

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสการแข่งขันกันบนโลกธุรกิจไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน นอกจากการผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ในขณะเดียวกันก็ต้องผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ คือมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำ สินค้า นอกจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้แล้ว การให้บริการก็ถูกนับรวมว่าเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ซึ่งองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ หรืออาจจะเรียกว่าการให้บริการอย่างมีคุณภาพมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้า คุณภาพการบริการถูกมองว่าเป็นสิ่งที่จะขับเคลื่อนกิจกรรมให้กิจกรรมต่างๆภายในองค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้คุณภาพการบริการยังถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้แล้วคุณภาพการบริการหรือการให้บริการที่ดีนั้นยังส่งผลต่อผู้บริโภคในการกลับมาซื้อซ้ำ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำสำหรับธุรกิจการบริการ แต่สำหรับคนส่วนใหญ่แล้ว ประสบการณ์การได้รับการบริการที่แย่หรือเลวร้ายนั้นกลับถูกบอกเล่าต่อกันมากกว่าประสบการณ์ที่ดีรับจากการได้รับการบริการที่ดี ผู้ให้บริการจึงต้องให้ความสนใจในเรื่องของคุณภาพการบริการ เพราะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการบริโภคสินค้าหรือบริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลงหรือไม่ได้ตามความคาดหวัง อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบงานบริการระหว่างงานบริการสาธารณะหรืองานบริการของรัฐและงานบริการของภาคธุรกิจเอกชนแล้ว ผู้ใช้บริการงานบริการของภาครัฐไม่มีตัวเลือกมากนักดังเช่นของภาคเอกชน แม้จะได้รับการบริการที่ไม่ดี แต่ก็ยังคงต้องใช้บริการสาธารณะเหล่านี้ต่อไป แม้ว่าการบริการเหล่านั้นยังไม่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งการบริการที่ไม่ดีเหล่านั้นก็ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กรนั้นๆ

การให้บริการสารสนเทศในมหาวิทยาลัยของรัฐก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างงานบริการที่ควรได้รับการพิจารณา เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาททั้งในองค์กรภาคธุรกิจเอกชน องค์กรภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้มาใช้บริการในแต่ละองค์กรหรือหน่วยงานภายในองค์กร

กลุ่มผู้ใช้บริการสารสนเทศภายในมหาวิทยาลัยของรัฐประกอบด้วยนักศึกษา นักวิชาการ อาจารย์และเจ้าหน้าที่โครงการต่างๆที่ปฏิบัติงานภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการเหล่านี้มีความคาดหวังจากการได้รับบริการที่แตกต่างกันไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ส่งผลกระทบให้ปัจจุบันเกิดความต้องการการบริการที่ต่างกันไป ออกไปเป็นกลุ่มย่อยๆมากมาย ตามรสนิยมและรูปแบบใช้ชีวิตของแต่ละกลุ่ม และนอกจากนี้ รูปแบบการเรียนการสอนที่ปัจจุบันส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ ตามความสนใจของนักศึกษาแต่ละคน ทำให้หน่วยงานต่างๆภายในมหาวิทยาลัย รวมถึงหน่วยงานสารสนเทศต้องเตรียมความพร้อมเพื่อตอบสนองและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว งานบริการสารสนเทศในมหาวิทยาลัยจึงได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนี้หลีกเลี่ยงไม่ได้ จำเป็นที่จะต้องได้รับการประเมินคุณภาพการบริการของหน่วยงานสารสนเทศ เพื่อให้คุณภาพการบริการสารสนเทศสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ (Service quality) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์และรังสิต)

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคุณภาพการบริการ เป็นกลุ่มประชากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย (ท่าพระจันทร์และรังสิต)

2. ขอบเขตด้านสถานที่

เพื่อให้ผลของการศึกษาวิจัยมีความน่าเชื่อถือ จึงสำรวจและประเมินคุณภาพการบริการสารสนเทศในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์และรังสิตเพียงเท่านั้น โดยมีได้มีการนำการประเมินคุณภาพการบริการจากวิทยาเขตอื่นๆ มาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อตรวจสอบคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จากทัศนคติของนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์และรังสิต)
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์และรังสิต)

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการหรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer) มีชื่อว่าSERVQUAL ถูกพัฒนาโดยทีมนักวิจัยการตลาด ได้แก่ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry โดยใช้วัดความแตกต่างระหว่าง ความคาดหวังและความพึงพอใจของบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ (Parasuraman et al., 1985) ในช่วงแรกเริ่มมีการวัดคุณภาพได้แบ่งการประเมินคุณภาพการบริการเป็น 10 ด้าน ได้แก่

1. ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะสภาพแวดล้อมที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคลากร
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเชื่อถือได้ของคุณลักษณะหรือมาตรฐานการบริการ
3. การตอบสนอง (Responsiveness) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าอย่างทันที่
4. ความสามารถ (Competence) ความสามารถในการให้บริการอย่างรอบรู้ ถูกต้องเหมาะสม
5. ความมีมารยาท (Courtesy) การบริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ให้เกียรติต่อผู้ใช้บริการ
6. ความน่าศรัทธา (Credibility) ความเชื่อถือได้ บริการที่ซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจ
7. ความปลอดภัย (Security) ความมั่นคง ปลอดภัย อบอุ่นใจขณะใช้บริการ
8. การเข้าถึงบริการ (Access) การเข้าใช้บริการง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก
9. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างกระจ่าง เข้าใจหมดข้อสงสัย

10. ความเข้าใจ (Understanding The Customer) ความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ

หลังจากนั้นได้มีการพัฒนามิติการวัดคุณภาพบริการจาก 10 ด้านเหลือ 5 ด้านในต้นศตวรรษที่สิบเก้า (Parasuraman et al., 1988) เพื่อให้เกิดการใช้งานที่ง่ายและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความเชื่อถือของคุณลักษณะหรือ มาตรฐานการบริการ

2. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที

3. ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้ ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการให้บริการ ความสุภาพ ให้เกียรติผู้ให้บริการ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้

4. ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) การดูแลเอาใจใส่ ให้ความสนใจผู้ใช้แต่ละคน ความใกล้ชิดสนิทสนม ความรู้สึกที่สามารถรับรู้ถึงความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการ ข้อจำกัด และปัญหาของผู้ใช้

5. ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มองเห็นเป็นรูปธรรม เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ บุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตการบริการสารสนเทศในมหาวิทยาลัยดังนี้

1. บริการเว็บเมล์นักศึกษา
2. ห้องสมุดดิจิทัล
3. Class Web/e-learning
4. บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
5. บริการสำนักทะเบียนและวัดผล
6. บริการฐานข้อมูลภายในหน่วยงาน / คณะ