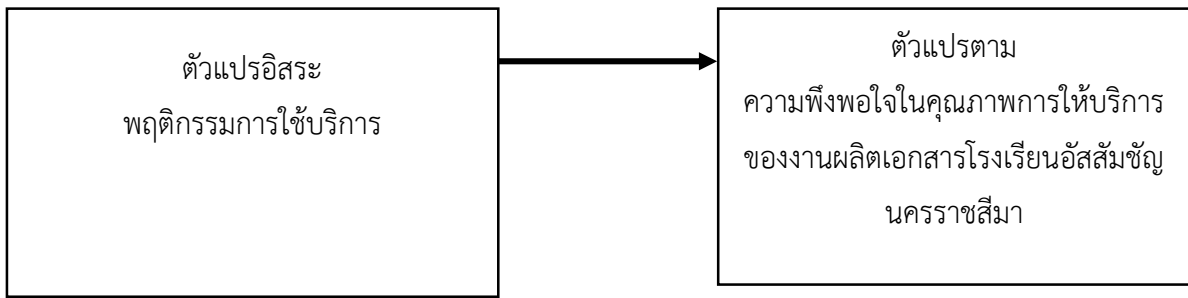


กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการงานผลิตเอกสารเอกสารของครู และบุคลากรทางการศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการงานผลิตเอกสารของโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

ทฤษฎีและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการ ของตนเอง (Schiffman and Kanuk, 1994) หรือเพื่อตอบสนองความต้องการภายในครัวเรือนและ องค์กร ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นว่านี้รวมกัน เรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้นมีความแตกต่างกันในลักษณะด้านประชากรศาสตร์อยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น พฤติกรรมกรกิน การใช้ การซื้อ และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์จึงแตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อการ บริโภคสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิดที่แตกต่างกัน นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัย อื่น ๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (กมลภพ ทิพย์ปาละ, 2555) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาเชิงพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจ และการกระทำของ ผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า จากทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน (Schiffman and Kanuk, 1994) และโดยส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และบริการต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (วันดี รัตนกาย, 2554) บุคคลทุกคนย่อมมีความต้องการ ได้แก่ ความต้องการในปัจจุบันเพื่อให้ตนเองมีชีวิตอยู่ได้และ ความต้องการในสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ตนเกิดความสุขความสบายใจ แต่มีใช้ว่าคนทุกคนจะ สามารถได้สิ่งที่ตนมีความต้องการมาบริโภคได้ครบ บางคนแม้กระทั่งปัจจัยสี่ก็ไม่สามารถหามาบำบัด 7 ความต้องการได้ ในขณะที่เดียวกันคนบางคนก็สามารถหาสินค้าและบริการมา บำบัดความต้องการมากมาย ตามความปรารถนา ความพึงพอใจ เป็นเรื่องส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดย อ้างอิงตามประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างและคล้ายคลึงตามแต่ ละบุคคล ซึ่งความพึง พพอใจ หมายถึง ความพอใจ ความชอบใจ หรือ ความรู้สึกชอบใจของบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงาน และองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ความพึงพอใจ ของแต่ละบุคคลไม่มีวันสิ้นสุดสามารถเปลี่ยนแปลง ได้เสมอตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม บุคคลจึงมี โอกาสที่จะไม่พึงพอใจในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกระดับบุคคล ซึ่งเป็นผลมา จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการปฏิบัติงาน หรือประสิทธิภาพของสินค้าและบริการ กับ ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและ บริการ กล่าวคือ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นต่ำกว่า ความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่ พพอใจ แต่ถ้าผลที่

ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นตรงกับความต้องการ จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าและบริการนั้นสูงกว่าความต้องการ จะทำให้เกิด ความประทับใจ (Kotler and Armstrong, 2003)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้รับบริการ หมายถึง ครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

วิธีการวิจัย

1. ตัวแปรที่ศึกษา

1) ประชากร ครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

2) กลุ่มตัวอย่าง ครูและบุคลากรโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา จำนวน 50 คน

3) ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ - ประกอบด้วย ได้แก่ สถานภาพ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ หน่วยงาน

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการของงานผลิตเอกสาร

โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

2. กลุ่มเป้าหมาย ครูและบุคลากรโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา จำนวน 50 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามความพึงพอใจ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการแจกแบบสอบถามศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานผลิตเอกสารโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2566 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 คน จากครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการงานผลิตเอกสารโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการงานผลิตโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 ส่วนมากเป็นครูร้อยละ 87.50 วิเคราะห์จากประเภทการเข้ารับบริการงานผลิตเอกสาร ที่มีการใช้บริการสูงสุด พบว่า การผลิตแนวการสอนได้มีการเข้ารับบริการโดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 81.00 และ การผลิตข้อสอบกลางภาค และข้อสอบปลายภาค มีการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 69.00ทั้งนี้สามารถสรุปการบริการงานผลิตเอกสาร โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ในทุกประเภทมีการเข้าใช้บริการเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อภาคเรียน

อภิปรายผลและสะท้อนผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการงานผลิตโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 ส่วนมากเป็นครูร้อยละ 87.50 วิเคราะห์จากประเภทการเข้ารับบริการงานผลิตเอกสาร ที่มีการใช้บริการ

สูงสุด พบว่า การผลิตแนวการสอนได้มีการเข้ารับบริการโดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 81.00 และ การผลิตข้อสอบกลางภาค และข้อสอบปลายภาค มีการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อภาคเรียน คิดเป็นร้อยละ 69.00ทั้งนี้สามารถสรุปการบริการงานผลิตเอกสาร โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ในทุกประเภทมีการเข้าใช้บริการเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อภาคเรียน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีต่อการใช้บริการงานผลิตเอกสารเอกสาร โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการพัฒนาระบบรับ - ส่งเอกสารที่ต้องการเข้ารับบริการงานผลิตเอกสาร และมีการ จัดลำดับ การให้บริการก่อน-หลัง รวมถึงมีการให้สำรองช่วงเวลาบริการล่วงหน้า ผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้ารับบริการ
2. ควรมีการปรับปรุงบริเวณที่จัดเก็บเอกสารให้มีความมิดชิดและแยกหน่วยงานเจ้าของเอกสาร ให้ชัดเจน
3. ควรมีการปรับภูมิทัศน์ภายในห้องบริการจัดทำเอกสารเพื่อสุขภาวะที่ดีของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ มีระบบระบายอากาศที่ดี มีการกรองฝุ่นหรือสารเคมีที่เกิดจากการผลิตเอกสาร

บรรณานุกรม (Bibliography)

- กมลภพ ทิพย์पालะ. (2555).กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอ าเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้อง สะท้อนภาพเลนส์เดี่ยวระบบดิจิทัล. การค้นคว้าแบบอิสระ (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขา การตลาด). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). ศิลปะการให้บริการ (กรุงเทพฯ : บจก.ซีเอ็ดยูเคชั่น).
- จิรนนท์ เกรียงธรรคคี. (2552) คุณภาพบริการตามความคาดหวังและการรับรู้ของนักเรียนโรงเรียน มหิตล วิทยานุสรณ์(องค์การมหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่. (2559). รายงานประจ าปี 2559 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.เชียงใหม่ : สมพรการ พิมพ์, 2559.

