงานก่อสร้าง งานติดตั้งและอื่นๆ

3.4 การบริการด้านการจัดจำหน่าย(Distribution Service) ครอบคลุมถึงการบริการค้าปลีกค้าส่ง การบริการในลักษณะตัวแทนจำหน่าย การบริการธุรกิจแฟรนไชส์ และอื่นๆ

3.5 การบริการด้านการศึกษา(Education Services) ครอบคลุมตั้งแต่การศึกษาระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ตลอดจนหลักสูตรสำหรับผู้ใหญ่ และบริการด้านการศึกษาอื่นๆ

3.6 การบริการด้านสิ่งแวดล้อม(Environment Services) ครอบคลุมถึงการบริการกำจัดมลภาวะต่างๆ รวมทั้งการบริการด้านสุขาภิบาล และอื่นๆ

3.7 การบริการด้านการเงิน(Financial Services) ครอบคลุมถึงการบริการด้านการประกันภัย การธนาคาร ธุรกิจหลักทรัพย์และการบริการด้านการเงินอื่นๆ

3.8 การบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการบริการทางสังคม(Health Related and Social Services) ครอบคลุมถึงการบริการรักษาพยาบาล การบริการด้านสุขภาพ และการบริการด้านสังคมอื่นๆ

3.9 การบริการด้านการท่องเที่ยวและการบริการด้านการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism and Travel Related Service) ภายใต้สาขานี้จะครอบคลุมถึงการบริการของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ โรงแรม ภัตตาคาร และอื่นๆ

3.10 การบริการด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และการกีฬา(Recreational, Cultural and Sporting Service)ครอบคลุมถึงการบริการของธุรกิจบันเทิงซึ่งรวมถึงโรงละคร ดนตรี ละครสัตว์ การบริการข่าวสาร ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ การบริการด้านวัฒนธรรมอื่นๆ การบริการด้านการกีฬา และการนันทนาการอื่นๆ

3.11 การบริการด้านการขนส่ง(Transportation Services) ครอบคลุมการบริการด้านการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทางอวกาศ และทางท่อ และการขนส่งอื่นๆ

3.12 การบริการด้านอื่นๆ (Other Services not included Elsewhere) ตัวอย่างเช่น การบริการเสริมสวย เป็นต้น

วีระรัตน์กิจเลิศไพโรจน์ (2548) ได้แบ่งประเภทของการบริการเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) ประเภทนี้เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง (เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ ฯลฯ) หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ (เช่น บริการขนส่งมวลชน – เคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

2. การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service) ประเภทนี้เป็นการให้บริการโดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าแต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจอารมณ์หรือความรู้สึกของลูกค้า (เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียนวัดโบสถ์ ฯลฯ) ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น แต่สถานบริการในที่นี้อาจจะหมายถึงสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ หรืออาจจะอยู่ในสถานที่ที่ไกลออกไปแต่ลูกค้ากับผู้ที่ให้บริการสามารถติดต่อกันได้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบโทรคมนาคม (เช่น บริการสืบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต บริการเรียนทางไกลของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช บริการระบบโทรศัพท์ไร้สายของ AIS และ DTAC เป็นต้น)

3. การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Possession Processing Service) ในหลายๆ ครั้งของการซื้อบริการเราไม่ได้ซื้อให้กับตัวเราเองแต่เราซื้อบริการให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการซักอบรีด (ซื้อบริการให้กับเสื้อผ้าของเรา) ไปหาสัตว์แพทย์ (ซื้อบริการให้กับสัตว์เลี้ยงของเรา) เป็นต้น ดังนั้นบริการในกลุ่มนี้จะเป็นบริการที่ให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวของสัตว์เลี้ยงหรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการโดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้

4. การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service) บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันตรงที่ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตนซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ได้แก่ ธนาคารบริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุธร ชูตินิยมการ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้รับบริการในโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรคต่อการบริการทางการแพทย์ผู้ป่วยนอกในโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษา โรงพยาบาลสินแพทย์ ผลของการวิจัยพบว่า ลักษณะข้อมูลส่วนตัวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการรับบริการทางการแพทย์ แผนกผู้ป่วยนอกไม่แตกต่างกัน ยกเว้น กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อขบวนการให้บริการ เจ้าหน้าที่ทั่วไป พยาบาล คุณภาพโดยรวมของโครงการแตกต่างกัน และ ความพึงพอใจรวมเฉลี่ยโครงการแตกต่างกัน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ทั่วไปแตกต่างกัน ประสิทธิภาพจากสถานพยาบาลอื่นๆ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเจ้าหน้าที่ พยาบาล คุณภาพโดยรวม และความพึงพอใจรวมเฉลี่ยโครงการแตกต่างกัน ระยะเวลาในการเจ็บป่วยแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเจ้าหน้าที่ทั่วไป พยาบาล และความพึงพอใจรวมเฉลี่ยแตกต่างกัน

พรทิพย์ สุทธิภิรมย์กุล (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้รับบริการสำนักหมืองแร่และสัมปทานกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสำนักหมืองแร่และสัมปทาน กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่จำนวน 420 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่าผู้รับบริการสำนักหมืองแร่และสัมปทาน กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่มีทัศนคติโดยรวมในการมาใช้บริการสำนักหมืองแร่และสัมปทาน อยู่ในระดับค่อนข้างดี และมีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดย 1.ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหมืองแร่และสัมปทาน กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่โดยรวมไม่แตกต่างกัน 2.ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสำนักหมืองแร่และสัมปทาน กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่โดยรวมไม่แตกต่างกัน 3.ทัศนคติในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการใช้บริการ และคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงที่สุดคือ ทัศนคติในการใช้บริการด้านบุคลากรที่ให้บริการ กับการใช้บริการ ด้านความประทับใจในการรับบริการ

อวยพร อรุณพรอนันต์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อบริการของกองการสอบ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้มารับบริการของกองการสอบ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 420 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการมีทัศนคติในการมาใช้บริการของกองการสอบ ในด้านการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านสถานที่ที่ให้บริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจในการมาใช้บริการโดยรวมของการสอบ อยู่ในระดับมาก ผู้รับบริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองการสอบแตกต่างกัน ผู้รับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองการสอบแตกต่างกัน ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของกองการสอบไม่แตกต่างกัน ทักษะคิดโดยรวมของผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการในหน่วยงาน ในข้อความประทับใจในการรับบริการ และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และพบว่า ทักษะคิดของผู้รับบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง

ชวน ณ ตันทะกุล (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้รับบริการรักษาพยาบาลแบบผู้ป่วยนอกที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลวิภาวดี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้ารับบริการรักษาพยาบาลแบบผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลวิภาวดี โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 369 คน ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน หรือลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 10,000-30,000 บาทต่อเดือน และไม่มีโรคประจำตัว ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี เนื่องจากเดินทางสะดวกใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน โดยใช้บริการโรงพยาบาลวิภาวดี 1-5 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เป็นโรคทั่วไป (ท้องเสีย ไข้หวัด ฯลฯ) และใช้บริการมาแล้ว ต่ำกว่า 1 ปี สำหรับทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลวิภาวดี ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับเห็นด้วยมากในด้านการติดต่อผู้ป่วย ด้านการให้การพยาบาล และด้านการให้คำแนะนำแก่ผู้ป่วยและครอบครัว จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ และเหตุผลที่เลือกใช้บริการทำให้ทัศนคติต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลวิภาวดีแตกต่างกัน

ศศินันท์ ศิลปโสภณพันธุ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่มาใช้บริการงานทะเบียนราษฎรในแต่ละวัน จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.ผู้รับบริการมีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน 2.ผู้รับบริการที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน 3.ผู้รับบริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการให้บริการในภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งตัวแปรที่ทำให้ทัศนคติต่อการให้บริการต่างกัน ได้แก่ อาคารสถานที่ และการให้บริการ 4. ผู้รับบริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการ
กองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

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

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ปฏิบัติงาน และที่เกษียณอายุราชการ
ไปแล้ว ที่ได้มาติดต่อขอทำบัตรประจำตัว หรือขอหนังสือรับรอง ณ จุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วน
บริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในช่วงระหว่าง เดือนมกราคม – ธันวาคม
2561 จำนวน 3,022 คน

**ตารางที่1 แสดงสถิติการออกบัตรประจำตัวบุคลากรและออกหนังสือรับรองบุคลากร
มหาวิทยาลัยขอนแก่น เดือน มกราคม 2561-ธันวาคม 2561**

รายการ	เดือน												รวม
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
บัตรประจำตัวบุคลากร	123	126	132	87	115	55	77	95	87	198	181	136	1,412
หนังสือรับรองบุคลากร	112	88	144	82	98	153	126	137	175	200	162	133	1,610
รวม	235	214	276	169	213	208	203	232	262	398	343	269	<u>3,022</u>

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น
(Nonprobability sampling) โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก(Convenience Sampling) โดยกำหนด
กลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 250 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นแบบสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการ จดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยดัดแปลงแบบสำรวจมาจาก แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยได้ปรับข้อความบางส่วนเพื่อนำมาใช้ให้เหมาะกับจดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะ/หน่วยงาน วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ สถานภาพของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นการถามแบบปลายเปิดให้ผู้ขอรับบริการเขียนข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ

เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อการแปลผล โดยดูจากข้อคำถาม ในกรณีที่คำถามเป็นคำถามเชิงบวก ได้แบ่งคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ซึ่งได้จากการแบ่งช่วง ดังนี้

ช่วงคะแนน	แปลผล
4.50 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	พึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	พึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	พึงพอใจน้อย
1.0 – 1.49	พึงพอใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 250 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ นำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นการวิเคราะห์โดยใช้แบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ

ส่วนที่ 3 ผู้ขอรับบริการเขียนข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ คณะ/หน่วยงาน วัตถุประสงค์ที่มารับการบริการ สถานภาพของผู้ขอรับบริการโดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	79	31.6
หญิง	171	68.4
รวม	250	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ มีเพศหญิงจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และเพศชายจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
21-40 ปี	177	70.8
41-60 ปี	62	24.8
60 ปีขึ้นไป	11	4.4
รวม	250	100

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กล่าวคือ ช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ช่วงต่ำกว่า 20 ปี ไม่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะและหน่วยงาน

ลำดับ	คณะและหน่วยงาน	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
1	กองบริหารงานกลาง	4	1.6
2	กองทรัพยากรบุคคล	6	2.4
3	กองพัฒนานักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์	8	3.2
4	กองคลัง	1	0.4
5	กองยุทธศาสตร์	3	1.2
6	คณะเกษตรศาสตร์	3	1.2
7	คณะทันตแพทยศาสตร์	5	2.0
8	คณะเทคนิคการแพทย์	1	0.4
9	คณะเทคโนโลยี	1	0.4
10	คณะนิติศาสตร์	1	0.4
11	คณะพยาบาลศาสตร์	14	5.6
12	คณะแพทยศาสตร์	124	49.6
13	คณะเภสัชศาสตร์	6	2.4
14	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	5	2.0
15	คณะวิทยาการจัดการ	4	1.60
16	คณะวิทยาศาสตร์	8	3.2
17	คณะวิศวกรรมศาสตร์	9	3.6
18	คณะศิลปศาสตร์	1	0.4
19	คณะศึกษาศาสตร์	7	2.8
20	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	3	1.2
21	คณะสัตวแพทยศาสตร์	2	0.8
22	คณะสาธารณสุขศาสตร์	2	0.8
23	วิทยาเขตหนองคาย	5	2.0
24	วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ	2	0.8
25	สถาบันภาษา	2	0.8
26	ศูนย์บริการวิชาการ	3	1.2
27	ศูนย์สัตว์ทดลองฯ	1	0.4
28	กองกฎหมาย	1	0.4
29	กองป้องกันและรักษาความปลอดภัย	1	0.4
30	สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ	3	1.2

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%)ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะและหน่วยงาน (ต่อ)

ลำดับ	คณะและหน่วยงาน	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
31	สำนักบริหารการวิจัย	2	0.8
32	สำนักวิชาศึกษาทั่วไป	2	0.8
33	สำนักวิทยบริการ	8	3.2
34	หน่วยตรวจสอบภายใน	2	0.8
รวม		250	100

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้รับบริการจากคณะแพทยศาสตร์ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาได้แก่คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และผู้รับบริการน้อยที่สุดมี 8 หน่วยงาน ได้แก่ กองคลัง คณะเทคนิคการแพทย์ คณะเทคโนโลยี คณะนิติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์สัตว์ทดลอง กองกฎหมาย กองป้องกันและรักษาความปลอดภัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%)ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ

วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการ	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
ทำบัตรประจำตัวบุคลากร	135	54.0
ขอหนังสือรับรองบุคลากร	115	46.0
รวม	250	100

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาทำบัตรประจำตัวบุคลากร จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และรองลงมาเป็นขอหนังสือรับรองบุคลากร จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%)ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของผู้ขอรับบริการ

สถานภาพของผู้ขอรับบริการ	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
ข้าราชการ	17	6.8
พนักงานมหาวิทยาลัย	132	52.8
พนักงานราชการ สังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น	2	0.8
ลูกจ้างประจำ	4	1.6
ลูกจ้างชั่วคราว	26	10.4
พนักงานองค์กรในกำกับ	6	2.4
ข้าราชการบำนาญ	63	25.2
รวม	250	100

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาเป็นข้าราชการบำนาญ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และพนักงานราชการเป็นผู้มาขอรับบริการน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ขอรับบริการ

วิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ขอรับบริการ ได้แก่ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ	166 (66.4)	71 (28.4)	10 (4.0)	2 (0.8)	1 (0.4)	4.60 (0.65)	มากที่สุด
2.ให้คำอธิบายและคำแนะนำได้อย่างชัดเจน	189 (75.6)	57 (22.8)	3 (1.2)	1 (0.4)	0 (0.0)	4.74 (0.50)	มากที่สุด
3.ความยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ	168 (67.2)	54 (21.6)	26 (10.4)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.55 (0.73)	มากที่สุด
รวม						4.63 (0.63)	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้คำอธิบายและคำแนะนำได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมาคือ การมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และ เต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.60 และอันดับสุดท้ายคือ ความยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.55

ภาพรวมด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ

ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม	181 (72.4)	56 (22.4)	11 (4.4)	2 (0.8)	0 (0.0)	4.66 (0.60)	มากที่สุด
2.ให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง	173 (69.2)	67 (26.8)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65 (0.55)	มากที่สุด
3.มีผังติดเพื่อชี้แจงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	212 (84.8)	36 (14.4)	2 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.83 (0.43)	มากที่สุด
รวม						4.71 (0.53)	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 ความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีผังติดเพื่อชี้แจงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมาคือ ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.66 และอันดับสุดท้ายคือ การให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีค่าเฉลี่ย 4.65

ภาพรวมด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการพบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.71 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติของผู้ขอรับบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. จุดบริการมีความสะอาด เรียบร้อย และเข้าถึงสะดวก	176 (70.4)	59 (23.6)	14 (5.6)	0 (0.0)	1 (0.4)	4.64 (0.63)	มากที่สุด
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ เพียงพอ เช่น อุปกรณ์การแต่งกาย การทำบัตร มีเคาน์เตอร์สำหรับ กรอกเอกสาร และที่นั่งรอรับบริการ	183 (73.2)	59 (23.6)	8 (3.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70 (0.53)	มากที่สุด
3. มีเครื่องมือ อุปกรณ์ พร้อมเพื่อ ความสะดวกและให้เกิดการบริการ ที่รวดเร็ว	170 (68.0)	70 (28.0)	10 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65 (0.56)	มากที่สุด
รวม						4.66 (0.57)	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ เช่น อุปกรณ์การแต่งกาย การทำบัตร มีเคาน์เตอร์สำหรับกรอกเอกสาร และที่นั่งรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมาคือ จุดบริการมีความสะอาด เรียบร้อย และเข้าถึงสะดวก และมีเครื่องมือ อุปกรณ์พร้อมเพื่อความสะดวกและให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.65

ภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.66 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ

วิเคราะห์ข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ จากแบบสำรวจเป็นคำถามปลายเปิด โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 10 แสดงค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคำตอบ

คำถามปลายเปิด	ค่าความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)
1. อยากให้มีการบริการแบบระบบ ONLINE	35	14
2. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี	10	4
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดีและมีความรวดเร็ว	5	2
4. มีอุปกรณ์ในการให้บริการไม่เพียงพอ เช่น ชุดชำระ และไม่สะอาด	5	2
5. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้บริการในช่วงพักกลางวัน	2	0.80
รวม	57	22.8

จากตารางที่ 10 การสำรวจข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆด้วยคำถามปลายเปิด พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้เสนอข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจำนวน 57 คน จาก 250 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 กล่าวคือ อยากให้มีการบริการแบบระบบ ONLINE จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4 เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดีและมีความรวดเร็ว และมีอุปกรณ์ในการให้บริการไม่เพียงพอ เช่น ชุดชำระ และไม่สะอาด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้บริการในช่วงพักกลางวัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น สามารถสรุปผลการศึกษาวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์

1.1 ข้อมูลทั่วไป

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์จำนวน 250 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ มีเพศหญิงจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และเพศชายจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี กล่าวคือ ช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ช่วงต่ำกว่า 20 ปี ไม่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นผู้รับบริการจากคณะแพทยศาสตร์ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาได้แก่ คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และผู้รับบริการน้อยที่สุดมี 8 หน่วยงาน ได้แก่ กองคลัง คณะเทคนิคการแพทย์ คณะเทคโนโลยี คณะนิติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์สัตว์ทดลองฯ กองกฎหมาย และกองป้องกันและรักษาความปลอดภัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4 โดยมีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการมาทำบัตรประจำตัวบุคลากร จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และรองลงมาเป็นการขอหนังสือรับรองบุคลากร จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ผู้มาขอรับบริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาเป็นข้าราชการบำนาญ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และพนักงานราชการเป็นผู้มาขอรับบริการน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

1.2 ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ

1.2.1 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ขอรับบริการที่มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ผู้ขอรับบริการมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้คำอธิบายและคำแนะนำได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมาคือ การมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.60 และอันดับสุดท้าย คือ ความยิ้มแย้มแจ่มใสในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.55 โดยมีภาพรวมด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

1.2.2 ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ขอรับบริการที่มีความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ พบว่า ผู้ขอรับบริการมีความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีผังติดเพื่อชี้แจงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมาคือมีระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.66 และอันดับสุดท้าย คือ การให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีค่าเฉลี่ย 4.65 โดยมีภาพรวมด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการพบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.71 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

1.2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

เป็นการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจผู้ให้บริการมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ เช่น อุปกรณ์การแต่งกาย การทำบัตร มีเคาน์เตอร์สำหรับกรอกเอกสาร และที่นั่งรอรับบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมาคือ จุดบริการมีความสะอาด เรียบร้อย และเข้าถึงสะดวก และมีเครื่องมือ อุปกรณ์ พร้อมเพื่อความสะดวกและให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.65 โดยมีภาพรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.66 มีค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 ข้อคิดเห็น และเสนอแนะอื่นๆ

จากแบบสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. อยากให้มีการบริการแบบระบบ ONLINE
2. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดี
3. เจ้าหน้าที่ให้บริการที่ดีและมีความรวดเร็ว
4. มีอุปกรณ์ในการให้บริการไม่เพียงพอ เช่น ชุดชำระ และไม่สะอาด
5. ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้บริการในช่วงพักกลางวัน

2. ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

2.1 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ควรจัดเจ้าหน้าที่มาคอยให้บริการในช่วงพักกลางวัน

2.2 ด้านกระบวนการขั้นตอนในการให้บริการ

2.2.1 ควรมีการเผยแพร่กระบวนการ ขั้นตอนในการทำบัตร และการออกหนังสือรับรองในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บุคลากรทราบถึงการมาติดต่อขอทำบัตร และการออกหนังสือรับรองว่าต้องเตรียมเอกสารอะไรมาบ้าง แต่ละขั้นตอนใช้เวลาประมาณเท่าไร

2.2.2 ควรจัดทำช่องทางให้สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ทางเว็บไซต์ของหน่วยงาน

2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการตั้งงบประมาณสำหรับการซ่อมแซม ซักทำความสะอาดชุดซื้อเครื่องประดับสำหรับการแต่งกายชุดปกติขาว

บรรณานุกรม

- กองแผนงาน. (2558). แผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2559–2562. พิมพ์ครั้งที่ 1. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เกศสุตา เข้มแข็ง. (2550). **ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อระบบฐานข้อมูลบุคลากรภาครัฐภายใต้โครงการจ่ายตรงสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการ**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จินตนาบุญบังการ. (2539). **การสร้างจิตสำนึกการให้บริการปรับปรุงการบริการภาครัฐ**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ฟอรัมทพรินติ้ง.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชวณ ตัณตะกุล. (2554). **ทัศนคติของผู้รับบริการรักษายาบาลแบบผู้ป่วยนอกที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่โรงพยาบาลวิภาวดี**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ชาติชาย พิทักษ์นาคม. (2544). **จิตวิทยาการเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาปริยัติธรรมและจริยศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- ปัทมา คงบุญ. (2543). **การเปรียบเทียบทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2561). **ประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับที่ 312/2561) เรื่อง การแบ่งหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2562). **ประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ฉบับที่ 120/2562) เรื่อง การแบ่งหน่วยงานย่อยของหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี พ.ศ. 2562**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2551). **จิตวิทยาการบริการ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อักษรเจริญ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2519). **ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี (ที่ สร.0203/1970) เรื่อง การแบ่งส่วนราชการสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. กรุงเทพมหานคร: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- นงรัก บุญเสริม. (2554). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทสินค้าอุปโภค: กรณีศึกษา บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และ เทสโก้โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ในจังหวัดอุบลราชธานี**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พงศ์ หรดาล . (2540). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วัลดา บินซาเว็น. (2543). **ความพึงพอใจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ต่อการให้บริการงานทะเบียนหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด**. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศศินันท์ ศิลปโสภณพันธุ์. (2554). **ทัศนคติของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครนนทบุรี**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริมล เอี่ยมสำอางค์. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของพนักงานบริษัทพีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) สาขา 2 โรงงานผลิตโอเลฟินส์ I -1 นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริรัตน์ สาลิกานนท์. (2552). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการสถานธนาณบาล เทศบาลตำบลหนองแค จังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สุธร ชูตินิยมการ. (2545). **ทัศนคติและความพึงพอใจต่อการรับบริการ โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค โรงพยาบาลสินแพทย์**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไสว ชัยบุญเรือง. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด**. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อวยพร อรุณพรอนันต์. (2548). **ทัศนคติและความพึงพอใจของผู้รับบริการของกองการสอบ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เอกณรงค์ วรสีหะ. (2561). **ตำราการวิจัยทางธุรกิจ(Business Research)**. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2561, จาก http://www.elcim.ssru.ac.th/ekgnarong_vo/
- อาศยา โชติพานิช. (2549). **การบริการที่ดี**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อุไร ดวงระหว่า. (2554). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการOne Stop Service : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง
ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**แบบสำรวจทัศนคติของผู้รับบริการจุดบริการทำบัตร และออกหนังสือรับรอง
ส่วนบริการกองทรัพยากรบุคคล(One Stop Service) มหาวิทยาลัยขอนแก่น**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม : <u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ ☐ ให้ตรงกับข้อมูลของท่าน					
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง					
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 21-40 ปี ☐ 41-60 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป					
3. คณะ/หน่วยงาน					
4. วัตถุประสงค์ที่มารับบริการ ☐ ขอหนังสือรับรอง ☐ ทำบัตรประจำตัว					
5. สถานภาพของผู้ขอรับบริการ					
☐ ข้าราชการ ☐ พนักงานมหาวิทยาลัย ☐ พนักงานราชการ ☐ พนักงานหน่วยงานในกำกับ ☐ ลูกจ้างประจำ ☐ ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย ☐ ข้าราชการผู้รับบำนาญ					
ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ขอรับบริการ : <u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตัวเลขที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่าน					
ประเด็นการสำรวจความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
1. มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ					
2. ให้คำอธิบายและคำแนะนำได้อย่างชัดเจน					
3. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส					
2. ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนในการให้บริการ					
1. ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม					
2. ให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง					
3. มีผังติดเพื่อชี้แจงขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน					
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
1. จุดบริการมีความสะอาด เรียบร้อย และเข้าถึงสะดวก					
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ เช่น อุปกรณ์การแต่งกาย การทำบัตรมีเครื่องสำหรับกรอกเอกสาร และที่นั่งรอรับบริการ					
3. มีเครื่องมือ อุปกรณ์ พร้อมเพื่อความสะดวกและให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว					

➤ ข้อคิดเห็น/เสนอแนะอื่นๆ.....

.....

.....

