

SERVICE QUALITY AFFECTING ATTITUDE OF USERS TOWARD LEARNING PARK IN TRAT PROVINCE

Ratchadaphon JANROJ¹ and Cholatis DARAWONG²

1 Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi, Thailand;
ratchadaphon.jan@gmail.com (Corresponding Author)

2 Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi, Thailand; chonlatis@gmail.com
(Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 18 October 2024

Revised: 1 November 2024

Published: 15 November 2024

ABSTRACT

The objective of this research was to study the level of service quality at the Trat Learning Park and the service quality factors that influence customer satisfaction, loyalty, and organizational reputation. The sample group consists of 400 individuals who visited the Trat Learning Park during the period from Monday to Friday, between 10:00 AM and 6:00 PM. This is a quantitative research study conducted through a survey, utilizing accidental sampling as the method to collect data specifically from those who used the services of the Trat Learning Park, totaling 400 individuals. The results of the study revealed that: 1) Service users of the Trat Learning Park who have different personal factors such as gender, age, highest level of education, average monthly income, and occupation exhibit statistically significant differences in satisfaction, loyalty, and organizational reputation at a significance level of .05. 2) The quality of service has a statistically significant influence on customer satisfaction, loyalty, and organizational reputation at a significance level of .05.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Loyalty, Organizational Reputation

CITATION INFORMATION: Janroj, R., & Darawong, C. (2024). Service Quality Affecting Attitude of Users toward Learning Park in Trat Province. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 7

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด

รัชฎาภรณ์ จันทรโรจน์¹ และ ชลธิศ ดาราวงษ์²

1 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี; tchadaphon.jan@gmail.com
(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

2 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี; chonlatis@gmail.com
(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของอุทยานการเรียนรู้ตราดและปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดี และชื่อเสียงองค์กร ของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของอุทยานการเรียนรู้ตราด กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดในช่วงเวลาวันจันทร์ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น. จำนวน 400 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเก็บข้อมูลเฉพาะประชาชนที่มาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, ความภักดี, ชื่อเสียงองค์กร

ข้อมูลการอ้างอิง: รัชฎาภรณ์ จันทรโรจน์ และ ชลธิศ ดาราวงษ์. (2567). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(11), 7

บทนำ

อุทยานการเรียนรู้ตราด ก่อตั้งขึ้นมาในฐานะ "ต้นแบบ" ของแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของจังหวัด ได้รับการออกแบบให้เป็นสถานที่ส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ที่ทันสมัย ผ่านสื่อการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เช่น หนังสือ ดนตรี มัลติมีเดีย รวมถึงร่วมมือกับองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน มุ่งตอบโจทย์ความต้องการในการแสวงหาความรู้ที่ไม่มีขีดจำกัดของประชาชนที่รักการอ่านและการเรียนรู้ ในรูปแบบของ "ห้องสมุดมีชีวิต" มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสริมสร้างสังคมแห่งการอ่าน ร่วมพัฒนาทักษะตลอดชีวิตและการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประกอบด้วย ส่วนของห้องสมุดและพื้นที่อ่านหนังสือ ห้องกิจกรรม ห้องไอที และห้องฉายภาพยนตร์ โดยจัดหาหนังสือและสื่อการเรียนรู้ให้อย่างครบครัน มีกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องและหลากหลาย เปิดโอกาสให้กับทุกคนในท้องถิ่นเข้ามาใช้บริการและเสริมสร้างการเรียนรู้ในด้านต่างๆ โดยจะมีค่าธรรมเนียม ค่าบริการในการเข้าใช้บริการตามที่อุทยานการเรียนรู้กำหนดไว้ ทั้งต่ออายุสมาชิก และสมัครสมาชิกใหม่ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี เรียกได้ว่าที่นี่คือพื้นที่เรียนรู้ที่ประชาชนในท้องถิ่นสามารถเข้ามาใช้ประโยชน์เพื่อเปิดโลกการเรียนรู้อย่างแท้จริง

| การต่ออายุและสมัครสมาชิก | ปีงบประมาณ พ.ศ. | | | |
|--------------------------|-----------------|------|-------|-------|
| | 2563 | 2564 | 2565 | 2566 |
| Renew | 52 | 327 | 1,297 | 2,947 |
| New Member | 116 | 595 | 1,461 | 2,777 |
| รวม | 168 | 922 | 2,758 | 5,724 |

จากสถิติเห็นว่าอุทยานการเรียนรู้จังหวัดตราดมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และหน่วยงานผู้ควบคุมดูแลได้มีการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดทุกปี โดยประเมินในด้านกายภาพภายนอก เช่น ความสะอาดเรียบร้อย ความปลอดภัย อุปกรณ์อำนวยความสะดวก การบริการเสริม การบริการของพนักงาน โดยผลการประเมินจากการสำรวจในหน่วยงาน ความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการ ในปี 2564 พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 98 ในปี 2565 พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 96 และปี 2566 พบว่า อยู่ในระดับความพึงพอใจ ร้อยละ 94 จากการประเมินในปี 2564-2566 พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการลดน้อยลงอย่างต่อเนื่องเนื่องจากผู้ให้บริการมีความต้องการในการบริการมากขึ้น ทำให้บุคลากรไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าทุกรายได้อย่างเต็มที่ ทำให้มีข้อบกพร่องบางเรื่อง เช่น จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการบริการ ผู้ใช้บริการไม่ได้รับการบริการอย่างตรงจุด ทรัพยากรที่ใช้ไม่เพียงพอและความไม่ใส่ใจในด้านการบริการเสริม

จากงานวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงคุณภาพการบริการของอุทยานการเรียนรู้ หรือห้องสมุดในบริบทต่างๆ ได้แก่ การบริหารจัดการห้องสมุดและอุทยานการเรียนรู้เพื่อนักศึกษามหาวิทยาลัยพิษณุโลก (ฉวีวรรณ เจริญทรัพย์, 2561) การบริหารจัดการอุทยานการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉัตรกมล เจริญวานิช และ กฤษฎา นันทเพ็ชร, 2563) การพัฒนาห้องสมุดสาขาวิชาสังคมศึกษาคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ (ชนัยพงศ์ สารรัตน์ และ นันทพร บุญพรหม, 2563) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมหนังสือสร้างอาชีพของผู้สูงอายุ อุทยานการเรียนรู้นครภูเก็ต (ปิยวรรณ ฟอน เฮอไรต์, 2566) งานวิจัยดังกล่าวให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการอุทยานการเรียนรู้หรือห้องสมุดในด้านรูปธรรมของการบริการ อย่างไรก็ตามงานวิจัยด้านคุณภาพการบริการของอุทยานการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการกลับมีไม่มากนัก ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นการประเมินเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการ ใน 4 มิติ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2) ด้านการบริการหลัก 3) ด้านการบริการเสริม 4) ด้านพนักงาน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการปรับปรุง และปรับรูปแบบอุทยาน

การเรียนรู้ตราดอย่างเหมาะสม พัฒนาการปฏิบัติงานให้สามารถตรวจสอบและวางแผนเพื่อแก้ไข เพื่อการบริหารจัดการมุ่งสู่ประโยชน์ของประชาชน ผู้ใช้บริการของอุทยานการเรียนรู้ตราดต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่มีวัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่า สอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ (Lewis, & Bloom) นอกจากนี้ คุณภาพการบริการ Howat and Assaker (2013) กล่าวว่า มิติคุณภาพการรับรู้ระดับ 4 มิติข้อมูล คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility Presentation) การบริการหลัก (Core Services) การบริการเสริม (Secondary Services) และด้านพนักงาน (Staff) ซึ่งมีความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ Howat and Assaker (2013) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลกระทบเชิงลำดับชั้นของคุณภาพการรับรู้ต่อคุณค่าที่รับรู้ความพึงพอใจและความภักดี: ผลลัพธ์เชิงประจักษ์จากพิพิธภัณฑ์ในประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยพบว่า มิติคุณภาพกระบวนการลำดับแรกสี่มิติ ได้แก่ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก บริการหลัก บริการรอง และพนักงาน ผลลัพธ์แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการสนับสนุนแบบจำลองหลายมิติแบบลำดับชั้นที่ทั้งสี่มิติมีส่วนสำคัญในการสร้างคุณภาพการรับรู้ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลมากที่สุด ค่าเฉลี่ยสูงลำดับแรก คือ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก บริการหลัก พนักงาน บริการรอง ตามลำดับ

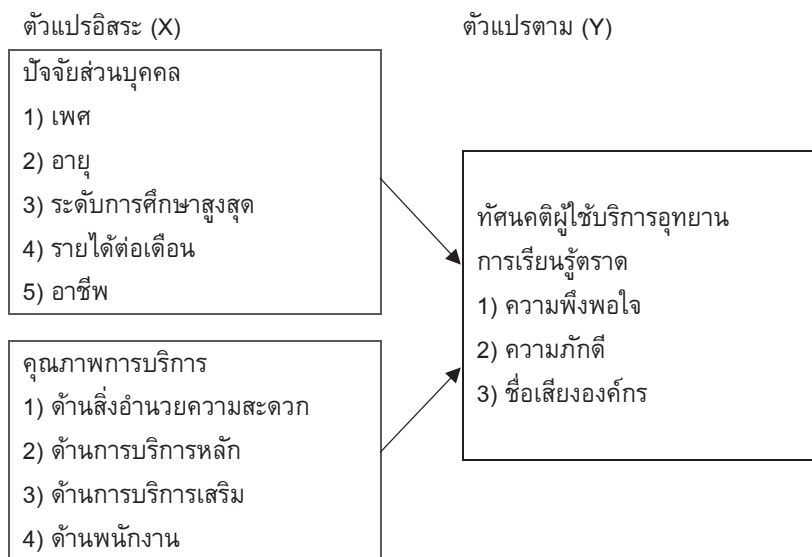
ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกและแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่ยาวนานพอสมควร ศักดิ์ไทย สุรกีบวร (2545) โดย (Gibson, 2000) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นส่วนที่ยึดติดแน่นกับบุคลิกลักษณะของบุคคลเรา ซึ่งบุคคลเราจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งทัศนคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้ 1) ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทัศนคติ คือ การได้รับการถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครู หรือกลุ่มของเพื่อนๆ 2) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติ จะประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล หมายถึง กระบวนการคิด ซึ่งเน้นไปที่การใช้เหตุผลและตรรกะ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ความเข้าใจ คือ ความเชื่อในการประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูกประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง 3) พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติ จะหมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจ (Intention) ของคนที่แสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำ (ประพฤติ) บางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร ให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู เป็นต้น โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัด หรือประเมินออกมาได้ งานวิจัย Islam, Pitafi, Xiaobei, Rehmani, Irfan & Mubarak (2021) ได้ทำการวิจัยเรื่องผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อความภักดีของลูกค้า: บทบาทสื่อกลางของชื่อเสียงขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า และความไว้วางใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของผู้ประกอบการโทรคมนาคม จำนวน 500 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ทั้งหมดบ่งบอกอย่างชัดเจนว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของชื่อเสียงขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า ความไว้วางใจของลูกค้า และความภักดีของลูกค้า

สมมติฐานการวิจัย

1) ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมี ความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กร ที่แตกต่างกัน

2) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดในช่วงเวลาวันจันทร์ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น. โดยใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1973) แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของประชาชนที่มาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด จึงใช้สูตรการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเก็บข้อมูลเฉพาะประชาชนที่มาใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามประชาชนภายหลังการให้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด บริเวณหน้าจุดประชาสัมพันธ์ ในช่วงเวลาเปิดทำการคือวันจันทร์ถึงวันศุกร์ตั้งแต่เวลา 10.00-18.00 น. ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ การทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) โดยรวมมีค่าตั้งแต่ .70 ขึ้นไปทุกด้าน ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูล และ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบอิสระ (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี least significant difference (LSD) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.7 มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.7 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.5 และมีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการและทัศนคติผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.70$) อันดับสอง คือ ด้านการบริการหลัก โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.64$) อันดับสาม คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.61$) และอันดับสี่ คือ ด้านการบริการเสริม โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ 2) ทัศนคติผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรก คือ ด้านชื่อเสียงองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.70$) อันดับสอง คือ ด้านความพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.61$) และอันดับสาม คือ ด้านความภักดี โดยมีค่าเฉลี่ยมาก ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กร ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านพนักงาน ($b = 0.412$, $t = 6.540$, $\text{Sig.} = .000$) ด้านการบริการเสริม ($b = 0.219$, $t = 3.984$, $\text{Sig.} = .000$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($b = 0.200$, $t = 3.570$, $\text{Sig.} = .000$) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด ตามลำดับ โดยทั้ง 3 ตัวแปรสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการบริการได้ร้อยละ 51.1 ($\text{Adjusted } R^2 = .506$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | สถิติที่ใช้ | ค่าสถิติ | Sig. |
|----------------------|-------------|----------|------|
| เพศ | F-test | 7.424 | .001 |
| อายุ | F-test | 17.819 | .000 |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | T-test | 0.113 | .004 |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | F-test | 4.474 | .012 |
| อาชีพ | F-test | 6.134 | .002 |

* $p < .05$

ตารางที่ 2 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด

| ความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กร | b | Std. Error | B | t | Sig. |
|--|------|------------|------|-------|-------|
| ค่าคงที่ | .415 | .164 | | 2.525 | .012* |
| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก | .200 | .056 | .198 | 3.570 | .000* |
| ด้านการบริการหลัก | .045 | .056 | .041 | .805 | .421 |
| ด้านการบริการเสริม | .219 | .055 | .223 | 3.984 | .000* |
| ด้านพนักงาน | .412 | .063 | .348 | 6.540 | .000* |
| R = .715, R ² = .511, Adjusted R ² = .506, SE _{Est} = 0.27949, F = 103.247, Sig. = 0.000* | | | | | |

* p < .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราด สามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐาน 1 ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กร ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรวรรณ ธรรมเจริญรุ่ง (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติของนักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุด:กรณีศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตดุสิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุด จำนวน 414 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนใหญ่ทัศนคติของนักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.090) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ด้านที่ 2 ด้านความน่าเชื่อถือของบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.170) รองลงมาคือ ด้านที่ 5 ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.160) รองลงมาคือ ด้านที่ 1 ด้านผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.170) 2) ระดับทัศนคติของนักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุด โดยภาพรวมพบว่า ระดับทัศนคติของนักศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุดอยู่ในระดับมาก 3) ผลการเปรียบเทียบระดับทัศนคติพบว่า นักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการจุด One stop service ของห้องสมุด ที่มีเพศ อายุ ชั้นปี แตกต่างกันอย่างมีนัยมีทัศนคติต่อการให้บริการจุด One stop service ของห้องสมุด แตกต่างกัน และสอดคล้องกับวิจัยของ ศลิษา เลี่ยมสุวรรณ และ ณัฐธยาน์ ถิ่นพันธุ์ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความผูกพันของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของ หอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริการของหอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี้ จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจความผูกพันของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติในการนำเสนอผลการวิจัย ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน ANOVA เปรียบเทียบคู่ต่างด้วยวิธีการของ Sheffe ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริการที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อการให้บริการของหอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี้ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดที่แตกต่างกันในแต่ละด้านมีประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดที่แตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการหลัก ด้านการบริการเสริม และด้านพนักงาน โดยสอดคล้องกับวิจัยของ Howat and Assaker (2013) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบเชิงลำดับชั้นของคุณภาพการรับรู้ต่อคุณค่าที่

รับรู้ความพึงพอใจ และความภักดี: ผลลัพธ์เชิงประจักษ์จากพิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการซ้ำของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสามแห่ง จำนวน 961 คน ผลการวิจัยพบว่า มิตินภาพกระบวนการลำดับแรกสี่มิติ ได้แก่ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก บริการหลัก บริการรอง และพนักงาน ผลลัพธ์แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการสนับสนุนแบบจำลองหลายมิติแบบลำดับชั้นที่มีทั้งสี่มิติมีส่วนสำคัญในการสร้างคุณภาพการรับรู้ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลมากที่สุด ค่าเฉลี่ยสูงลำดับแรก คือ การนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวก ($=0.375$) บริการหลัก ($=0.344$) พนักงาน ($=0.340$) บริการรอง ($=0.200$) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดีและชื่อเสียงองค์กรของผู้ใช้บริการ อุทยานการเรียนรู้ตราดที่แตกต่างกันในแต่ละด้าน ผู้วิจัยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์กับอุทยานการเรียนรู้ตราด ตามลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

- 1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษพบว่า อุทยานการเรียนรู้ตราดควรมีการจัดเตรียมเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนอย่างเพียงพอ เพราะเมื่อมีผู้ใช้บริการมากขึ้นอุปกรณ์บางส่วนอาจจะไม่เพียงพอต่อผู้ใช้บริการ และควรเตรียมความพร้อมของเทคโนโลยีและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพราะในยุคปัจจุบันนอกจากการอ่านหนังสือแล้ว ผู้ใช้บริการมักหาความรู้นอกเหนือจากหนังสือเพิ่มเติมเพื่อประกอบความรู้ให้หลากหลายขึ้น
- 2) ด้านการบริการหลัก จากการศึกษพบว่า อุทยานการเรียนรู้ตราดควรจัดเตรียมหนังสือวิชาการหรือวารสารให้เพียงพอเหมาะสมต่อการให้บริการ เพราะในผู้ใช้บริการบางรายอาจต้องการศึกษาหนังสือหลากหลาย และการที่ผู้ใช้บริการมากขึ้น หรือมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการที่ตรงกันดังนั้นอาจจะมีหนังสือหรือวารสารให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- 3) ด้านการบริการเสริม จากการศึกษพบว่า ห้องไอที มีอินเทอร์เน็ตที่ไม่ค่อยรวดเร็วและเครื่องมือไอทีไม่มีความทันสมัย ควรแก้ไขโดยตั้งประชุมปรึกษาหารือของงบประมาณ ขององค์กรผู้จัดตั้งอุทยานการเรียนรู้ตราด ให้มีงบประมาณในการจัดซื้ออุปกรณ์ไอทีที่ทันสมัยมากขึ้น และพบว่าในส่วนของห้องภาพยนตร์ ก่อนเข้าชมสื่อทัศน์ที่ไม่ค่อยมีความหลากหลาย เพราะมีการฉายเพียงพระราชประวัติ หรือเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ อุทยานการเรียนรู้ตราดควรเพิ่มสื่อที่สร้างการเรียนรู้ให้เกิดความหลากหลายยิ่งขึ้น
- 4) ด้านพนักงาน จากการศึกษพบว่า อุทยานการเรียนรู้ตราดควรมีการจัดอบรมฝึกทักษะพนักงานให้เกิดความเชี่ยวชาญในทุกๆ ด้านการบริการ ทั้งบริการหลักและบริการเสริมต่างๆ และอาจจะเพิ่มพนักงานมากขึ้นหรือจัดเวลาสำหรับพนักงานให้มีความลงตัว เช่น เวลาทำงาน 10:00-18:00 น. อาจจะจัดเป็นกะ หรือเป็นพนักงานช่วงเช้าและบ่าย เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการทำให้พนักงานไม่รู้สึกเหนื่อยล้าและละเลยต่อการปฏิบัติหน้าที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการอุทยานการเรียนรู้ตราดผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาวิจัยในระยะยาวเพื่อที่สามารถติดตามและประเมินความพึงพอใจ ความภักดี ชื่อเสียงองค์กรอย่างต่อเนื่อง
- 2) ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องคุณภาพการบริการของอุทยานการเรียนรู้ เชิงคุณภาพการศึกษา ลักษณะเจาะลึกเชิงเหตุผล
- 3) ควรมีการศึกษาวเคราะห์หาคู่ประกอบ อื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความภักดี ชื่อเสียงองค์กร เช่น ด้านนวัตกรรม หรือด้านสิ่งประดิษฐ์ AI ใหม่ เพื่อเสริมสร้างความรู้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉวีวรรณ เจริญทรัพย์. (2561). การบริหารจัดการห้องสมุดและอุทยานการเรียนรู้เพื่อนักศึกษามหาวิทยาลัยพิษณุโลก. สักทอง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทสม.), 24(1), 61-69.
- ฉัตรกมล เจริญวานิช และ กฤษฎา นันทเพ็ชร. (2563). การบริหารจัดการอุทยานการเรียนรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วิทยาลัยการบรรหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธัญพงศ์ สารรัตน์ และ นันทพร บุญพรหม. (2563). การพัฒนาห้องสมุดสาขาวิชาสังคมศึกษาคณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. วารสารงานวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- ปิยวรรณ ฟอน เฮอร์เจ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมหนังสือสร้างอาชีพของผู้สูงอายุ อุทยานการเรียนรู้รัตนครุเกิด. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ภัทรวรรณ ธรรมเจริญรุ่ง. (2563). ทศนคติของนักศึกษาที่เข้ารับบริการจุด One stop service ของห้องสมุด. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตดุสิต.
- ศลิษา เลี่ยมสุวรรณ และ ณัฐธยาน์ ถิ่นพันธุ์. (2561). ความผูกพันของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของหอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี. หอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123-135.
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction, and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centres in Australia. *Sport management review*, 16(3), 268-284.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).