

การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน นคร จำกัด
อรรถภัทร ไฝจันทิก 60690114 , ผศ.นิภาพรรณ อนันต์พลศักดิ์ (อาจารย์ที่ปรึกษา)

บทคัดย่อ

การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน นคร จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ และเพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 54 คน ได้แก่ลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการในด้านภาพรวมองค์กร ด้านมุมมองการเลือกใช้บริการ และด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ และความต้องการของลูกค้าในการบริการและข้อเสนอแนะ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรูปแบบการให้บริการ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาโดยภาพรวม พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน นคร จำกัด อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ในเรื่องความต้องการของลูกค้า พบว่าลูกค้าต้องการบริการที่รวดเร็วขึ้น ซึ่งควรนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

1. บทนำ (INTRODUCTION)

การขนส่งทางทะเลเป็นการขนส่งที่มีความสำคัญและนิยมมาก โดยรูปแบบการขนส่งทางทะเลส่วนใหญ่ในปัจจุบันเป็นการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ (Container Box) โดยนำสินค้าที่จะทำการขนส่งมาบรรจุใส่ในตู้ (Stuffing) และทำการขนย้ายตู้ขึ้นไว้บนเรือ Container Ship ที่ถูกออกแบบมาใช้ในการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์

บริษัทมหาชน นคร จำกัด เป็นธุรกิจประเภทการให้บริการจ้างงานชั่วคราว โดยมีบริการหลักคือการรับ – คืนตู้คอนเทนเนอร์ บริการซ่อมบำรุง บริการล้างทำความสะอาดตู้สินค้าทุกประเภท และบริการขนส่งและขนถ่ายสินค้าทางบก โดยมีแผนก Customer Service คอยติดต่อประสานงานหลักกับลูกค้าและติดต่อประสานงานกับแผนก CY ในเรื่องของการ Fix ตู้คอนเทนเนอร์ให้กับลูกค้า หน้าที่หลักคือดำเนินการเรื่อง รับ – คืน ตู้คอนเทนเนอร์

ปัญหาหลักที่พบในแผนก Customer Service คือ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการของทางบริษัทเป็นลูกค้าขาจรมากกว่าลูกค้าขาประจำ ซึ่งอาจมีหลายสาเหตุที่ส่งผลให้ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าขาจรมากกว่าลูกค้าขาประจำอาจเนื่องมาจากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าและคุณภาพการบริการ เพราะหากลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของบริษัทจะเป็นผลดีต่อบริษัทอย่างมาก ลูกค้าจะเกิดความภักดีต่อบริษัทกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดการบอกต่อ แต่หากลูกค้าไม่ได้รับความพึงพอใจ ลูกค้าก็จะมีทัศนคติในเชิงลบและถ้าลูกค้าจำนวนมากไม่พึงพอใจในคุณภาพการบริการของบริษัท ย่อมจะเกิดผลเสียในทางธุรกิจเป็นอย่างมาก

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน นคร จำกัด เนื่องจากแผนก Customer Service ถือเป็นแผนกที่มีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดจึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้เป็นลูกค้าขาประจำและนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ทบทวนวรรณกรรม (LITERATURE REVIEW)

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือวัดความต้องการของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

ส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้และนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร (SWOT Analysis)

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่มักใช้ในการกำหนดกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน รวมถึง โครงสร้าง ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรบุคคลขององค์กรและพิจารณาจุดเด่นที่สำคัญขององค์กร

ทฤษฎีแรงกดดัน 5 ประการ (Five-Force Model)

Five-Force model เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์การตลาดซึ่งคิดค้นโดย Micheal Potter นับเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ได้รับคามนิยมอย่างมากในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาด เพื่อให้เข้าใจสภาพของตลาดและรู้ถึงความเสี่ยงในการทำธุรกิจ เพื่อเพิ่มความมั่นคงให้แก่ธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการได้รับบริการที่ดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า โดยองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการมี 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ และด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการบริการคือคุณลักษณะที่เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ปราศจากข้อผิดพลาด ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการเป็นที่พึงพอใจต้องประกอบด้วย 2 ส่วน คือกิจกรรมหรือเทคนิคบริการ และพฤติกรรมบริการ ซึ่งเป็นรูปแบบของมนุษย์สัมพันธ์ ประกอบด้วยกิริยามารยาทความกระตือรือร้น ความมีน้ำใจ การพูดจา สีนน้ำท่าทางที่ ผู้ให้บริการแสดงต่อผู้ใช้บริการ ตลอดจนกระบวนการของบริการ เพราะพฤติกรรมเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวัง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชญญา สุวรรณเสร์ริรักษ์,อนวัช จิตต์ปรารพ และรุจิรา สุขมณ (2561) ศึกษาความต้องการของลูกค้าด้านส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์เซรามิก กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจำนวน 400 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ความถี่ในการซื้อ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน ซื้อจากตลาดนัดมีค่าใช้จ่ายในการซื้อ โดยเฉลี่ย 101 – 500 บาทต่อครั้ง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ รูปแบบของสินค้า แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นดังนี้ ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบสวยงามตรงตามความต้องการ, กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ, สถานที่จัดรถสะดวกสบาย และพนักงานขายมีความชำนาญให้ข้อมูลสินค้าได้ถูกต้อง

ก่าพล แก้วสมนึก (2552) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการซื้อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือลูกค้าของบริษัท พีริซิชั่น ทูลส์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัดจำนวน 161 ราย ที่มีโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านทรัพยากรในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ และด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าของบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้า ได้แก่ ยอดการสั่งซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนที่สั่งซื้อสินค้ากับบริษัทฯ และระยะเวลาในการติดต่อธุรกิจกับบริษัทฯ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. วิธีการวิจัย (RESEARCH METHODOLOGY)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการบริษัทมหาพร นคร จำกัด และตอบแบบสอบถามความต้องการและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ซึ่งลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ พนักงานขับรถขนส่งของบริษัทลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรที่ใช้บริการจำนวน 33 คน และประชากรที่ใช้บริการคือนักคอนเทนเนอร์กับบริษัทมหาพร นคร จำกัด จำนวน 21 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คือ แบบสอบถามลูกค้าเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านภาพรวมองค์กร ด้านมุมมองการเลือกใช้บริการ และด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำนวน 12 ข้อ โดยแต่ละคำถามจะมีระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการของลูกค้าในการบริการและข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของลูกค้าที่ใช้บริการ, ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ทั้งหมดของแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปรผลต่อไป

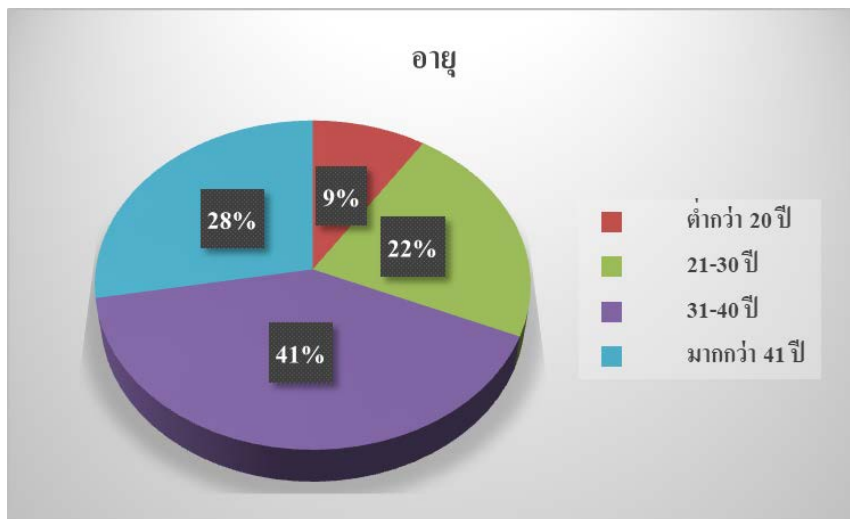
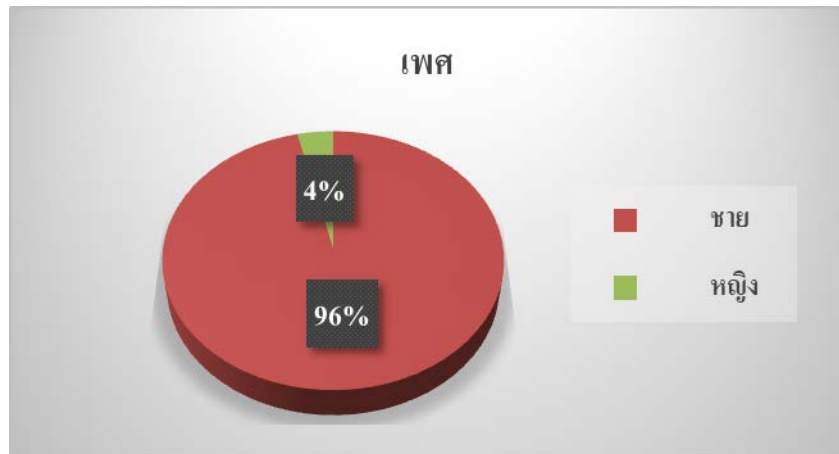
การวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย และเรียบเรียง สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งผู้ทำแบบสอบถามนั้นได้แก่ลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการ จำนวน 54 คน โดยเป็นเพศชาย 52 คน และเพศหญิง 2 คน โดยแบบสอบถามทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านภาพรวมองค์กร ด้านมุมมองการเลือกใช้บริการ และด้านความพึงพอใจ และจากการทำแบบสอบถาม จึงได้นำมาวิเคราะห์ถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาพร นคร จำกัด ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทถัดไป

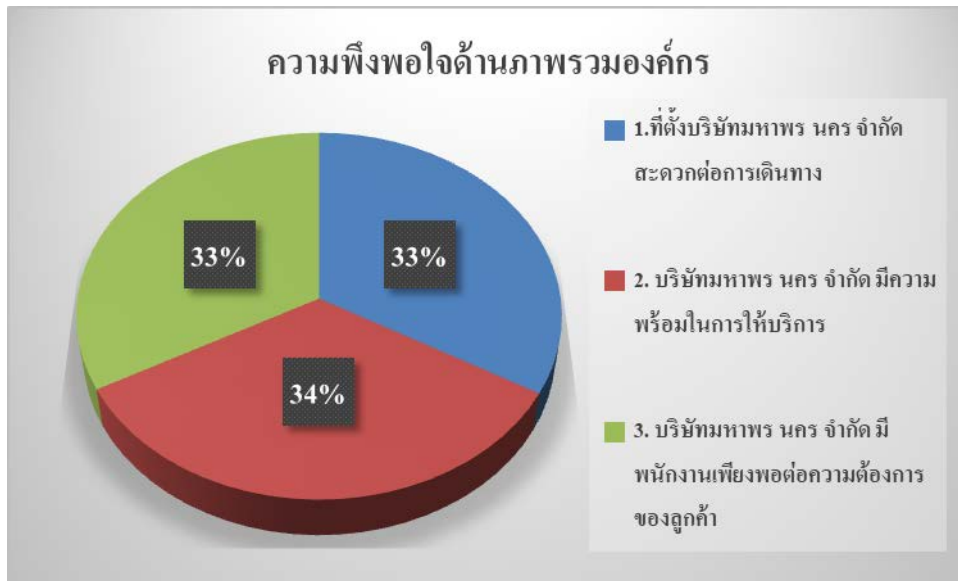
4. ผลการศึกษา (RESEARCH FINDING)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

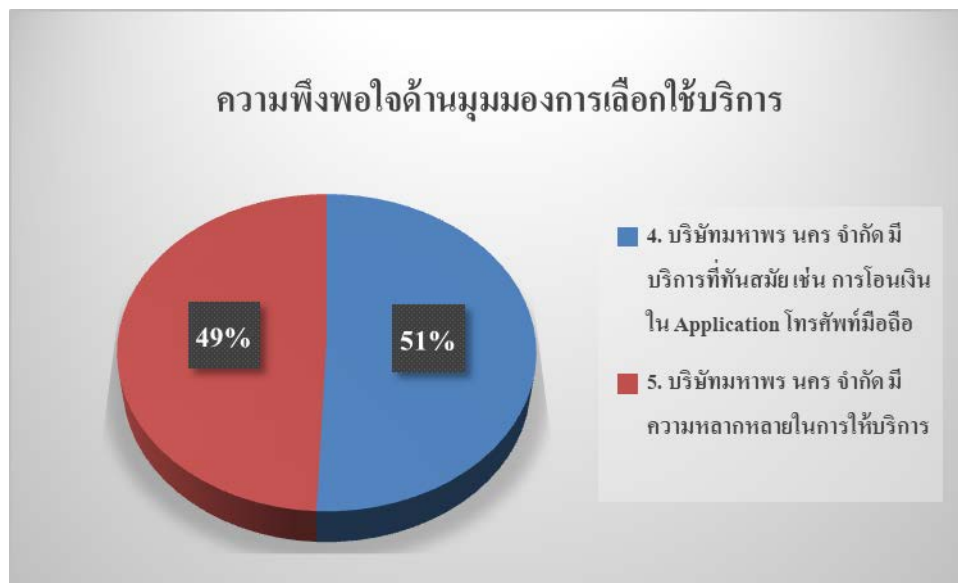


ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 96.30 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 3.70 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31-40 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.74 รองลงมาอายุมากกว่า 41 ปีคิดเป็นร้อยละ 27.78 อายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 22.22 และสุดท้ายอายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 9.26 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับประถมศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.74 รองลงมาจบระดับมัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 38.89 ซึ่งเป็นจำนวนเท่ากันไม่มากนัก จบระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 18.52 และสุดท้ายจบระดับสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 1.85 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการรับผู้คอนเทนเนอร์คิดเป็นร้อยละ 61.11 มากกว่าการใช้บริการคืนผู้คิดเป็นร้อยละ 38.89

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการ

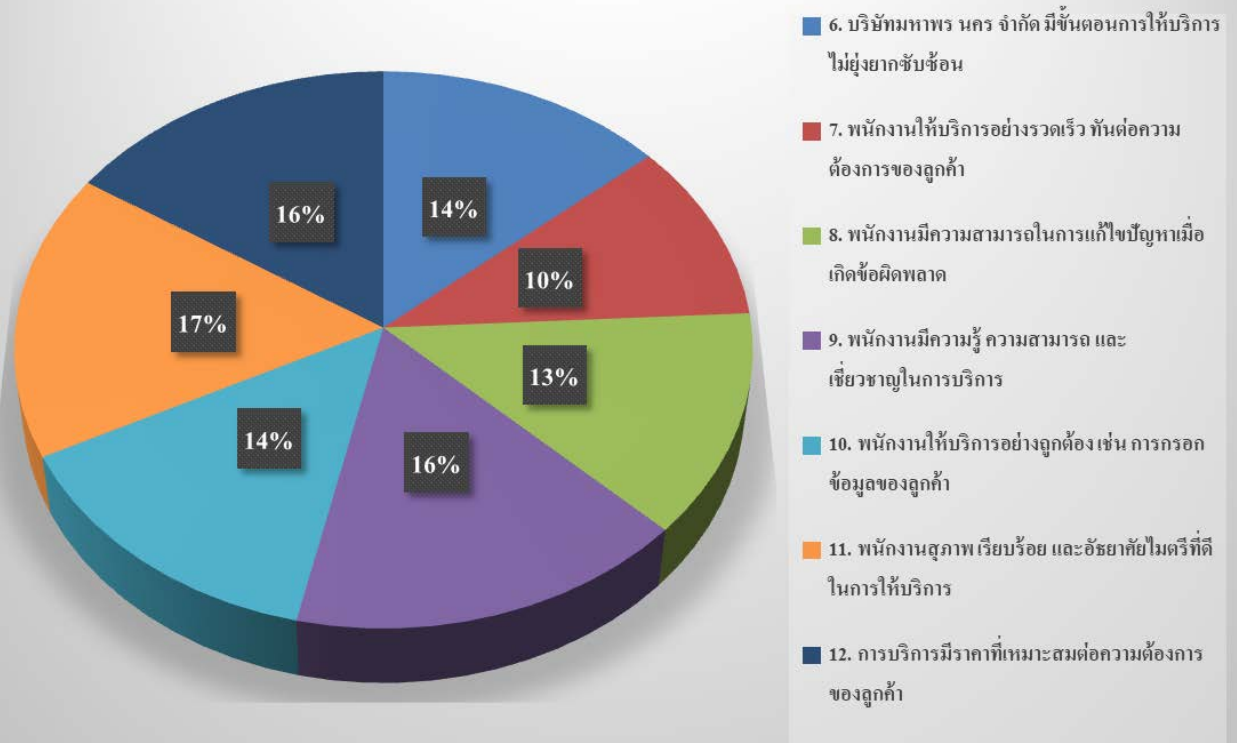


ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านภาพรวมองค์กร จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 54 คนพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก



ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านมุมมองการเลือกใช้บริการ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 54 คนพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

ความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ

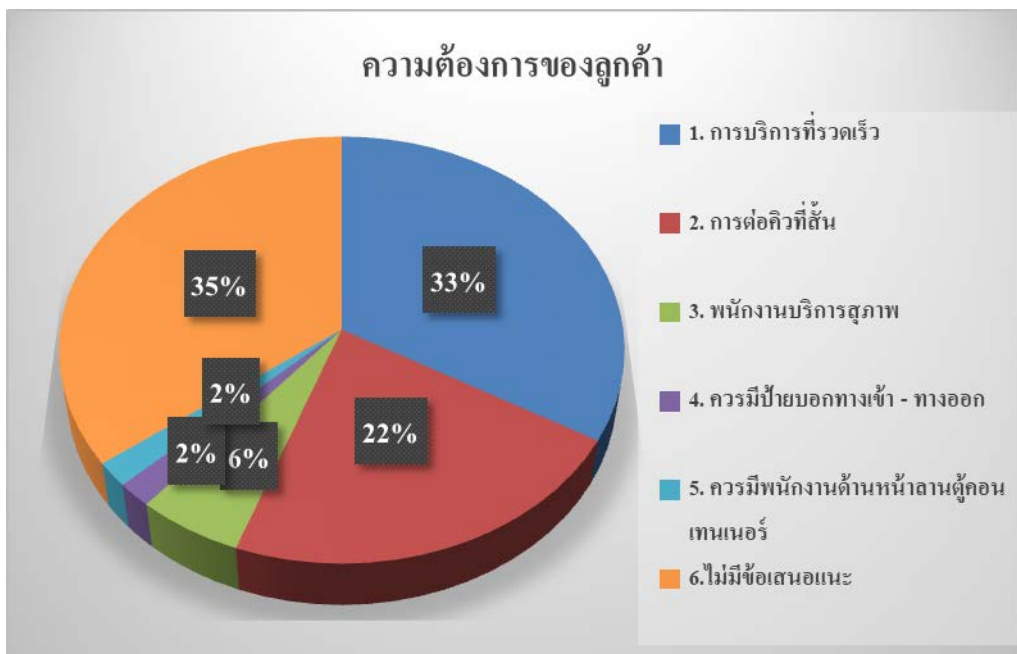


ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 54 คนพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก



ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการด้านรายด้าน พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน จำกัดอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.57$, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในด้านความพึงพอใจในการเข้ารับบริการมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D. = 0.80) เป็นระดับความพึงพอใจอันดับแรก รองลงมาด้านภาพรวมองค์กรมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x}=3.52$, S.D. = 0.93) และระดับความพึงพอใจอันดับสุดท้ายด้านมุมมองการเลือกใช้บริการมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x}=3.29$, S.D. = 0.83)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการความต้องการของลูกค้าในการบริการและข้อเสนอแนะ



ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการและข้อเสนอแนะต่อบริษัทมหาชน จำกัด จำแนกตามเพศพบว่าลูกค้าเพศชายต้องการบริการที่รวดเร็วเป็นอันดับแรก รองลงมาต้องการคิวที่สั้นในการบริการ พนักงานควรบริการ

สุขภาพ และอันดับสุดท้ายควรมีพนักงานด้านหน้าลานตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับลูกค้าพิเศษ โดยส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนอแนะในการให้บริการ

5. อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (DISCUSSION / CONCLUSION)

สรุปผลการดำเนินงาน

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทมหาชน จำกัด” ในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ โดยภาพรวมความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมากโดยที่ลูกค้าพึงพอใจพนักงานสุภาพ เรียบร้อย และอัธยาศัยไมตรีที่ดี มากที่สุด พึงพอใจการบริการที่รวดเร็ว ทันท่วงทีต่อความต้องการของลูกค้าน้อยที่สุดในเรื่องความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการและข้อเสนอแนะ พบว่าลูกค้าต้องการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้นเพื่อให้เสียโอกาสในการทำสิ่งอื่น และสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงคุณภาพบริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้นเนื่องจากระดับความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อการใช้บริการส่งผลให้กิจการมีลูกค้าเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทมหาชน จำกัด ได้แก่ พนักงานขับรถขนส่งของบริษัทลูกค้า จำนวน 54 คน ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีส่วนที่ไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้เนื่องจากผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่จำกัด และเกิดเหตุการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนาจึงสำรวจได้จำนวนไม่มาก ซึ่งการปฏิบัติสหกิจศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปต่อยอดได้โดยต่อยอดสู่การปรับปรุงกลยุทธ์ทางการแข่งขันได้อย่างเหมาะสมต่อไป

จากการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการได้รับบริการ และระดับความพึงพอใจพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจสูงควรรักษาระดับการให้บริการนี้ต่อไป แต่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องการบริการที่ล่าช้าโดยการหาวิธีการวางแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นระบบมาปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้คุณภาพของการบริการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้สูงสุดหรือมองถึงเรื่องของทรัพยากรการผลิตในเรื่องของแรงงานให้มีความเหมาะสมระหว่างทรัพยากรที่ทางบริษัทมีกับความต้องการของลูกค้า

6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการปฏิบัติสหกิจศึกษาฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยการเอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์และความร่วมมือจากหลายท่าน ซึ่งได้สนับสนุนผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์นิภาพรรณ อนันต์พลศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาในรายงานสหกิจศึกษาซึ่งได้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินการให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้องจึงขอกราบขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย อีกทั้งขอขอบคุณบริษัทมหาชน จำกัด ที่มอบโอกาสให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสในการเข้าฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา

7. เอกสารอ้างอิง

- กรรณรัตน์ วิทยากิตติพงษ์. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร ออมสินสาขาในสังกัดเขต
นนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนคร.
- กวิน พรเลิศ. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อเช่าซื้อของบริษัทอินเตอร์ ลิสซิ่ง จำกัด จังหวัด
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา อรุณสุขรุจิ. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด
อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร, บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กฤษณ์ ธีรรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภาก และสาวิภา อุณหันธ์. (2548). การมุ่งเน้นลูกค้าและ การตลาด: สร้างองค์กรให้
แตกต่างอย่างเหนือชั้น (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อินโน กราฟฟิกส์ จำกัด.
- ความพึงพอใจ. (2556). เข้าถึงได้จาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/satisfaction.html>.
- ณรงค์ชัย แต่ประเสริฐ. (2553). คุณภาพการบริการของห้างทองเยาวราช 1999 ตลาดบางชั้นริ อำเภอลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย
อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ณัฐวุฒิ วงษ์สิงห์. (2553). คุณภาพการให้บริการของศูนย์แพทยศาสตรศึกษาโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จังหวัด
อุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราช
ภัฏอุบลราชธานี.
- ดนัย เทียนพุ่ม. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โอ เอ็น จี.
- ถนัด วันมณี. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขา
สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญสรวง จาคูกุลสวัสดิ์. (2548). ความคาดหวังกับสภาพการบริการจริงของเจ้าหน้าที่บุคลากร ด้านพิธีการบุคลากร
สำนักงานบุคลากรท่าอากาศยานกรุงเทพ ตามการรับรู้ของตัวแทนออกของ. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไพศาล บุตตะ. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ สำนักงานบริการลูกค้า กสท กภาพินธุ์. การค้นคว้า
อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
อีสาน.
- รดาณัฐ เด่นศักดิ์ตระกูล. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพการบริการในการซ่อมบำรุงอากาศยานและชิ้นส่วน
อากาศยาน ของบริษัทอุตสาหกรรมการบิน จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ
การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- วิไลพร เขียวกระโทก. (2551). ความพึงพอใจในคุณภาพการบริการเงินฝากของลูกค้าธนาคาร ออมสินเขตจังหวัดนครสวรรค์.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา การจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

พงษ์ เถลิมาจิระรัตน์. (2543).คุณภาพในงานบริการ(พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546).การบริการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักขิตานนท์ และสุกร เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไอซ์เท็กซ์