

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์
ในการให้บริการการศึกษา
CUSTOMER SATISFACTION AND WEBSITE DESIGN
FOR EDUCATIONAL SERVICE

¹คัมภีร์ นิลแสง

¹Khampee Nilsaeng

มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, ประเทศไทย
The Eastern University of Management and Technology, Thailand.

Khampee Nilsang

Received : May 1, 2022; Revised : May 20, 2022; Accepted : May 25, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดอุบลราชธานีโดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรวัด 5 ระดับ จำนวน 24 ข้อทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบ t-test, F-test, MANOVA และ Pearson Correlation ผลวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การบริการจากทั้งในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 (SD = .40) นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศอายุระดับการศึกษา แสดงผลต่อความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลทดสอบ $F = .122$ (Sig. .728), $.872$ (Sig. .481), 2.308 (Sig. .058) ตามลำดับ

คำสำคัญ การออกแบบเว็บไซต์ และความพึงพอใจ

¹ อาจารย์ ดร. หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น

Abstract

The objective of this research aimed at the study of customer satisfaction and website design for educational service of University students in Ubonratchatanee province. 24 items with five Likert scales of a questionnaire was carried out and tested validity and reliability. The statistical analysis are frequency, percentage, standard deviation, t-test, F-test, MANOVA and Pearson Correlation. The results revealed that the mean of the satisfaction on the website service are high level for all components at 3.50 (SD = .40). Besides, personal factors such as gender, age and education level contributed no statistically significant difference to satisfaction at .05, $F = .122, .872, 2.308$ (Sig, .728, .481, .058), respectively.

Keywords: Website Design and Satisfaction

บทนำ

สังคมไทยเราในวันนี้หรือวันเวลาเมื่อย้อนกลับไปในอดีตกาลเด็กไทยเราหลายคนมีความเก่งความสามารถในหลากหลายมิติ แต่เราท่านมิได้พบเห็นถึงเด็กไทยเราที่ได้ก้าวไปสู่ระบบความคิดการมองโลกที่จะได้รับผลกระทบในอนาคตในภาพรวมคำถามหนึ่งก็คืออะไรเหตุใดที่ทำให้เด็กไทยหลายคนไปไม่ถึงฝันที่ได้คิดคำนึงถึงความฝันทั้งของตนเองและครอบครัวไว้ข้อเท็จจริงหนึ่งที่ได้พบเห็นในเชิงประจักษ์ก็คือเด็กเยาวชนไทยวันนี้ต้องอยู่ภายใต้สังคมแห่งเงินนิยมบริโภคนิยมวัตถุนิยมทุนนิยมมีอาจจกรวมถึงภาวะแห่งการเมืองที่ดูเสมือนเขาเหล่านั้นจักหาประตูทางออกให้ตนเองและประเทศชาติได้อย่างไร ตัวเลขของประชากรไทยทั้งประเทศจากส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียนสำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทยในปี พ.ศ. 2563 มีประชากรทั้งประเทศ 66.18 ล้านคนโดยมีจำนวนตัวเลขของเด็กที่อายุ 0-14 ปีในจำนวน 11,346,575 คนเยาวชนไทยอายุ 15-24 ปีในจำนวน 8,982,619 คนคนวัยทำงานอายุ 25-54 ปีในจำนวน 31,518,936 คนคนในวัย 55-64 ปีมีจำนวน 8,974,878 คนและประชากรสูงอายุนับ 65 ปีขึ้นไปในจำนวน 8,154,392 คนในจำนวนนี้หากเราท่านได้เห็นตัวเลขของคนสูงวัยที่มีจำนวนกว่า 17 ล้านคนและจำนวนของเด็กเยาวชนในตัวเลข 20 ล้านคนเศษซึ่งมีตัวเลขแห่งความห่วงอย่างมีนัยสำคัญทั้งการศึกษานโยบายต่างๆของรัฐบาลทั้งงบประมาณเงินที่สนับสนุนทั้งการศึกษา

คุณภาพชีวิตของเด็กเยาวชนและผู้สูงอายุของไทย (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย, 2563)

รายงานข่าวจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) เปิดเผยว่าผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนประจำปี 63 ซึ่งเป็นการสำรวจประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไปจำนวน 63.8 ล้านคนพบว่าประเทศไทยมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์จำนวน 16.8 ล้านคนคิดเป็น 26.4% และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 49.7 ล้านคนคิดเป็น 77.8% ของประชากรทั้งประเทศเพิ่มขึ้นจากปี 59 ที่มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 29.8 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 49.7 ทั้งนี้จากผลสำรวจชี้ให้เห็นว่าคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อสำรวจถึงการใช้งานกลับพบว่ากิจกรรมที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นการใช้งานเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์กสูงถึง 92% รองลงมาคือใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตเช่นโทรผ่านไลน์เฟซบุ๊ก เฟสบุ๊ก ไลน์ ไลน์เป็นต้น 90.9% และใช้ในการดาวน์โหลดหรือสตรีมมิ่งรูปภาพ หนังสือ วิดีโอ เพลง เล่นเกม ดูหนัง 74.3% นอกจากนี้ยังพบว่าคนไทยสูงถึง 89.3% ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน รองลงมาใช้สัปดาห์ละครั้งประมาณร้อยละ 10.1 ส่วนอุปกรณ์การเข้าถึงหรือใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตพบว่าใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูงคือ 99.2% ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ 27.2% และใช้คอมพิวเตอร์พกพาหรือโน้ตบุ๊ก 12.5% นอกจากนี้แล้วหัวหน้าฝ่ายพันธมิตรธุรกิจยูทูบประเทศไทยเปิดเผยว่าในปีนี้มียูทูบเบอร์ที่ส่งเสริมยูทูบเบอร์เพื่อสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่มีคุณภาพโดยเฉพาะคอนเทนต์ในด้านการศึกษาและการเรียนการสอนมากขึ้นเพราะการแพร่ระบาดของโควิด-19 ปีที่ผ่านมาส่งผลให้นักเรียนตามโรงเรียนต่างๆต้องเรียนออนไลน์หรือเรียนจากที่บ้าน (Learn from Home) มากขึ้นเพื่อให้เป็นคอนเทนต์ที่เสริมความรู้นอกห้องเรียนเสริมให้กับเด็ก ๆ เพิ่มจากการเรียนในห้องเรียนปกติ “การส่งเสริมคอนเทนต์ในการด้านศึกษาปีนี้จะเป็นการนำเสนอรูปแบบแชร์หรือแบ่งปันความรู้ในเรื่องการเรียนการสอนเพื่อช่วยเพิ่มความรู้ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะยูทูบเบอร์ส่วนใหญ่จะมีของหรือวิธีการนำเสนอรูปแบบต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์อยู่แล้วจึงอยากให้นำมาแสดงหรือแบ่งปันความรู้ให้กับคนไทยและนักเรียนเพิ่มขึ้น” นอกจากนี้สำหรับการทำกรอบรมหรือเทรนนิ่งเกี่ยวกับการสร้างสรรค์คอนเทนต์ให้กับยูทูบเบอร์ที่ปกติจะมีการจัดอบรมเป็นประจำก็จะมีการปรับเปลี่ยนมาอยู่ในรูปแบบออนไลน์เนื่องจากได้รับผลกระทบจากโควิด -19 ซึ่งยูทูบเบอร์ก็มีการปรับตัวเริ่มมีความคุ้นชินกับการอบรมในรูปแบบออนไลน์กันแล้วที่ผ่านมา Google และเทมาเส็กได้ทำวิจัยพบว่าคนไทยมีการใช้งานออนไลน์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องงานประมาณ 4.7 ชั่วโมงต่อวันตั้งแต่โควิด -19 ระบาดพฤติกรรมการณ์การดูคอนเทนต์หลากหลายมากขึ้นเพราะคนไทยต้องการอยู่บ้านอย่างมีความสุขในช่วงที่โควิด -19 ระบาดใหม่ ๆ ยูทูบทำโครงการสแตย์โฮมวี มีเป็นการรวบรวมเอาคอนเทนต์ที่จะช่วยให้ทุกคนอยู่บ้านได้

สังคมไทยเราและสังคมในระดับโลกในวันเวลานี้ผลกระทบหนึ่งที่เกิดขึ้นได้ก็คือการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 ที่แพร่กระจายในจำนวนของผู้ติดเชื้อไปทั่วโลกอาชีพการงาน

ของหลายครอบครัวต้องอยู่ในภาวะวิกฤตการตกงานหรือการไม่มีงานทำ การต้องแสวงหางานหรือเงินหนทางใหม่เพื่อใช้จ่ายในครอบครัวมีอาจรวมถึงระบบการเรียนการสอนในระบบโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาทุกระดับ หากเป็นผู้เรียนที่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยทั่วประเทศก็ถูกสั่งจากเจ้ากระทรวงให้ยุติการเรียนการสอนในระบบโรงเรียน และสั่งการให้ไปจัดการสอนในระบบออนไลน์แทน การออกแบบจัดระบบการศึกษาไว้รองรับในระบบออนไลน์หากสถาบันการศึกษาใดไม่สามารถจัดการกับปัญหาดังกล่าวได้ก็ให้ครูหรืออาจารย์ได้ส่งใบงานให้ผู้เรียนและติดตามผลสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง สิ่งที่เป็นปัญหาก็คือใบงานที่ต้องทำที่บ้านทำให้ผู้เรียนบางส่วนไม่มีวินัยไม่ทุ่มเทกับการเรียน ไม่มีสมาธิกับการเรียน เพราะฉะนั้นปัญหาสำคัญที่นำมาสู่งานวิจัยนี้อยู่ที่แนวคิดของการพัฒนา Website ที่ช่วยให้สร้างและเกิดเป็นความพึงพอใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งครูไปจนถึงนักเรียน และนักศึกษาที่นำเอาเทคโนโลยีนี้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม สิ่งสำคัญคือการพัฒนา Website แล้วส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีขึ้นของมนุษย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา
2. เพื่อศึกษาระดับค่าเฉลี่ยการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยของผู้ใช้บริการและความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีกลุ่มประชากรจำนวน 10,001 คน (สำนักงานทะเบียนการศึกษาพิเศษ จังหวัดอุบลราชธานี) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) เป็นการสุ่มแบบง่าย โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ขนาดตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 401 คน ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ถือว่าเพียงพอผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (Yamane, 1973)

วิธีสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามสภาพจริงมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายที่เน้นความสะดวกในการให้ข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เดินเข้ามาใช้บริการในร้าน ช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-ธันวาคม 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเสนอค่าสถิติการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติแบบอธิบายและแบบอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้สถิติ t-test และ F-test เพื่อนำไปอธิบายข้อมูลในรูปแบบตารางต่อไป

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.คิดเป็นร้อยละ 45.1 ประกอบอาชีพเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 23.2 มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 59.4 และมีความรู้เกี่ยวกับเว็บไซต์ ของศูนย์การศึกษาพิเศษเขต 10 คิดเป็นร้อยละ 78.3

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา จังหวัดอุบลราชธานีระดับค่าเฉลี่ยตัวแปร ($n = 401$) ในภาพรวม จากทั้งในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 (SD = .38) ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความง่ายของระบบ (System Availability) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (SD = .48) รองลงมาความสะดวกสบายของเว็บไซต์ (Website Convenience) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (SD = .46) รสนิยมของเว็บไซต์ (Website Aesthetic) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (SD = .48) ความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ (Website Personalization) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (SD=.52) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.23 (SD =.50) และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การบริการ(Satisfaction on e-Service Quality)โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 (SD =.40)เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การบริการ (Satisfaction on e-Service Quality) จากทั้งในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 (SD =.40) ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านข้าพเจ้าจะเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์บริการนี้อีกในอนาคตค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 3.66 (SD = .47) รองลงมาคือข้าพเจ้าจะยืนยันกับเพื่อนและผู้อื่นให้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์บริการนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 (SD = .50)ข้าพเจ้าจะพูดในเชิงบวกถึงเว็บไซต์การบริการการศึกษานี้ให้กับผู้อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 (SD = .49)และข้าพเจ้าจะแนะนำเว็บไซต์บริการการศึกษานี้ให้กับทุกคนที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาพิเศษโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (SD = .49) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

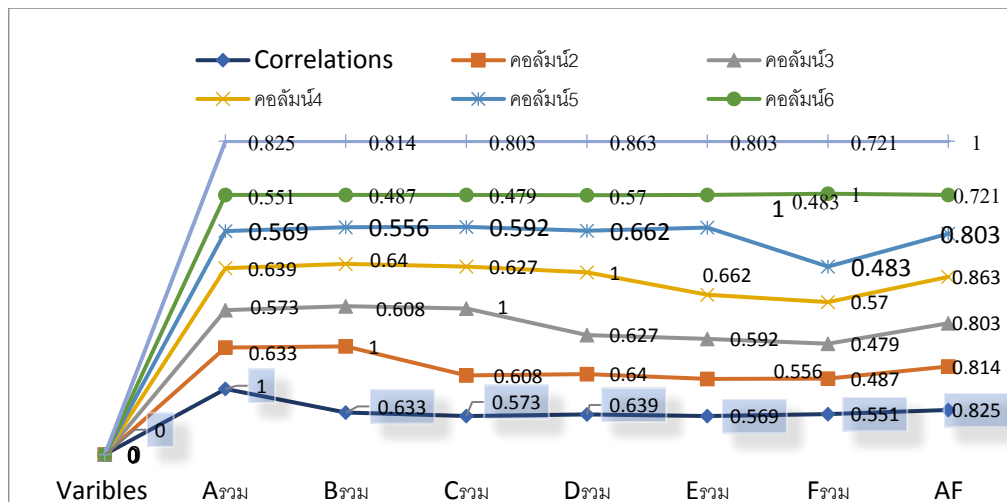
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีผลทดสอบ $F = .122$ (Sig) .728, 872 (Sig) .481, 2.308 (Sig) .058 เรียงตามลำดับส่วนเพศ,อายุ, ระดับการศึกษา มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา จังหวัดอุบลราชธานี ระดับค่าเฉลี่ยตัวแปร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent)	ผลรวมค่าเฉลี่ย กำลังสอง (SS)	องศาอิสระ (df)	ค่าเฉลี่ยกำลัง สอง (MS)	ผลทดสอบ (F)	นัยสำคัญ (Sig.)
1) เพศ	.029	401	.029	.122	.728
2) อายุ	.834	401	.208	.872	.481
3. ระดับการศึกษา	2.207	401	.552	2.308	.058

* $P < .05$

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวพบว่า ตัวแปรการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งมีองค์ประกอบได้แก่ คุณภาพของข้อมูล (A) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (F) ในระดับปานกลางโดยมีค่า $r = .551$ (Sig) .000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรองค์ประกอบ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการ การศึกษา มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการออกแบบเว็บไซต์ในการให้บริการการศึกษา จังหวัดอุบลราชธานีระดับค่าเฉลี่ยตัวแปร ($n = 401$) ในภาพรวม จากทั้งในภาพรวมและราย ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 ($SD = .38$) คงเนื่องมาจากความพึงพอใจของ ลูกค้าในธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นจาก 1) พนักงานผู้ให้บริการมีความตั้งใจในการบริการ (Attendees in Service) 2) พนักงานผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ (Responsibility in Service) 3) พนักงานผู้ให้บริการมีการดูแลลูกค้าอย่างดีและมีความเป็นเพื่อต่อลูกค้า (Care and Friendly to Customer) ตลอดจน Kotler (2006) ที่ได้นิยามความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่าเป็นความรู้สึกของบุคคล (Personal Feeling) ว่าชอบหรือผิดหวัง (Disappointment) ซึ่งเป็นผลจากการได้รับสินค้าหรือบริการแล้วเปรียบเทียบการความ คาดหวัง (Expectation) ของลูกค้า และการให้ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่า เป็นการประเมินของลูกค้าในอารมณ์ (Emotion) ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อ (Believe) ของลูกค้าผู้มาขอใช้บริการจนทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก (Positive Feelings) หรือไม่ มีความสอดคล้องกับผลวิจัยของ Rita et al (2019) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริการ ทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) โรงงาน แล้วพบว่า คุณภาพบริการประกอบด้วย การ

ออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) ความปลอดภัยและเป็นส่วนตัว (Security/Privacy) และการเติมเต็ม (Fulfillment) มีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-Service Quality) และสรุปเพิ่มเติมว่า การออกแบบเว็บไซต์มีผลกระทบมากที่สุดที่คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง Bult (2016) ได้เคยสรุปไว้ว่า การทดสอบคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันในแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวพบว่า ตัวแปรการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งมีองค์ประกอบได้แก่ คุณภาพของข้อมูล (A) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (F) ในระดับปานกลางโดยมีค่า $r = .551$ (Sig. .000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีความสอดคล้องไปกับผลวิจัยของ Shin et al (2013) ที่แสดงให้เห็นถึง บทบาทของกระบวนการเผยแพร่เนื้อหาทางโซเชียลเน็ตเวิร์กมีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของอัตราเงินลงทุน (ROI) และการศึกษาที่ยืนยันว่า การที่ลูกค้าเข้าถึงในโซเชียลมีเดียไซต์ของบริษัท ลูกค้ามักจะเข้าร่วม (Engage) ในการเป็นชุมชนของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Community) และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ดังนั้น ผู้บริหารของศูนย์ จำเป็นต้องพัฒนา คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละคือ เว็บไซต์มีข้อมูลให้บันทึก เช่น ใบสมัคร แบบคัดกรอง ข้อมูลบนเว็บไซต์มีคุณภาพและน่าสนใจ เว็บไซต์เต็มไปด้วยข้อมูลมากมายพร้อมรายละเอียดโดยมีข้อมูลในเว็บไซต์ค่อนข้างมากแต่ก็เพียงพอต่อความต้องการของผู้ที่ต้องการข้อมูล แล้วนำไปใช้ประโยชน์ใน Website ของศูนย์

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการจะเกิดขึ้นจาก 1) พนักงานผู้ให้บริการมีความตั้งใจในการบริการ (Attendees in Service) 2) พนักงานผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบ (Responsibility in Service) 3) พนักงานผู้ให้บริการมีการดูแลลูกค้าอย่างดีและมีความเป็นเพื่อนต่อลูกค้า (Care and Friendly to Customer) ตลอดจน Kotler (2006) ที่ได้นิยามความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่าเป็นความรู้สึกของบุคคล (Personal Feeling) ว่าชอบหรือผิดหวัง (Disappointment) ซึ่งเป็นผลจากการได้รับสินค้าหรือบริการแล้วเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Expectation) ของลูกค้า และการให้ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction) ว่าเป็นการประเมินของลูกค้าในอารมณ์ (Emotion) ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อ (Believe) ของลูกค้าผู้มาขอใช้บริการจนทำให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก (Positive Feelings) หรือไม่

การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) ประกอบด้วย 1) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) 2) รสนิยมของเว็บไซต์ (Website Aesthetic) 3) ความสะดวกสบาย

ของเว็บไซต์ (Website Convenience) 4) ความเป็นส่วนตัวของเว็บไซต์ (Website Personalization) 5) ความง่ายของระบบ (System Availability) ขณะที่ ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์การบริการ (Satisfaction on e-Service Quality) การพูดปากต่อปาก (Word of Mouth) การกลับมาใช้บริการอีก (Revisiting) ความพึงพอใจทั้งหมด (Overall Satisfaction)

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563). *สำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2563*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/>, วันที่ 14 กันยายน 2563
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย (2563). *โครงสร้างข้อมูลสถิติจำนวนประชากรแยกอายุ*. สืบค้นจาก https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByAge.php วันที่ 12 สิงหาคม 2563
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Marketing management (12th ed.)* Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Rita, P., Oliveira, T. & Farisa, A. (2019). *The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping*. 'ISCTE Business School (IBS), Instituto Universitario de Lisboa, Portugal.

