

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยการศึกษา สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ญาณิภัส หนูคง

E-Mail: Yanipas.no@ssru.ac.th

อานุภาพ ศิริพัฒน์

E-Mail: Anupap.ki@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยการศึกษา สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา นั้นเกิดจากนักศึกษาและบุคลากรเป็นสำคัญ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) คุณลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กร 2) ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับภาพลักษณ์องค์กร 3) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักศึกษา จำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ T-Test One-Way ANOVA และ simple Regression Analysis จากผลการศึกษาค้นคว้าวิจัย

คำสำคัญ: คุณภาพ / การบริการ / ภาพลักษณ์ในการให้บริการ

Abstract

Service quality affecting the service image of the graduate school: a case study of the Educational Administration Program, Suan Sunandha Rajabhat University are significantly based on students and personnel. The purposes of this study are to investigate 1) characteristics of personal factors, service quality and corporate image, 2) differences between personal factors and image quality, 3) service quality factors that influence corporate image factors which are classified by individuals, individual characteristic information in a quantitative manner. The sample group included 400 university students, and questionnaires were used as the tools to collect data. Statistics used for analysis included percentage, mean and standard deviation, and T-Test One Way ANOVA and simple Regression Analysis were used to identify different values. The findings revealed that:

บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีพัฒนาการมาจากโรงเรียนสวนสุนันทาวิทยาลัย ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนองค์กรเป็นวิทยาลัยครู และเป็นสถาบันราชภัฏตามลำดับ จนกระทั่งเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏในปีพุทธศักราช 2547 มหาวิทยาลัยได้สร้างชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมาอย่างยาวนานอย่างไรก็ตาม จาก

รายงานผลการประเมินผลการบริหารราชการที่ดี ของสำนักงานพัฒนารัฐบาล (กพร.) และ รายงานของคณะกรรมการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยในช่วงปีการศึกษา 2549-2551 ได้สรุปประเด็นปัญหาในการพัฒนาองค์กรซึ่งพบว่ามีอยู่หลายประการ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2551, หน้า 7) ที่สำคัญคือระบบบริหารการจัดการมหาวิทยาลัยในทุกระดับยังไม่ตอบสนองระบบปฏิรูปราชการเท่าที่ควร ยังดีระบบสั่งการ ขาดการริเริ่มและการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพงาน ระบบการให้บริการในสำนักงานและหน่วยงานต่าง ๆ ยังไม่ตอบสนองผู้รับบริการ และไม่เอื้อต่อการพัฒนาการเรียนการสอนเท่าที่ควร เมื่อเป็นเช่นนี้ มหาวิทยาลัยจึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูปทั้งระบบ (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2553, หน้า 1-2) โดยได้กำหนดเป้าหมายและทิศทางเพื่อที่จะสร้างความเข้มแข็งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยคุณภาพชั้นนำเพื่อปวงชน และให้มหาวิทยาลัย สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้ต่อไป เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายดังกล่าวมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาจึงได้มีการปฏิรูประบบการบริหารรูปแบบใหม่ที่เน้นเรื่องการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดตั้งสำนักงานวิทยาเขตในส่วนภูมิภาคเพื่อการกระจายอำนาจการบริหารและเพื่อรองรับการเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรและสาขาวิชาใหม่ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับรวมถึงการให้ความสำคัญในด้านการบริการคุณภาพ

การศึกษาคือกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรยาบรรณความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดการสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนอย่างต่อเนืองตลอดชีวิต (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542, หน้า 2) การศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาที่มุ่งความเจริญงอกงามทางสติปัญญาและความคิดเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ มุ่งสร้างสรรค์กำลังคนในระดับวิชาการและวิชาชีพขั้นสูงเพื่อพัฒนาประเทศ และมุ่งพัฒนาคนให้เป็นผู้มีแก่บุคคล สังคมและประเทศชาติ (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา, 2542, หน้า 7) สภานโยบายการอุดมศึกษาจึงมีความสำคัญต่อประเทศชาติอย่างยิ่ง เพราะเป็นแหล่งผลิตคนชั้นสูงในสาขาวิทยาการทุกด้าน และใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมเต็มความสามารถ ซึ่งการจัดบริการนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มีส่วนสำคัญที่จะสนับสนุนให้ภารกิจดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์ได้ (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2530, หน้า 1) และในขณะเดียวกันนอกจากมหาวิทยาลัยได้ทำหน้าที่ให้ความรู้แก่นักศึกษาแล้ว ยังต้องรับผิดชอบการดำเนินการจัดบริการต่าง ๆ แก่นักศึกษาโดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดบริการโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอนและพัฒนาการของนักศึกษาไปจนถึงขีดสุดของแต่ละคน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับภาพลักษณ์องค์กร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย ศึกษาศาสตร์บริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหาของงานวิจัย ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการให้บริการและข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับชั้นปี คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า การเข้าใจ และ รู้จักลูกค้า
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ภาพลักษณ์ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative) ใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) สำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามโดยได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การทดสอบเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท และปริญญาเอก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ใช้บริการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประกอบด้วยนักศึกษาระดับ ปริญญาโท และปริญญาเอก พ.ศ. 2566 ทั้งหมดจำนวน 400 คน (อ้างอิงมาจาก ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

กลุ่มตัวอย่าง ขนาดตัวอย่างตัวอย่างในการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการของบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากกลุ่มประชากร ทั้งหมด โดยการคำนวณด้วยการใช้สูตรของ Taro Yamane และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มขนาดตัวอย่าง เท่ากับ 0.05 ตามสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดตัวอย่าง (จำนวนที่ต้องการสุ่ม)

N = ขนาดกลุ่มประชากรทั้งหมด จำนวน 6,004 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งกำหนดไว้ที่ 0.05 แทนค่าในสูตร จะได้

$$N = \frac{6,004}{1 + 6,004(0.05)^2} = 399.93$$

จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งทางผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการนำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการค้นคว้ามาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถามซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามให้เลือกตอบ ปัจจัยส่วนบุคคลคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กร

ตอนที่ 2 ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์การให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ด้านการเข้าใจและใส่ใจลูกค้า โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรประมาณค่า (Rating Scale) แบบไลเคอร์ทสเกล (Likert Scale) เป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับจากน้อยไปหามาก ดังนี้

ระดับ 5 คะแนน = มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 คะแนน = มีระดับความสำคัญมาก

ระดับ 3 คะแนน = ระดับความสำคัญปานกลาง

ระดับ 2 คะแนน = ระดับความสำคัญน้อย

ระดับ 1 คะแนน = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปรค่าเฉลี่ย ของระดับคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 จึงมีเกณฑ์การแปลความหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับปัจจัยคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับปัจจัยคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับปัจจัยคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับปัจจัยคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับปัจจัยคุณภาพการบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยภาพลักษณ์องค์กร ประกอบด้วย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตรประมาณค่า (Rating Scale) แบบไลเคอร์ทสเกล (Likert Scale) เป็นการให้สเกลคำตอบ 5 ระดับจากน้อยไปหามาก ดังนี้

ระดับ 5 คะแนน = มีระดับความสำคัญมากที่สุด

ระดับ 4 คะแนน = มีระดับความสำคัญมาก

ระดับ 3 คะแนน = มีระดับความสำคัญปานกลาง

ระดับ 2 คะแนน = มีระดับความสำคัญน้อย

ระดับ 1 คะแนน = มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปรค่าเฉลี่ย ของระดับคะแนนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

$$\begin{aligned} \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \end{aligned}$$

$$= \frac{(5 - 1)}{5}$$

$$= 0.8$$

ดังนั้นช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 จึงมีเกณฑ์การแปลความหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอข้อคิดเห็นและความคิดเห็นเพิ่มเติม ได้อย่างมีอิสระ และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้เสนอเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาต่อไป

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของคุณภาพการให้บริการของ สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และภาพลักษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อภาพลักษณ์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่ออิทธิพลกับภาพลักษณ์ของ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการให้บริการงานของ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ว่ามีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก และเพื่อให้งานบริการ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการพัฒนา สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านกระบวนการให้บริการ นักศึกษามีความคิดเห็นต่อกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตามเพื่อให้กระบวนการให้บริการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะที่ สอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดว่า ควรปรับเรื่องการแจ้งข้อมูลให้มากขึ้นโดยการส่งข้อมูล การขนายเวลาการให้บริการแจ้งไปตามคณะของนักศึกษาจากที่ติดป้ายประกาศเฉพาะ สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อเป็นการขยายโอกาสสำหรับ นักศึกษาในการติดต่อรับบริการ ในกรณีนี้ นอกจากนี้ ควรปรับอัตราค่าธรรมเนียมในการออกเอกสารบางรายการให้มีความเหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป เพราะนักศึกษามีฐานะที่แตกต่างกัน จึงควรปรับอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมต่อ นักศึกษา
2. ด้านบุคลากรผู้ให้บริการนักศึกษามีความคิดเห็นต่อบุคลากรผู้ให้บริการว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และจากแบบสอบถามปลายเปิด นักศึกษามีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุง การให้บริการของ

เจ้าหน้าที่งานการเงินให้ดีขึ้น รวมถึงควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้มากขึ้น บัณฑิตวิทยาลัยควรส่งเสริมให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากรด้านการบริการให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการปฏิบัติหน้าที่ และมีหัวใจของการบริการอย่างแท้จริง อย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง เพื่อให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวอย่างลึกซึ้ง ตลอดจน มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมา ประยุกต์ใช้และปรับปรุงการให้บริการได้ และควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ที่อยู่ประจำเคาเตอร์บริการให้มากกว่า ที่มีอยู่เดิมเพื่อประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นของการให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ ภูผาธรรม. (2541). **สภาพและความต้องการของผู้ใช้บริการ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ปรินทูปัญญาธิการศึกษามหาบัณฑิต เทคโนโลยีทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กุลชน ธนาพงศ์ธร. (2530). **เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานบุคคล**. วิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กันยารัตน์ เสวตนันท์กุล. (2552). **ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ**. การตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กฤตพัฒน์ พรหมพล. (2562). **การรับรู้คุณภาพและการมองลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการขนส่งบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด**. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ชลิตา ชนะวีรวรรณ. (2561). **อิทธิพลของคุณภาพการบริการ และการรับรู้คุณค่าที่มีต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการส่งพัสดุ่วน**. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ชาลินี พลดีสา. (2551). **ความคิดเห็นของนักศึกษาภาคปกติเกี่ยวกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักส่งเสริม การจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม**.
- ปภาวี บุญกลาง. (2560). **ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร**. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์, คณะบริการธุรกิจ.
- พาราสุรमान. (2552). **การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการ บริการของฝ่ายการเงิน**. การจัดการทั่วไป, วิทยาลัยเทคโนโลยีพายัพและบริหารธุรกิจ.
- ภานุเดช เพียรความสุข. (2558). **ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการ ให้บริการของสำนักส่งเสริม วิชาการและงานทะเบียน การจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**.
- วิภาพร พ่วงทิพากร. (2550). **วิจัยเชิงประเมินผลโครงการสำนักบริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)**. การจัดการทั่วไป, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). **คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีส่งเสริมเทคโนโลยี.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ศิริวรรณ เสรีรัตน์. และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: A.N การพิมพ์.

สุรศักดิ์ นานากุล. (2533). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการ One Stop Service: การจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.