

บทความวิจัย

คุณภาพการให้บริการขนส่งของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

อารียา บริสุทธิ์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

E-mail: areya_04@hotmail.com, Tel.063-769-6964

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง 2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) จากร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 287 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่า (t-test) และค่า (F-test)

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงอยู่ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลแล้วพบว่า ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ส่วนร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ อายุ สาขาวิชาที่จบ และตำแหน่งงาน ไม่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: : คุณภาพการให้บริการ, บริการขนส่ง, ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

Received: April 8, 2021, Revised April 20, 2021, Accepted June 2, 2021

Transport service quality of Pet food business

Areeya Borisut

Master of Management (Industrial Management) Huachiew Chalermprakiet University

E-mail: areya_04@hotmail.com, Tel.063-769-6964

Assist Prof. Chutira Rabob, Ph.D Faculty of Management (Industrial Management) Huachiew

Chalermprakiet University

Abstract

This research aimed to 1. To study the service quality level of pet food business. 2. To compare the service quality of pet food business. By personal factors This research uses data from questionnaires collection. (Questionnaire) of 287 pet food stores in Bangkok and metropolitan area. The statistics used for data analysis consisted of percentage, frequency, mean, standard deviation. The hypothesis testing used statistical values (t-test) and value (F-test).

From the research results it was found that The service quality level of the pet food business is very high. And when comparing the service quality of the pet food business Classified by personal factors and found that Pet food stores in Bangkok and metropolitan areas with educational status And working life Affect the quality of service Pet food stores in Bangkok and metropolitan areas with sex, age, subject disciplines And job title It does not affect the service quality of the pet food business. Statistically significant at a level of 0.05.

Keywords: Service quality, Quality of transportation service, Pet food business

คำขอบคุณ : งานวิจัยนี้ได้รับความสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทนำ

การจัดการการขนส่งสินค้าเป็นหนึ่งในกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีบทบาทต่อการวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งการขนส่งทางถนนนับได้ว่าเป็นการขนส่งที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากที่สุด เนื่องจากเป็นวิธีการขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว ส่งถึงจุดหมายปลายทางได้โดยไม่ต้องมีการขนถ่ายสินค้าหรือเปลี่ยนพาหนะ มีความยืดหยุ่นในด้านเวลา สามารถควบคุมเวลาได้ดี ขนส่งได้ปริมาณที่ต้องการ จำนวนเที่ยวที่ออกรถบ่อย และยังคงครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการขนส่งอีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังพบอีกว่า การจัดการขนส่งด้วยตนเองนั้นจะทำให้เกิดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น อาทิ ค่าเชื้อเพลิง ค่าซ่อมบำรุงรักษา ค่าจ้างรถยนต์ ค่าใช้จ่ายในการลงทุนด้านระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือสารสนเทศ (Information Technology) ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง GPS หรือ TMS เป็นต้น รวมไปถึงการจัดเส้นทางรถเดินทางอื่นอีกทั้งยังต้องมีระบบจัดการที่ดีที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบต่างๆ จึงหันมาใช้บริการผู้ให้บริการขนส่งทางรถยนต์แทนที่จะทำการขนส่งด้วยตนเอง

สำหรับผู้ประกอบการ เจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือเจ้าของสินค้า ที่จำเป็นต้องว่าจ้างบริษัทผู้ให้บริการขนส่งสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้านั้น มักจะมีเกณฑ์และขอบเขตในการพิจารณาเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่มีความเหมาะสม นั่นก็คือ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ซึ่งคำถามที่ตามมาคือ แล้วคุณภาพการบริการคืออะไร? และประกอบด้วยอะไรบ้าง?

โดยปัญหาหลักของการให้บริการขนส่งสินค้า จากการเก็บสถิติข้อมูลข้อร้องเรียนของมูลนิธิ ปี 2562 พบว่าตลอดทั้งปีมีผู้บริโภคมาขอคำปรึกษาและร้องเรียนกว่า 4,182 ราย ซึ่งสามารถสรุปปัญหาออกมาได้ราว 7 ด้าน อันดับ 1 คือ อาหาร ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ 1,534 ราย หรือ 36.68% ปัญหารองลงมา อันดับ 2 เป็นเรื่องของการบริการสาธารณะ 19.61% ขณะที่อันดับ 3 เป็นเรื่องของการบริการสุขภาพและสาธารณสุข 16.81% ตามด้วยการเงินการธนาคาร 10.43% สินค้าและบริการทั่วไป 8.18% อสังหาริมทรัพย์ 3.23% สื่อและโทรคมนาคม 1.17% ตามลำดับ และยังมีเรื่องอื่นๆ อีกกว่า 3.90%

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่ง โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL ในแต่ละด้าน และเปรียบเทียบปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ทราบแนวทางในการแก้ไขและองค์กรมีการพัฒนาประสิทธิภาพการขนส่งอย่างต่อเนื่อง

SERVQUAL คือ Service Quality หรือคุณภาพบริการ 5 ด้าน ที่ประกอบด้วย Tangible Reliability Responsiveness Empathy และ Assurance ดังนี้

1. Tangible หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆอันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆได้ชัดเจนขึ้น

2. Reliability หมายถึงความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. Responsiveness หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว 4. Empathy หมายถึงความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

5. Assurance หมายถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพนุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดีในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

ในการสรุปการแปลผลโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL ได้นำหลักสถิติมาใช้ในการพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพการให้บริการและทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) และความเที่ยงตรง (validity) พบว่าเครื่องมือ SERVQUALยังสามารถแบ่งคุณภาพการให้บริการได้ 5 ด้านและยังคงให้ความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ 10 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นจึงมีการนำทั้ง 2 ด้านมาปรับปรุงใหม่คือ SERVQUAL Dimension หรือ RATER ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การเข้าถึงบริการ และการตอบสนอง โดยผู้ศึกษาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ขอเลือกศึกษาด้านที่เกี่ยวกับเนื้องานและความสัมพันธ์กันในการให้บริการลูกค้าเพื่อใช้ศึกษากรอบแนวคิด ในการวิจัยความพึงพอใจและความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการรถเคลื่อนที่ธนาคารออมสินในจังหวัดลำปางนั้น เลือกใช้คุณภาพการให้บริการ 5 ด้านดังนี้ ความเชื่อมั่น/ไว้วางใจความเป็นรูปธรรมของการบริการความมีอัธยาศัยไมตรีการเข้าถึงการบริการและการติดต่อสื่อสาร

บทบาทของโลจิสติกส์

1. บทบาทของโลจิสติกส์ต่อระบบเศรษฐกิจ โลจิสติกส์เป็นกุญแจสำคัญในระบบเศรษฐกิจในสองแนวทาง (ยรรยงค์ ถ้าสวย, 2561) คือ

ประการแรกโลจิสติกส์เป็นรายจ่ายที่สำคัญสำหรับธุรกิจต่างๆ และจะส่งผลกระทบต่อและได้รับผลกระทบจากกิจกรรมอื่นในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการด้านโลจิสติกส์จะส่งผลโดยตรงต่อการปรับปรุงสภาพเศรษฐกิจโดยรวมให้ดีขึ้น

ประการที่สองโลจิสติกส์ได้รองรับการเปลี่ยนแปลงและกระบวนการของธุรกรรมทางเศรษฐกิจและได้กลายเป็นกิจกรรมสำคัญในด้านการสนับสนุนการขายเสมือนหนึ่งเป็นสินค้าและบริการด้วย เพื่อให้เข้าใจในบทบาทดังกล่าวโดยใช้มุมมองจากทั้งระบบซึ่งหากสินค้าไม่มาตรงตามกำหนดลูกค้าก็ไม่สามารถซื้อสินค้าดังกล่าวได้กล่าวคือ หากกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่อยู่ภายในโซ่อุปทานมีปัญหาจะส่งผลกระทบต่อทั้งหมด

2. บทบาทของโลจิสติกส์ในองค์กรต่างๆ ประสิทธิภาพของการจัดการด้านโลจิสติกส์ได้รับการยอมรับในฐานะที่เป็นโอกาสที่จะปรับปรุงความสามารถในการทำกำไรและการแข่งขันองค์กรหลายองค์กรสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างโดดเด่นซึ่งองค์กรแรกๆ ที่ได้รับเอาแนวคิดด้านการตลาดมาใช้นี้ได้นำมาซึ่งการใช้ลูกค้าเป็นตัวขับเคลื่อน (Customer Driven) แนวโน้มการมุ่งให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้าสามารถใช้ได้จนถึงปัจจุบันประกอบด้วยโลจิสติกส์สนับสนุนการตลาดจากระบบปรีชา

สมพร สุวรรณชลธาร (2561) วิจัยเรื่องคุณภาพการบริการการขนส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดศรีรุ่งเรืองขนส่ง (2002) มีวัตถุประสงค์เพื่อคุณภาพการบริการการขนส่งและเพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการการขนส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดศรีรุ่งเรืองขนส่ง (2002) ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านองค์การโดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตาราง Krejcie และ Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้กลุ่มตัวอย่าง 210 คน จาก 70 บริษัท เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.66-1.0 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.75 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและทดสอบความแตกต่างรายคู่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อและอายุการทำงานอยู่ระหว่าง 4-6 ปี ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การที่มีระยะเวลาเปิดดำเนินการอยู่ระหว่าง 7-15 ปี ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน และประกอบกิจการผลิตอาหารและขนมคุณภาพการบริการการขนส่งของห้างหุ้นส่วนจำกัดศรีรุ่งเรืองขนส่ง (2002) ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองที่ทันท่วงที ด้านความไว้วางใจเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่นและด้านความเห็นอกเห็นใจอยู่ในระดับมาก โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อายุการทำงาน สถานที่ตั้งของบริษัทและจำนวนพนักงานในองค์การต่างกันมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการการขนส่งไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงานระยะเวลาเปิดดำเนินการและประเภทของกิจการต่างกันมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการการขนส่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง
2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ด้านประชากร คือ ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,016 ราย โดยแบ่งตามเขต จำนวน 6 เขต ซึ่งประกอบด้วย (1) กรุงเทพมหานคร จำนวน 612 ราย (2) สมุทรปราการ จำนวน 91 ราย (3) ปทุมธานี จำนวน 104 ราย (4) นนทบุรี 137 ราย (5) สมุทรสาคร จำนวน 30 ราย (6) นครปฐม จำนวน 36 ราย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 287 ราย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ใช้สูตรการคำนวณแบบทราบบจำนวนประชากร ของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดระดับช่วงความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการขนส่ง แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง มี 29 ชุด

3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ เป็นไปอย่างถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์เพื่อการศึกษา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ใช้การศึกษาข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์จากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เว็บไซต์จากทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง

4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 287 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้สถิติดังนี้ 1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยการนำเสนอในรูปของค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปจากลูกค้าที่รับบริการจากบริษัทได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว ความถี่ ในการใช้บริการ ซึ่งวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ ในส่วนที่ 2 การวัดระดับปัจจัยคุณภาพการ บริการที่ส่งผลต่อการคุณภาพบริการมี 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้าน การตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ เมื่อพิจารณาแล้วก็ให้คะแนนตามระดับความสำคัญ 1-5 ซึ่งเป็นวิธีที่เรียกว่า ไลเคิร์ต (Likert's Rating Scale) มี เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น ระดับคะแนนเห็นด้วยน้อยที่สุด 1 เห็นด้วยน้อย 2 เห็นด้วยปานกลาง 3 เห็นด้วยมาก 4 เห็นด้วยมากที่สุด 5 ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยโดยใช้ เกณฑ์การแปลความหมาย แบบ Arbitrary Weighting

แบ่ง ออกเป็น 5 ระดับ รายละเอียดดังนี้ คือ ค่าเฉลี่ย ระดับการผลการตัดสินใจ 1.00 – 1.80 น้อยที่สุด 1.81 – 2.60 น้อย 2.61 – 3.40 ปานกลาง 3.41 – 4.20 มาก 4.21 – 5.00 มากที่สุด

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เป็น สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อ สรุปผลอ้างอิงไป ยังประชากรของการศึกษาคั้งนี้จะตั้งระดับ ความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น แบบพหุ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการและ ปัจจัย SERVQUAL ที่ส่งผลต่อคุณภาพ บริการซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

จากการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.5 มีสาขาวิชาที่จบ สัตวศาสตร์ จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีตำแหน่งงานเจ้าของร้าน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 และมีอายุการทำงาน 10 ปีขึ้นไป จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

จากการศึกษา ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL (Service Quality) สามารถแยกรายด้าน ได้ดังนี้

1. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า พนักงานมีการจัดส่งสถานที่ถูกต้อง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา มีการวางบิลถูกต้อง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และได้รับสินค้าตรงเวลา อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

2. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการให้ความเชื่อมั่น โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า พาหนะในการจัดส่งสินค้ามีความเหมาะสมกับเส้นทาง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมา ได้รับการเอาใจใส่ต่อการบริการเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 และพนักงานให้คำแนะนำ/อธิบายได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

3. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า พนักงานมีการใช้อุปกรณ์/เครื่องมือที่แรง อยู่ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมา พนักงานมีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าในสภาพดี ไม่ชำรุด พร้อมสำหรับ การให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และพนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างสุภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

4. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า พนักงานมีความสุภาพ และมีบุคลิกภาพที่ดี อยู่ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมา พนักงานมีการเข้าถึงง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และพนักงานให้บริการได้ตรง ตามที่ต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

5. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า พนักงานมีการแก้ไขปัญหาหน้างานได้เป็นอย่างดี กรณีติด ปัญหาเกี่ยวกับบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วตามความ ต้องการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาหน้างานได้เป็นอย่างดี กรณีติดปัญหาเกี่ยวกับ สินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL (Service Quality) สามารถแยกรายด้าน ได้ดังนี้

1. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานมีการจัดส่งสถานที่ถูกต้อง อีกทั้งมีการวางบิลที่มีความถูกต้อง และได้รับสินค้าตรงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ทำวิจัยเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นแก่ ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ การตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์ (2558) ทำวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการให้ความเชื่อมั่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พาหนะในการจัดส่งสินค้ามีความเหมาะสมกับเส้นทาง ซึ่งได้รับการเอาใจใส่ต่อการบริการเป็นอย่างดี และพนักงานให้คำแนะนำพร้อมทั้งอธิบายได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ทำวิจัยเรื่องปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นแก่ ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ การตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ จุนแสงจันทร์ (2558) ทำวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของร้านและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้าน Pets' Ville พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าคุณภาพการบริการของร้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยร้านมีคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มากที่สุด ตามด้วย ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ การให้ความเชื่อมั่น และการเอาใจใส่ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ร้าน Pets' Ville อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50 ในขณะที่ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย และการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ร้าน Pets' Ville

3. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานมีการใช้อุปกรณ์และเครื่องทุ่นแรง เพื่อใช้อุปกรณ์เคลื่อนย้ายสินค้าในสภาพดี ไม่ชำรุด

พร้อมทั้งสำหรับการให้บริการ และพนักงานปฏิบัติหน้าที่อย่างสุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์ (2558) ทำวิจัย เรื่องคุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ และการตระหนักถึงราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเข้าใจรับรู้ความต้องการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริวิมล คำวงศ์ (2559) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท จัดท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นแก่ ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ การตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดี

4. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการเอาใจใส่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานมีความสุภาพ และมีบุคลิกภาพที่ดี อีกทั้งมีการเข้าถึงง่าย และพนักงานให้บริการได้ตรงตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ จุนแสงจันทร์ (2558) ทำวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของร้านและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้าน Pets' Ville พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าคุณภาพการบริการของร้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยร้านมีคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่มากที่สุด ตามด้วย ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ การให้ความเชื่อมั่น และการเอาใจใส่ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ร้าน Pets' Ville อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50 ในขณะที่ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลา ความปลอดภัย และการบริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ร้าน Pets' Ville อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตภา สดสี (2557) ทำวิจัยเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้า และคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 48.6 ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการแนะนำและการอ้างอิง ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากอิเล็กทรอนิกส์ และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในสื่อสังคมออนไลน์ ความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้า ด้านความสามารถในการเก็บรวบรวมความรู้ ด้านนวัตกรรม และคุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ต่อลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ความเป็นรูปธรรม และด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ระดับคุณภาพการให้บริการ ที่ได้รับบริการขนส่งจากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า พนักงานมีการแก้ไขปัญหาหน้างานได้เป็นอย่างดี กรณีติดปัญหาเกี่ยวกับบริการ อีกทั้งพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วตามความต้องการ และพนักงานมีการแก้ไขปัญหาหน้างานได้เป็นอย่างดี กรณีติดปัญหาเกี่ยวกับสินค้าอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพร สุวรรณชลธาร (2561) ทำวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการการขนส่ง ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีรุ่งเรืองขนส่ง (2002) พบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมและรายด้านได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการตอบสนองที่ทันท่วงที ด้านความไว้วางใจเชื่อถือได้ ด้านความเชื่อมั่น และด้านความเห็นอกเห็นใจ อยู่ในระดับมาก โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อายุการทำงาน สถานที่ตั้งของบริษัท และจำนวนพนักงานในองค์กรต่างก็มีความคิดเห็น กับคุณภาพการบริการการขนส่งไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งงาน ระยะเวลาเปิด

ดำเนิน กิจกรรม และประเภทของกิจการต่างกันมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการการขนส่งแตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรายเลขา เลิศวณิชโรจน์ (2559) ทำวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ตราและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้าในด้านคุณสมบัติ ด้านคุณค่า ด้านบุคลิกภาพ และระดับคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง ด้านความวางใจได้ ด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจจัดส่งอาหารตามสั่งในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p\text{-value} < 0.05$ และ 2) ความพึงพอใจ ด้านความเพียงพอของการบริการที่มี ด้านระยะเวลาในการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p\text{-value} < 0.05$

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการควบคุมดูแลหน่วยงานโลจิสติกส์ นำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนที่บกพร่อง เพื่อให้ได้ตามวิสัยทัศน์ที่ว่า “มุ่งมั่น พัฒนา เพื่อความพึงพอใจของลูกค้า”
2. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง คุณภาพการให้บริการลูกค้าของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง

เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2540). “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ” ในเอกสารการสอนชุด วิชาจิตวิทยาบริการ หน่วยที่ 1 หน้าที่ 1-62 นนทบุรี สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์ เปอร์เนท.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). “ความหมายของคุณภาพการให้บริการ” [ออนไลน์] แหล่งที่มา : https://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=3&read=true&count=true (5 กุมภาพันธ์ 2563)
- ช่อทิพย์ ศรีสุวรรณ. (2559). การใช้การวิเคราะห์แบบมีลำดับขั้นในการวิเคราะห์ปัจจัยและเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 สำหรับการบริหารจัดการคลังสินค้าอุตสาหกรรมอาหาร. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรียวดี ผลเอนก. (2558). การจัดการคุณภาพ. 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค (มพบ.). “ผู้บริโภค ‘ร้องเรียน’ เรื่องอะไรบ้างปี 2562” กรุงเทพฯธุรกิจ. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/862154>
- สมพร สุวรรณชลธาร. (2561). คุณภาพการบริการการขนส่ง ของห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีรุ่งเรืองขนส่ง (2002). วิทยานิพนธ์ปริญญาโท วิทยาลัยเซาธ์อีสต์บางกอก
- สิริวิมล คำวงศ์. (2559). ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัท ท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วรชนก เต็งวงษ์วัฒน์. (2559). คุณภาพการให้บริการ การตระหนักถึงราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้า และการบอกต่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งพัสดุของบริษัทเอกชนภายในประเทศไทยของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

-
- วรารณ จุนแสงจันทร์. (2558). ภาพลักษณ์ของร้านและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้าน Pets' Ville. การค้นคว้าอิสระ(บธ.ม.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พรายเลขา เลิศวณิชโรจน์. (2559). ภาพลักษณ์ตราและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการจัดส่งอาหารในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จิตาภา สดสี. (2557). สื่อสังคมออนไลน์ความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้า และคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาเฟ่สำหรับคนรักแมวในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ (บธ.ม.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ