

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

Customer Satisfaction with the Services of Rajchaphat Suan Sunandha Rajabhat
University, for the Fiscal Year 2018

สมยศ จีวาลัย¹, บรรดิษฐ์ พระประทานพร²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

ความพึงพอใจในการให้บริการเป็นพื้นฐานในการทำงานอย่างมีความสุข และจะทำให้พนักงานในองค์กรมีความผูกพันต่อองค์กร งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากรอบแนวคิด ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยเก็บข้อมูลจากบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 280 คน โดยการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจประกอบด้วย 1) ทฤษฎีความพึงพอใจ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ เพศ และระดับการศึกษา ผลการศึกษานี้จะนำไปต่อยอดงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และนำไปแนะนำต่อองค์กรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น

คำสำคัญ : งานบริการ ผู้รับบริการ ความพึงพอใจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ABSTRACT

Reliance on service is the foundation for a happy workplace and will make the organization's employees more committed to the organization. This research aims to study the conceptual framework. Satisfaction of service recipients towards the service of Suan Sunandha Rajabhat University in fiscal year 2018. Data collected from academic personnel. The literature review revealed that the satisfaction factor was composed of 280 students. 1) The importance of service satisfaction. 2) Factors affecting the satisfaction of service recipients. 3) Components of service satisfaction. 4) Service satisfaction enhancement. Personal factors include age, sex and education. The results of this study will lead to quantitative research. For statistical analysis. To introduce the organizations involved in the development of organizations to achieve higher performance.

Keywords : service, customer, satisfaction, Rajchaphat Suan Sunandha Rajabhat

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีพ.ศ. 2546 มาตรา 11 ความว่า “ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการเพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอโดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว และเหมาะสมต่อสถานการณ์รวมทั้งต้องส่งเสริม และพัฒนาความรู้ความสามารถสร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และมีการเรียนรู้ร่วมกันดังนั้น การให้บริการประชาชนให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ทุกแห่งทั้งภาครัฐ และเอกชนต่างก็แข่งขันการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชน หรือลูกค้า ให้ได้รับความพึงพอใจในการให้บริการสูงสุดเริ่มตั้งแต่รัฐบาลมีการปฏิรูประบบราชการใน ปี 2545 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ดำเนินการเร่งรัดให้หน่วยงานของรัฐทุกองค์กรมีการปรับปรุงคุณภาพ การให้บริการแก่ประชาชนให้ ได้รับการบริการที่ดีจะเห็นได้จากการที่หน่วยงานภาครัฐ เริ่มดำเนินการปรับปรุงระบบการให้บริการแก่ ประชาชนต่างๆ ด้านความสะดวก,ความเร็ว,ยุติธรรมต่างๆ โดยการลดขั้นตอนในการทำงาน การอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการที่พึงพอใจต่อหน่วยงาน ภาครัฐอย่างสูงสุด

การบริการประชาชนของหน่วยงานภาครัฐนั้น ประชาชนทั่วไปที่ต้องติดต่อกับหน่วยงานของรัฐตั้งแต่ เกิดจนกระทั่งตาย เนื่องจากมีกฎหมายบังคับจากหน่วยงานของรัฐบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนการ ปฏิบัติงานที่ดีขึ้น สะดวกรวดเร็ว และชัดเจนใช้เวลาดำเนินการพิจารณาไม่มาก เมื่อบุคลากรมาติดต่อสามารถ ดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ไม่ต้องเดินทางไปมาหลายครั้ง ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐจึง ได้เร่งดำเนินการให้มีการปรับปรุงให้การบริการที่ดี ซึ่งบุคลากรก็คาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่ดีให้ อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพเสียค่าใช้จ่ายต่ำคุ้มค่าต่อเงินภาษีของราษฎรที่เสียภาษี และมีการแข่งขันการ ให้บริการของภาครัฐทุกด้านโดยมีการปรับปรุงระบบการให้บริการ การอำนวยความสะดวกแก่บุคลากร การ สร้างจิตสำนึกต่อการบริการสาธารณะ

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจให้กับบุคลากรสาย วิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ทำหน้าที่ในการให้บริการบุคลากรตามบทบาทภารกิจของ มหาวิทยาลัยอย่างบูรณาการ จึงได้มีการดำเนินงานตามภาระงานใหม่ที่มีการปรับปรุงระบบการทำงานต่างๆ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ให้ได้รับการบริการที่ดี และมีประโยชน์สูงสุดจึงได้มีการดำเนินงานศึกษา และสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรสายวิชาการเพื่อเป็นข้อมูล ในการปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อสร้างกรอบแนวคิด “ ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏ สวนสุนันทา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา” ซึ่งเป็น การศึกษาข้อมูลทางทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อพัฒนาไปสู่ งานวิจัยที่สมบูรณ์ในอนาคตโดยงานวิจัยในอนาคตจะศึกษาข้อมูลจากกลุ่มกับบุคลากรสายวิชาการภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาโดยจากแนวคิดงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการ สัมภาษณ์เชิงลึกของบุคลากรสายวิชาการที่เกี่ยวข้องซึ่งมีเนื้อหา ดังนี้

1.แนวคิด และทฤษฎีความพึงพอใจ

Morse (1967: อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวัช, 2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” หมายถึง สิ่งตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกาย และจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขความชื่นใจตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

วิลลิสท์ หรยางกูร (2537) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี – เลว พอใจ – พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการ จะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล (กำพล แก้วสมนึก. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2552, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ความหมายของความพึงพอใจ

กูด (Good, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนองที่แสดงถึง ความรู้ปะสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่ แตกต่างกันไปแต่ มุมมองของแต่ละคน

โวลแมน (Wolman, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้ รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

เคลิร์ก (Quirk, 1987) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับ ความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ 7

วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก ภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทาง ตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้มากหรือน้อย

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42 อ้างถึงใน ปรภากร กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ได้ให้ ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาว่า ระดับผลที่ได้จาก การพบปะ สอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด และสร้าง ความภูมิใจเพียงใด

สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 18 อ้างถึงใน ปรภากร กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจ ในการท างานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วยเพราะ ความเจริญก้าวหน้าของการบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงจำนวนผู้มาใช้ บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ

ราณี เขาวนปรีชา (2538, หน้า 18 อ้างถึงใน วุทธิ สารฤทธิคาม, 2548, หน้า 31) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือ บรรลุตามจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือ จุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการจึงเป็นความรู้สึกของผู้ที่มารับ บริการมีต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการ นั้น ๆ

อรรถพร ค คม (2546, หน้า 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับ ความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับ ระดับของ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

วุทธิ สารฤทธิคาม (2548, หน้า 32 อ้างถึงใน รัตนศักดิ์ ยี่สารพัฒน์, 2551, หน้า 6) ได้ ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผล 8 ออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยแบ่งออกถึงทิศทางของผล การประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา

วัลภา ชายหาด (2532 อ้างถึงใน ประชากร พัฒนกุล และคณะ, 2550, หน้า 22) ได้ให้ ความหมาย ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับของ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะของ 1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2. การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา 3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง 4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

สุทธิชาติ อ มาตย์หิน (2543, หน้า 11 อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิผาด, 2550, หน้า 16) ได้ให้ ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 นัย คือ 1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่ เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลัง สถานการณ์หนึ่ง” 2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่าง เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการในระยะหนึ่ง” และได้ให้ความหมายคำว่า ความพึงพอใจของ ผู้บริโภค หมายถึง ภาพการณ์แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ซื้อและการใช้สินค้าและ บริการและได้อธิบายความหมายเพิ่มเติมว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาพที่แสดงออกถึงความรู้สึก ในทางบวกที่เกิดขึ้นจากการประเมินเปรียบเทียบ ประสบการณ์ ได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้า คาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาพที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่า ความคาดหวังของลูกค้า (บุญญาพัชร อาจหาญสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา พฤษภาคม 2555)

ความพึงพอใจมีแนวคิดทฤษฎีต่างๆ สรุปได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ม.ป.ป.) *บทเรียนวิชาจิตวิทยาการบริการ*. ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.ค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2558. สืบค้นเมื่อ(พ.ค.2561.จาก www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit09.html.)

1.1 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ องค์การจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ ดังนี้

1.1.1 ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณสมบัติของการบริการที่ผู้รับบริการต้องการ และวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ผู้รับบริการปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ และสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

2) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพ ของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพ ตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ก็ย่อมส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไปคุณภาพของการบริการที่จะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการ ที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการรวมทั้งความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

3) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่จำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ

1.1.2 ความสำคัญต่อผู้รับบริการ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อการบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของผู้รับบริการสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้

2) ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ และอาชีพบริการงานเป็นสิ่งสำคัญต่อชีวิตของคนเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิต และการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การ เมื่อการบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการ พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการให้ใช้บริการต่อไป

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาตัวแปรทฤษฎีความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการประกอบด้วย 1) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ 2) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ (Morse (1967: อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิริช, 2552) ความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ และความพึงพอใจ ในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการ และการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

2. แนวคิดทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล

Belch and Belch (2005 อ้างถึงใน อัจฉรา นพวิญญูวงศ์, 2550) ในงานวิจัยศึกษาตัวแปร ด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ พฤติกรรม การตัดสินใจ และอัตราการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึง และมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในความสัมพันธ์เชิงเหตุ และผล 1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน 2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมากเพราะ เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติการรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดูการปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่วัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่ต่างกันอย่างมาก โดยส่วนใหญ่เด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสถียร และเป็นผู้ตามหรือ เป็นภรรยาที่ดีทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทย เพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง 3. สถานภาพการสมรส (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึง ปัจจุบัน เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่หย่าร้าง หรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหราทันสมัยมีเอกลักษณ์ 4. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า 5. อาชีพ (Occupation) อาชีพ ของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่างๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นนักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใดเพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม 6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้า และบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อคนที่มียาได้นั้นจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มียาได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลักการเลือกอาชีพ และรายได้มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุ และผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลมีปลายปัจจัยด้วยกัน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส และระดับตำแหน่งงาน ก็เป็นปัจจัยด้านหนึ่งในหลายๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของคนทำงานทุกๆ คนทรัพยากรบุคคลซึ่งมีชีวิตจิตใจพร้อมทั้งทักษะความชำนาญ และความสามารถที่จะเข้ามาปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนดไว้โดยมุ่งหวังที่จะให้ได้รับค่าตอบแทนที่ยุติธรรม และเพียงพอได้รับความปลอดภัย

มีความก้าวหน้ามั่นคงในการทำงานได้รับการพัฒนาสมรรถนะสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้มีความสุขในชีวิตโดยรวม และเป็นประโยชน์ต่อสังคม (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม, 2555 สิทธิโชค แก้วขาว)

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ จึงศึกษาตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) รายได้ Belch and Belch (2005 อ้างถึงใน อัจฉรา นพวิญญูวงศ์, 2550), (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม, 2555 สิทธิโชค แก้วขาว)

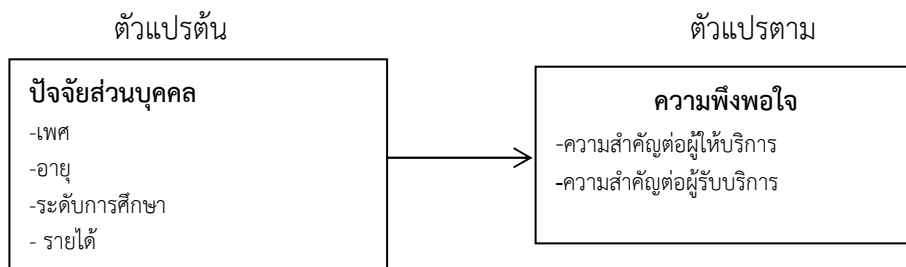
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” 12 หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้นเมื่อแยกพิจารณาจาก รากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้นคือวิชาที่เกี่ยวกับประชากร นั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง, 2521, หน้า 2)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผลกล่าวคือ พฤติกรรมพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรง บังคับจากภายนอกมากระตุ้นเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมี พฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับ ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ Defleur & Bcll-Rokeach (1996) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับ ลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่มๆได้ คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคม เดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกันและทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้า และการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้ นำมาประยุกต์ ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่าผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันจะมีความสนใจ ต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน (วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เมษายน-กันยายน 2556)

จากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังกล่าวจึงได้กรอบแนวคิด ตามภาพที่ 1 ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ที่นำไปสู่งานวิจัยที่สมบูรณ์ โดยงานวิจัยในอนาคตจะศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการ

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

จากภาพที่ 1 แสดงถึงกรอบแนวคิดในการวัดผลสัมฤทธิ์ ของความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตัวแปรหลักที่ใช้ในการศึกษา คือ 1.ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) รายได้ ตัวแปรตาม 2.ความพึงพอใจ 1) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ 2) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ พ.ศ.2561 เป็นการสำรวจข้อมูลจากผู้มารับบริการและผู้ให้บริการจากบุคลากรสายวิชาการ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยทำการประเมินด้านคุณภาพการให้บริการ จำนวน 2 ด้าน คือ ดังนี้ 1.ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) รายได้ ตัวแปรตาม 2.ความพึงพอใจ 1)ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ 2) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อนำไปสู่การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 การศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษากลุ่มประชากรเพิ่มขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมเพิ่มขึ้นควรศึกษาผู้ให้บริการและผู้ให้บริการเพื่อพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กู๊ด (Good, 1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ
- โอลิเวอร์ (Oliver, 1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือการตอบสนองที่แสดงถึง ความรู้ปะสงค์ของ ลูกค้าเป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่ แตกต่างกันไปแล้วแต่ มุมมองของแต่ละคน
- โวลแมน (Wolman, 1973) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้ รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ
- เคิร์ก (Quirk, 1987)ความพึงพอใจหมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับ ความสำเร็จ หรือ ได้รับสิ่งที่ต้องการ

- ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ 7
- วิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก ภายในจิตใจของมนุษย์ ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก และได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทาง ตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย
- สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2530, หน้า 42 อ้างถึงใน ปราการ กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ได้ให้ ความหมายความพึงพอใจหลังการให้บริการของหน่วยงานของรัฐของเขาว่า ระดับผลที่ได้จาก การพบปะ สอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่หรือไม่ ส่งผลดีและสร้างความภูมิใจเพียงใด และสร้าง ความภูมิใจเพียงใด
- สาโรช ไสยสมบัติ (2534, หน้า 18 อ้างถึงใน ปราการ กองแก้ว, 2546, หน้า 17) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำให้งานประสบผลสำเร็จ
- ราณี เขาวนปรีชา (2538, หน้า 18 อ้างถึงใน วฤทธิ สารฤทธิคาม, 2548, หน้า 31) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจ จะเกิดเมื่อความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัย ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง
- อรรถพร คำคม (2546, หน้า 29) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติหรือระดับ ความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลจะได้รับ ระดับของ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อ กิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้
- วฤทธิ สารฤทธิคาม (2548, หน้า 32 อ้างถึงใน รัตนศักดิ์ ยี่สารพัฒน์, 2551, หน้า 6) ได้ ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผล 8 ออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยแบ่งออกถึงทิศทางของผล การประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา
- วัลภา ขายหาด (2532 อ้างถึงใน ประชากร พัฒนกุล และคณะ, 2550, หน้า 22) ได้ให้ ความหมาย ความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับของ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะของ 1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว และทันเวลา 3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง 4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า
- สุทธิชาติ อำมาตย์หิน (2543, หน้า 11 อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิผาด, 2550, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยแบ่งออกเป็น 2 นัย คือ 1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่ เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลัง สถานการณ์หนึ่ง” 2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก (บุญญาพัชร อาจหาญสาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา พฤษภาคม 2555)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” 12 หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้นเมื่อแยกพิจารณาจาก รากศัพท์คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้นคือวิชาที่เกี่ยวกับประชากร นั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนส่ง, 2521, หน้า 2)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542, หน้า 44-52) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรนี้เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผลกล่าวคือพฤติกรรมพฤติกรรมต่างๆของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรง บังคับจากภายนอกมากระตุ้นเป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน (วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เมษายน-กันยายน 2556)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (ม.ป.ป.). บทเรียนวิชาจิตวิทยาการบริการ. ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.ค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2558. สืบค้นเมื่อ(พ.ศ.2561.จาก www.elearning.msu.ac.th/opencourse/1010311/unit09.html.)

Belch and Belch (2005 อ้างถึงใน อัจฉรา นพวิญญวงศ์,2550) ในงานวิจัยศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้ (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม,2555 สิทธิโชค แก้วขาว)

Morse (1967: อ้างถึงใน ชัชวาล ทัดศิวัช, 2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” (กำพล แก้วสมนึก. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2552, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มลสิทธิ์ ทรายงูร (2537) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม(กำพล แก้วสมนึก. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2552, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)