

อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อ
ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ใน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Influence Corporate Image Service Quality Trust and Service Satisfaction Affect
Intention to Use Testing and Analysis Services By Scientific Equipment and Research
Division in Kasetsart University

มินทร์ธิดา ธนานนท์ศิริรัช
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

MINTHITA THANANONSIRITHACH
E-mail: 6614154058 @rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในการบริการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 - 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท ภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.47$) คุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.52$) ความไว้วางใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) ความพึงพอใจในการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) และความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ภาพลักษณ์องค์กร ด้านการสื่อสาร ด้านบุคลากร ด้านองค์กร นอกจากนั้น คุณภาพการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ รวมถึง ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในการบริการ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้บริการ, คุณภาพการบริการ

Abstract

The study indicated that the most personnel, teachers, researchers, and students of Kasetsart University, of the respondents were female, aged 41-50 years, received Bachelor's Degree, and received monthly income over 31,000 bath. Corporate image were at highest level ($\bar{X} = 4.41$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were personnel ($\bar{X} = 4.47$). Service quality were at highest level ($\bar{X} = 4.44$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were empathy ($\bar{X} = 4.52$). Trust was at highest level ($\bar{X} = 4.42$). Service satisfaction were at highest level ($\bar{X} = 4.35$). Intention to use testing and analysis services by Scientific Equipment and Research Division in Kasetsart University was rated at a highest level ($\bar{X} = 4.48$).

The results of hypothesis test show that (1) the personnel, teachers, researchers, and students of Kasetsart University with different education and income had different overall intention to use testing and analysis services by Scientific Equipment and Research Division in Kasetsart University at statistical significance of 0.05 levels. (2) Corporate image; communications, personnel, organization, in addition, Service quality; empathy, responsiveness, including, trust and service satisfaction had effect the intention to use testing and analysis services by Scientific Equipment and Research Division in Kasetsart University at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Intention to Use Services, Service Quality

บทนำ

การกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติในปัจจุบันมุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพงานวิจัยของประเทศ เพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (S&T) โดยมีเป้าหมายเพิ่มขีดความสามารถความสามารถในการแข่งขันและการพึ่งพาตนเองบนพื้นฐานของความรู้ ซึ่งส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ เศรษฐกิจเป็นระบบซับซ้อนที่ต้องอาศัยการบูรณาการของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยมีการลงทุนในนวัตกรรม การใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างเต็มศักยภาพ และระบบการศึกษาและวิจัยที่เข้มแข็งเป็นรากฐานสำคัญ (World Bank, 2020; OECD, 2023) หนึ่งในปัจจัยหลักที่มีผลต่อ GDP คือทรัพยากรมนุษย์ด้านวิทยาศาสตร์และการวิจัย ซึ่งปัจจุบันลดลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้แรงงานและนักวิจัยลดลง รัฐต้องใช้งบประมาณเพิ่มในการดูแลผู้สูงอายุ ทำให้ทรัพยากรสำหรับงานวิจัยจำกัด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) ขณะที่ แนวโน้มการศึกษาของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป โดยนิยมเรียนสายอาชีพหรือหลักสูตรระยะสั้นเพื่อสร้างรายได้เร็ว แทนการเรียนสายวิชาการที่ต้องใช้เวลา ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางวิชาการ (academic gap) และกระทบต่อการสร้างนวัตกรรมในอนาคต ด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วทำให้นวัตกรรมกลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อภาคเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูป การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เช่น Internet of Things (IoT) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างผลผลิตที่ยั่งยืน (World Bank, 2020; FAO, 2021) รวมถึงการใช้วิทยาศาสตร์วิเคราะห์ทรัพยากรธรรมชาติส่งผลให้เกิดนวัตกรรม เช่น พันธุ์พืชทนสภาพอากาศสุดขั้ว ซึ่งช่วยเสริมความมั่นคงทางอาหาร (OECD, 2019) ประเทศไทยยังประสบปัญหาการขาดแคลนนักวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีนักวิจัยเต็มเวลาเพียง 15 คนต่อประชากร 10,000 คน ขณะที่ประเทศในกลุ่ม OECD มีเฉลี่ยกว่า 40 คน ข้อมูลจากสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (2565) ปัญหาสมองไหลยิ่งซ้ำเติมสถานการณ์ ส่งผลต่อศักยภาพการให้บริการทางวิทยาศาสตร์ และลดความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องลงทุนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านวิทยาศาสตร์และการวิจัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในภาคการศึกษาและอุตสาหกรรม ผ่านการเพิ่มทุนวิจัย การจัดตั้งศูนย์นวัตกรรม และสร้างแรงจูงใจ เพื่อรักษาศักยภาพการคุณภาพสูง การเพิ่มนักวิจัยจะช่วยสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพิ่มมูลค่าให้ภาคเกษตรและอุตสาหกรรม และกระตุ้น GDP (UNESCO Institute for Statistics, 2023) ในบริบทของประเทศไทยที่มีเศรษฐกิจเกษตรกรรมเป็นฐาน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวิจัยด้านเศรษฐกิจชีวภาพ

(Bioeconomy) และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตร ผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานระดับชาติ เช่น สวทช. และกรมวิชาการเกษตร (BIOTEC, 2567) โดยฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ มก. มีการกิจให้บริการเครื่องมือห้องปฏิบัติการ และการฝึกอบรมเพื่อสนับสนุนงานวิจัยและภาคอุตสาหกรรม การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้การรักษาฐานผู้ใช้บริการเป็นเรื่องท้าทาย โดยผลการวิจัยจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการจัดการบริการและพฤติกรรมผู้บริโภค และนำผลไปใช้ในการวางกลยุทธ์พัฒนาการให้บริการ สร้างความเชื่อมั่น และเสริมภาพลักษณ์องค์กร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์สู่การเป็นศูนย์กลางความเป็นเลิศด้านการวิจัยและนวัตกรรมในระดับชาติและนานาชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาอิทธิพล ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
2. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการบริการส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจในการบริการ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต่างกัน
- สมมติฐานที่ 2 ภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สมมติฐานที่ 4 ความไว้วางใจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจในการบริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. ทำให้ทราบถึงความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการบริการ

3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐานสูงขึ้น ช่วยสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีและเพิ่มความน่าเชื่อถือของหน่วยงานในระดับสถาบันและระดับประเทศต่อผู้ใช้บริการ จะได้รับบริการที่มีคุณภาพ ถูกต้อง และตอบสนองต่อความต้องการได้ตรงจุดมากขึ้น เกิดความไว้วางใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ ส่งผลให้เกิดการใช้บริการซ้ำและบอกต่อสำหรับมหาวิทยาลัย ช่วยเพิ่มศักยภาพด้านงานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนนโยบายการบริหารจัดการห้องปฏิบัติการและเครื่องมือวิทยาศาสตร์ ส่งเสริมชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ

การตั้งใจจะเป็นตัวการในการปฏิบัติงานและสามารถนำมาทำนายผลการปฏิบัติได้ แต่ทั้งนี้ก็ยังมียังมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติและการแสดงอยู่ซึ่งถ้าเรามองถึงความตั้งใจอย่างเดียวจะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่ได้แก่ (1) ช่วงระยะเวลา ระหว่างช่วงเวลาที่ทำกรวัดพฤติกรรมและสังเกตพฤติกรรม ถ้าเว้นระยะเวลานานขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมและการแสดงพฤติกรรมอาจจะลดลงได้ (2) การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ อาจจะทำให้บุคคลเปลี่ยนความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมได้ (3) ขั้นตอนของพฤติกรรม หากพฤติกรรมมีขั้นตอนที่ซับซ้อนมาก ๆ บุคคลอาจจะมีการเปลี่ยนความตั้งใจที่จะล้มเลิกพฤติกรรมได้ (4) ความสามารถของบุคคล ความตั้งใจเป็นเพียงตัวตัดสินว่าจะกระทำพฤติกรรม แต่หากบุคคลขาดความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรม ก็ย่อมเป็นไปไม่ได้ที่จะเกิดพฤติกรรมขึ้น (5) ความจำบ่อยครั้งที่พบว่าบุคคลจำไม่ได้ว่าตั้งใจจะทำอะไรเป็นเหตุให้ไม่เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ (6) อุปนิสัยของบุคคลหากการกระทำที่ตั้งใจขัดกับอุปนิสัยพฤติกรรมใหม่จะไม่เกิดขึ้น (Ajzen & Fishbein (1975) โดยที่ความตั้งใจเกิดจาก 2 องค์ประกอบคือ (1) ทศคติต่อพฤติกรรม (Behavioral Attitudes) เป็นความเชื่อว่าการกระทำ จะแสดงออกมาอย่างแน่อนและต้องมีการประเมินสิ่งที่แสดงออกมา และ(2)การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในตัวแบบแรกของการศึกษาความเชื่อต่อพฤติกรรม และการประเมินผลลัพธ์ของการกระทำมีความเพียงพอในการทำนายความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น (Hale et al., 2002; Ajzen, 1985)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์องค์กร คือ ผลลัพธ์จากการสื่อสารและการกระทำขององค์กรที่หล่อหลอมให้สาธารณชนเกิดการรับรู้และตีความ องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ (1) บุคลิกภาพองค์กร (Corporate Personality) หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะขององค์กรที่สะท้อนผ่านค่านิยม วัฒนธรรม และการปฏิบัติงาน (2) เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) คือ สิ่งที่องค์กรใช้สื่อสารถึงสาธารณชน เช่น โลโก้ ชื่อ สีประจำองค์กร สโลแกน และพฤติกรรมของบุคลากร (3) การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication) ทั้งที่เป็นทางการ (official communication) และไม่เป็นทางการ (unofficial communication) ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ของบุคคลภายนอก (4) การรับรู้ของสาธารณชน (Public Perception) ที่เกิดขึ้นจริงจากการตีความข้อมูลและประสบการณ์ ทฤษฎีนี้เน้นว่า การสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ แต่ยังต้องอาศัย ความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่องค์กรเป็น (Identity) สิ่งที่องค์กรทำ (Action) และสิ่งที่สังคมรับรู้ (Perception) (Kennedy, 1977)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้ (1) การไม่สามารถถูกแบ่งแยกการให้บริการ (2) ไม่สามารถจับต้องได้ (3) ความไม่คงเส้นคงวา (4) จะเก็บไว้ไม่ได้ ถ้าไม่มีผู้มาใช้บริการ (Kotler, 1997) โดยที่การบริการที่มีคุณภาพมีความสำคัญต่อภาคธุรกิจที่อยู่ในระดับการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและเศรษฐกิจโลกดังนั้นบริษัทหรือองค์กรที่อยู่ในธุรกิจบริการจึงต้องพยายามกำหนดคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้ดีที่สุดเพื่อการดำรงอยู่รอดใน

ธรรมาภิบาล (Ghobadian et al., 1994) จึงต้องอาศัยเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่าตัวแบบ “SERVQUAL” สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติหลัก คือ (1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) (2) ความเชื่อถือไว้วางใจ (reliability) (3) การตอบสนองต่อผู้บริการ (responsiveness) (4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (assurance) และ (5) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (empathy) (Parasuraman et al., 1988)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสาร ในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดความคุ้นเคยเพื่อ ครอบงำลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่ (1) การสื่อสาร (Communication) : Self-disclosure and Sympathetic Listening พนักงานควรสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจได้ พนักงานควรแสดงความเปิดเผยจริงใจและ พร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึกและความคิดร่วมกัน (2) ความใส่ใจและการให้ (Caring and Giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้นั้น กลายเป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วยความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งมีผลให้ลูกค้ารู้สึกดี (3) การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า องค์กรควรยอมเสียผลประโยชน์ เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (4) การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility) ความเอาใจ ใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย (5) การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict Resolution) และการไว้วางใจ (Trust) ถ้าองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจได้ จะดีกว่าการที่องค์กรต้องแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งกับลูกค้า นั่นคือ องค์กรควรแสดงความรับผิดชอบ ด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่ สงสัยหรือไม่พอใจในสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าคิดว่าตนจะเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้ารีบถามเพื่อให้ พนักงานได้รับชี้แจงโดยเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะรู้สึกโกรธหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ (Stern, 1997)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับ ผู้ใช้บริการ โดยมีการพิจารณา 5 ด้าน ดังนี้ (1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความ ยุติธรรมในการให้บริการโดยทุกคนจะได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน (2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง การบริการที่จะส่งมอบให้กับผู้ใช้บริการให้ทันเวลาที่ได้มีการสัญญาไว้ หากไม่ตรงตามเวลาที่กำหนดจะเกิด ความไม่พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมี ความพร้อม ทั้งบุคลากร สถานที่ในการให้บริการที่มีความเหมาะสม (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่ต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ไม่ควรที่จะคำนึงถึงประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก ควร คำนึงถึงประโยชน์ต่อสาธารณะ (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง ต้องมีการปรับปรุง พัฒนาต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้ดีขึ้น (Millet, 2012)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการศึกษาที่มีการศึกษาตามสภาพ ที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากร ที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหา ขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่ม ตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลัก ที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัย ที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามรวม 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบด้วย ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านสินค้าและบริการ และด้านการสื่อสาร มีจำนวนข้อคำถามรวม 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ มีจำนวนข้อคำถามรวม 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความไว้วางใจ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ มีจำนวนข้อคำถามรวม 8 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการบริการ มีจำนวนข้อคำถามรวม 8 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีจำนวนข้อคำถามรวม 8 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจในการบริการ และความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปร
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence–IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้ครั้งนี้อยู่ระหว่าง 0.99 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 45 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ภาพลักษณ์องค์กร โดยภาพรวม เท่ากับ 0.900 ด้านองค์กรเท่ากับ 0.732 ด้านบุคลากรเท่ากับ 0.758 ด้านสินค้าและบริการเท่ากับ 0.869 และด้านการสื่อสารเท่ากับ 0.794 คุณภาพการบริการ โดยภาพรวม เท่ากับ 0.940 ด้านความเป็นรูปธรรมเท่ากับ 0.709 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

เท่ากับ 0.877 ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการเท่ากับ 0.852 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการเท่ากับ 0.810 และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการเท่ากับ 0.852 ความไว้วางใจเท่ากับ 0.913 ความพึงพอใจในการบริการเท่ากับ 0.905 และค่าความเชื่อมั่นของความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เท่ากับ 0.944

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามา ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ และแบบสอบถามกระดาษ (Paper-based Questionnaire) แจกให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตผู้ใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์คำนวณผลโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาแล้ว จึงได้นำข้อมูลนั้นมาประมวลผลด้วยการ วิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิง ปริมาณ ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจในการบริการ และความตั้งใจใช้ บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความ แปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ ความไว้วางใจและความพึงพอใจในการบริการที่มีผล ต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จะ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 - 50 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กรของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดย ภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียง ตามลำดับดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านองค์กร ด้านสินค้าและบริการ และด้านการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรม

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริการของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ของบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีเพศและอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวม ไม่ต่างกัน บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวม ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งประกอบด้วย ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านสินค้าและบริการ และด้านการสื่อสาร ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ภาพลักษณ์องค์กร ด้านการสื่อสาร ด้านบุคลากร และด้านองค์กร มีผลต่อ ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ภาพลักษณ์องค์กร ด้านสินค้าและบริการ ไม่มีผลต่อ ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการบริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ มีความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของหน่วยงานเป็นตัวเลือกอันดับแรก เมื่อต้องการใช้บริการด้านวิทยาศาสตร์ อาจเป็นเพราะภายในมหาวิทยาลัยยังมีอีกหลายหน่วยงานที่มีความสามารถในการให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบที่คล้ายกัน หน่วยงานจึงอาจไม่ใช่ตัวเลือกอันดับแรกที่ใช้บริการจะตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีความตั้งใจจะพูดถึงการบริการวิเคราะห์

ทดสอบของหน่วยงานในทางที่ดี มีความเห็นว่าหน่วยงานมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีทั้งด้านองค์กร บุคลากรมีความรู้ความสามารถ การให้บริการผลการวิเคราะห์ทดสอบมีความเป็นมาตรฐาน ตอบสนองตามความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงทำให้เกิดความประทับใจความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อการให้บริการของหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด เมื่อพิจารณาพบว่า จะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคตอยู่ในระดับสูงที่สุด

2. ผลการศึกษาความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

2.1 บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดังนั้น ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง มีความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ โดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัทธมน ปริยาณิชย (2565) ทำการศึกษาอิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และทัศนคติต่อการใช้บริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้ใช้บริการในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ที่มี เพศ ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda โดยภาพรวมไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีอายุต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีอายุต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ อุดคำมี (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยีความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยพบว่า อายุที่ต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าระดับการศึกษามีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ อุดคำมี (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยีความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน โดยพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร รัตสินทร (2562) ที่ได้ศึกษาการรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ภาพลักษณ์องค์กร ด้านองค์กรมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กร ด้านการองค์กร ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ผู้ใช้บริการยังคิดว่าหน่วยงานมีชื่อเสียงที่ดีและเป็นที่ยอมรับในสังคม และมีการบริการวิเคราะห์และทดสอบที่ทันสมัยและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวม หน่วยงานมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีในสายตาของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา สร้อยทอง (2566) ทำการศึกษา ภาพลักษณ์องค์กรด้านองค์กร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยพบว่า องค์กรประกอบภาพลักษณ์องค์กรด้านองค์กร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

3.2 ภาพลักษณ์องค์กร ด้านบุคลากรมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กร ด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า บุคลากร ปฏิบัติตามขั้นตอนความปลอดภัยและจริยธรรมวิชาชีพ มีความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์และทดสอบตามมาตรฐาน และหน่วยงานยังมีการจัดการระบบการจัดการบุคลากรที่ดีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา สร้อยทอง (2566) ทำการศึกษา ภาพลักษณ์องค์กรด้านบุคลากร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยพบว่า องค์กรประกอบภาพลักษณ์องค์กรด้านบุคลากร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

3.3 ภาพลักษณ์องค์กร ด้านสินค้าและบริการไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กร ด้านสินค้าและบริการ ในระดับมากที่สุดข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ การบริการวิเคราะห์ ทดสอบของหน่วยงานมีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการ ผู้ใช้บริการ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการอันได้แก่ บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิต ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถรับรู้ได้ถึงการใช้บริการของหน่วยงานวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ เป็นอย่างดีอยู่แล้วว่า เป็นหน่วยงานที่มุ่งเน้นสร้างการบริการวิเคราะห์ ทดสอบที่มีมาตรฐานมีความปลอดภัยและข้อมูลผลวิเคราะห์ ทดสอบไม่รั่วไหล สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน หากเมื่อใดที่ต้องใช้ผลงานการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์จะเลือกใช้บริการหน่วยงานนี้เสมอเพราะมีภาพลักษณ์องค์กรที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์องค์กรของ Leblance and Nguyen (1996) ภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจให้บริการเป็นปัจจัยที่กระตุ้นการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในมิติของการให้บริการที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการนั้นเกิดจากหลักการและเหตุผลที่สนับสนุนคือ การบริการที่เพิ่มมูลค่าให้กับบริการโดยให้บริการที่หลากหลาย รวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

3.4 ภาพลักษณ์องค์กรด้านการสื่อสาร มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กร ด้านการสื่อสารในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การสื่อสารของหน่วยงานมีความโปร่งใสและตรงไปตรงมา สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ อีกทั้ง ช่องทางการสื่อสารที่หน่วยงานมีอยู่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม ตลอดจนหน่วยงานมีความพร้อมในการให้ข้อมูลและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ ส่งผลต่อระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา สร้อยทอง (2566) ทำการศึกษา ภาพลักษณ์องค์กรด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยพบว่า องค์กรประกอบภาพลักษณ์องค์กรด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

4. ผลการศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ในระดับมากที่สุดข้อที่ได้

คะแนนน้อยที่สุดคือ การเข้าถึงหน่วยงานสะดวก ทั้งด้านการเดินทางและสถานที่จอดรถ อาจเนื่องมาจากผู้ใช้บริการรับรู้ถึงสถานที่ให้บริการของหน่วยงานอยู่ในมหาวิทยาลัยที่มีข้อจำกัดเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่จอดรถซึ่งไม่ใช่ปัญหาของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการทุกครั้ง บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตจะมุ่งเน้นไปที่ ผลของการบริการที่หน่วยงานให้บริการนั้นมีมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์และทดสอบที่แม่นยำเนื่องจากหน่วยงานมีความเชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์ทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ย่อมต้องใช้ เครื่องมือและอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ทันสมัยและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่แล้วจึงทำให้คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ได้ศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา

4.2 คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับมากที่สุดข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ หน่วยงานปฏิบัติอย่างยุติธรรมและไม่เอาเปรียบผู้ใช้บริการ อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มีมาตรฐาน ผลของการวิเคราะห์ ทดสอบทางวิทยาศาสตร์มีความปลอดภัย และประกอบกับหน่วยงานมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีทางด้านองค์กรและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอยู่แล้ว ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อการให้บริการของหน่วยงานเป็นอย่างมากอยู่แล้วจึงทำให้คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา

4.3 คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้บริการ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าบุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาหรือให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบได้ทันเวลาและเหมาะสม บุคลากรมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาหรือข้อสงสัยรวมทั้งหน่วยงานตอบสนองต่อข้อร้องเรียนและคำถามของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่า ความคาดหวังคุณภาพบริการ การตอบสนองความต้องการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคลิฟอร์นา ประเทศสหรัฐอเมริกา

4.4 คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ในระดับมากที่สุด ข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ บุคลากรสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการในทุกขั้นตอนของการบริการวิเคราะห์ อาจเนื่องมาจาก ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการให้บริการที่มีมาตรฐาน กระบวนการทำงานทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลของการวิเคราะห์ ทดสอบทางวิทยาศาสตร์มีความเป็นมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถและประกอบกับหน่วยงานมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีทางด้านองค์กรและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถอยู่แล้ว ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการ อย่างมากอยู่แล้ว จึงทำให้คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการประเมินคุณภาพการบริการมิติของ Parasuraman et al. (1988) ในมิติของการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

4.5 คุณภาพการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าบุคลากรมีความเอาใจใส่และให้ความช่วยเหลือผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล บุคลากรยังสามารถเข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวัง การตอบสนองความต้องการ โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์แก่ผู้ใช้บริการได้อีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัตติยา ทองสร้อย (2561) ได้ศึกษาความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเอนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยพบว่าความคาดหวังคุณภาพบริการ การเข้าถึงจิตใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเอนเดอร์สัน นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา

5. ผลการศึกษาความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ความไว้วางใจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อความไว้วางใจในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่าบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อความไว้วางใจในระดับมากที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะว่า ควรส่งเสริมและธำรงรักษาความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในมิติที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของการให้บริการวิเคราะห์ทดสอบ การคงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน การจัดให้มีผลการวิเคราะห์ทดสอบที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีความถูกต้องเที่ยงตรง การใช้เครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่มีความแม่นยำและทันสมัย การคงไว้ซึ่งความถูกต้อง แม่นยำ และความสม่ำเสมอของการให้บริการในทุกครั้ง ตลอดจนการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลและ ผลการวิเคราะห์ทดสอบของผู้ใช้บริการไม่ให้รั่วไหลหรือเปิดเผยแก่บุคคลภายนอก ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นสูงสุด อันจะนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีพบว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

6. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 ความพึงพอใจในการบริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจในการบริการในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การพัฒนาการให้บริการจึงควรให้ความสำคัญในหลายมิติ เริ่มจากการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ เนื่องจากช่วยเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็วในการเข้าถึงบริการ อย่างไรก็ตาม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง หน่วยงานควรคงไว้ซึ่งจุดแข็งดังกล่าว พร้อมทั้งพัฒนาระบบออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการภายหลังการรับบริการเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อการสะท้อนคุณภาพและประสิทธิภาพการให้บริการ ข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นควรถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตรงตามความคาดหวังและความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ อันจะช่วยส่งเสริมความไว้วางใจต่อหน่วยงานในระยะยาวในด้านอัตราค่าบริการ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความยุติธรรมและความโปร่งใส หน่วยงานจึงควรพิจารณาการกำหนดค่าบริการให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง และสามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจและลดข้อกังวลในการตัดสินใจใช้บริการ ขณะเดียวกัน การให้บริการที่ได้มาตรฐานตามหลักวิชาการและมาตรฐานสากลก็เป็นสิ่งจำเป็น เพราะนอกจากจะช่วยยืนยันคุณภาพและความถูกต้องของผลการวิเคราะห์ ทดสอบแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่หน่วยงานอีกด้วย การบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานยังทำหน้าที่เป็นทางเลือกที่สำคัญสำหรับผู้ใช้บริการ ซึ่ง

หากหน่วยงานสามารถสร้างความแตกต่างในการให้บริการได้อย่างชัดเจน ก็จะช่วยให้ผู้ใช้บริการมองเห็นคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการเลือกใช้บริการของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทั้งนี้ ความคุ้มค่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างยิ่ง หน่วยงานควรสร้างความมั่นใจว่าผลลัพธ์ที่ได้รับนั้นมีคุณภาพสอดคล้องกับค่าใช้จ่าย เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การสร้างจุดเด่นและคุณค่าเพิ่มในการให้บริการเป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ว่าการเลือกใช้บริการจากหน่วยงานมีความคุ้มค่าและแตกต่างจากการใช้บริการในหน่วยงานอื่น อีกทั้งยังช่วยเสริมศักยภาพในการแข่งขันเชิงคุณภาพและความน่าเชื่อถือในระดับสูง สุดท้าย ความปลอดภัยของข้อมูล ผลการวิเคราะห์เป็นประเด็นที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างมาก หน่วยงานควรวางระบบการป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลและดำเนินมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างความมั่นใจว่าข้อมูลของผู้ใช้บริการจะได้รับการคุ้มครองอย่างปลอดภัยและมีมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา สร้อยทอง (2566) ทำการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยพบว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารงานบุคคล ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะบุคลากร อาจารย์ นักวิจัย และนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น มหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานวิจัยอื่นเพื่อให้ทราบถึงระดับความตั้งใจใช้บริการวิเคราะห์ ทดสอบของฝ่ายเครื่องมือและวิจัยทางวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา สร้อยทอง. (2566). ผลกระทบนวัตกรรมบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของลูกค้าต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาคธนาคารในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงพร รัตติสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นัตติยา ทองสร้อย. (2561). ความคาดหวังคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารไทยของคนในเมืองเฮนเดอร์สัน, นอร์ทแคโรไลนา ประเทศสหรัฐอเมริกา [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. DSpace at Bangkok University.
<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4222>
- นัทธมน ปรียาณิชย์. (2565). อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และทัศนคติต่อการใช้บริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองที่พักผ่านแอปพลิเคชัน Agoda ของผู้ใช้บริการในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้. คั่นควาอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรทิพย์ อุดคำมี. (2564). อิทธิพลการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2566. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สำนักงานสภานโยบาย / NXPO). (2565). *Data Center / Dashboard: สถิติบุคลากร R&D ต่อประชากร*.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Chicago: Dorsey Press.

Ajzen, I. (1985). From intention to actions: A theory of planned behavior. In Kuhl, J. & Beckman J. (Eds.), *Action control: From cognition to behavior*. New York: Springer-Verlag, 11-39.

Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.

FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations). (2021). The State of Food and Agriculture 2021. Making agri-food systems more resilient to shocks and stresses. Rome: FAO. <https://doi.org/10.4060/cb4476en>

Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service quality: Concepts and models. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(9), 144-150.

Hale, J. L., Householder, B. J., Greene, K. L., Dillard, J. P., & Pfau, M. (2002). *The theory of reasoned action. The Persuasion Handbook: Developments in Theory and Practice*. Thousand Oaks, CA: Sage , 259-286.

Kennedy, S. H. (1977). Nurturing corporate images. *European Journal of Marketing*, 11(3), 119–164.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (9th Ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.

LeBlanc, G. & Nguyen, N. (1996) *Cues used by Customers evaluating Corporate Image In Service Firms*. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 7. No 2. pp 44–56

Millet, J.D. (2012). *Management in the Public Service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book Company.

OECD. (2019). Digital opportunities for better agricultural policies. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2023). *OECD Economic Surveys: Thailand 2023*. OECD Publishing, Paris. Retrieved from https://www.oecd.org/en/publications/oecd-economic-surveys-thailand-2023_4815cb4b-en.html

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50.

Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

Stern N. (1997). *Promoting an effective market economy in a changing world. Centre for Economic Performance*. London School of Economics and Political Science London: UK.

UNESCO Institute for Statistics. (2023). Research and Development Expenditure (% of GDP). Retrieved from World Bank: <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?locations=OE>

World Bank. (2020). *Unlocking Thailand's Border Potential*. Retrieved from
<https://www.worldbank.org/en/country/thailand/publication/unlocking-thailand-s-border-potential>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.