

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส
(Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

Satisfaction on Using Services of Kerry Express in
Muang District, Trang Province

นางสาวโนชา รongพล

Miss Anocha Ronpol

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดตรัง

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำนวน 385 คน โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey method) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ ค่าที ค่าเอฟ และค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการอยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก โดยที่ด้านกระบวนการให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพการบริการ ส่วนที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านส่งเสริมการตลาด เมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ประเภทการให้บริการ วันและเวลาในการใช้บริการ สถานที่เลือกใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ทั้งนี้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจขนส่ง สามารถนำผลงานวิจัยไปดำเนินการ

ปรับปรุงการบริการ วางแผนการตลาด พัฒนากลยุทธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ, บริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส

Abstract

The objectives of this independent study are to study the satisfactions on the services of Kerry Express in the marketing mix factors. The sample group in this study was 385 Kerry Express users in Muang district in Trang province by using survey method and online-questionnaire as the tools in studying. Statistics used in analyzing are frequency, percentage, mean, standard deviation: S.D. The hypothesis testing used Independent t-test, F-test, One-Way Analysis of Variance: ANOVA and Chi-Square test.

The research showed that the satisfaction on services in the marketing mix factors in overall were at high level. From considering on each sub categories, all sub categories had average point of satisfactions on services at high level. The giving service processes had highest average point of satisfactions on services. The next below was the quality of services. The promotion had the least average point on satisfactions. The comparison of the satisfactions on using services classified by the demographic characteristics revealed that the respondents had difference on genders and the satisfactions on Kerry Express services. The comparison of the relations between using service behavior and the satisfactions on services revealed that the users' behavior classified by users' characteristics, purposes on using services, type of service using, day and time for using services, place for using services as well as person influencing the decision on choosing services related to the satisfactions on using services of Kerry Express. The entrepreneurs and ones who are interested in parcel delivery business can use the benefits from this research to develop their services, do marketing plans, develop the strategy to maximize the efficiency and satisfy the users.

Keywords: Satisfaction on Using Services, Kerry Express

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันระบบขนส่งในประเทศไทยกำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก เพราะประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งที่ทันสมัย ทำให้ระบบขนส่งในประเทศไทยถูกโฟกัสจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งธุรกิจบริการขนส่งพัสดุเป็นโลจิสติกส์กลุ่มหนึ่งที่เปิดเสรีให้ต่างชาติเข้ามาทำธุรกิจ ส่งผลให้มูลค่าการตลาดมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และที่สำคัญส่งผลให้นักลงทุนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การเติบโตดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมในยุคดิจิทัลที่นิยมซื้อสินค้าแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทั้งเว็บไซต์ E-commerce รายใหญ่ และการค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย ในการแข่งขันธุรกิจขนส่งพัสดุ ปี 2561 มีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงยิ่งขึ้น จากการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งผู้ประกอบการในไทยและต่างประเทศ จะเห็นได้ว่าตลาดขนส่งพัสดุปะกอบด้วยผู้เล่นในรายใหญ่ 2 ราย ครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันกว่า 80% ได้แก่ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) จากที่ไปรษณีย์ไทยเป็นผู้ประกอบการรายสำคัญที่ครองส่วนแบ่งในธุรกิจการจัดส่งพัสดุดำมายาวนานที่สุด แต่ในปี 2561 ที่ผ่านมามีเคอรี่ เอ็กซ์เพรส เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดขนส่งพัสดุนับจากไปรษณีย์ไทย ซึ่งเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ทำให้ความจำเป็นในการสื่อสาร ข้อมูลผ่านบริการไปรษณีย์มีความจำเป็นที่ลดลง จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นสรุปได้ว่า การปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไปรษณีย์ จากสมัยก่อนหากต้องการส่งสินค้าข้ามจังหวัด ผู้ประกอบการบริการรายแรกที่ทุกคนนึกถึงก็คือไปรษณีย์ไทย ทำให้การขนส่งทางไปรษณีย์อาจไม่ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นของผู้ใช้บริการส่งของ จึงเกิดธุรกิจบริการขนส่งเอกชนจำนวนมาก เพื่อรองรับตลาดออนไลน์ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) อย่าง เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ถือเป็นผู้ประกอบการเอกชนอันดับหนึ่งที่คนไทยเลือกใช้บริการ ด้วยบริการจัดส่งพัสดุด่วนภายในวันถัดไป (ND) เคอรี่ เอ็กซ์เพรส เป็นบริษัทขนส่งเอกชนรายแรกที่ให้บริการในจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวและผู้ใช้บริการบางรายยังไม่มีความมั่นใจในการใช้บริการ คิดว่าการดำเนินการยังไม่มีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ทำให้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ และให้ความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในการวางแผนกลยุทธ์ รวมถึงหาแนวทางตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและเพิ่มความมั่นใจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix' 7Ps)

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การทำวิจัยครั้งนี้จะทำการสำรวจและศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งเป็นการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา
ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2562 – มกราคม 2563
4. ขอบเขตด้านสถานที่
บริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตรัง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ขึ้น โดยการค้นคว้าจากแนวคิด ทฤษฎีของนักวิชาการ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อไปเป็นแนวทางในการประกอบการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการสรุปผลการวิจัย ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ ค่าที (T-test) แบบ Independent t-test ค่าเอฟ, (F-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA), และค่าไคสแควร์ (Chi-Square test)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20 - 29 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีอาชีพพนักงานเอกชนหรือรับจ้าง และมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีลักษณะการใช้บริการเป็นบุคคลธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 84.16 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อส่งพัสดุทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.05 เลือกประเภทการใช้บริการแบบการบริการจัดส่งพัสดุด่วนภายในวันถัดไป (Next Day) คิดเป็นร้อยละ 61.04 วันและเวลาในการใช้บริการเป็นวันจันทร์ – ศุกร์ ช่วง 13.01 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 40.52 สถานที่เลือกใช้บริการเป็นสาขาใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 36.36 มีตนเอง เป็นผู้ที่มิอทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 60.52 และมีการบริการส่งพัสดุที่รวดเร็วจัดส่งภายในวันถัดไป (Next Day) เป็นกระบวนการในการตัดสินใจใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 56.62

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม อยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการอยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก โดยที่ด้านกระบวนการให้บริการมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณภาพการบริการ ส่วนที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านส่งเสริมการตลาด เมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้บริการตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ พบว่า

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ประเภทการใช้บริการ วันและเวลาในการใช้บริการ สถานที่เลือกใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันกับ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express)

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมี ด้านกระบวนการให้บริการ มีคะแนนความพึงพอใจที่สูงสุด รองลงมาเป็นด้านคุณภาพการบริการ และส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด ดังกล่าวนี้อสอดคล้องกับ นิรวิทย์ สิริวิทยาวาณิช (2559) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจการใช้บริการบริษัทขนส่งภายในประเทศ เคอรี่เอ็กซ์เพรสในเขตหนองแขม” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของธุรกิจขนส่งภายในประเทศ บริษัท เคอรี่เอ็กซ์เพรส ในเขตหนองแขมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่สูงสุด คือ ด้าน กระบวนการให้บริการ รองลงมาเป็นด้านคุณภาพการบริการ และส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1. ผู้ประกอบการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ควรกำหนดกลยุทธ์ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพัฒนาการบริการให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้บริการ อีกทั้งกำหนดราคาค่าบริการในพื้นที่จังหวัดตรังให้สอดคล้องกับระดับรายได้ของผู้ใช้บริการ
2. ควรพัฒนาระบบการบริการให้ตอบสนองและสอดคล้องกับพฤติกรรมอื่น ๆ ของผู้ให้บริการให้มากขึ้น
3. ควรให้ความสำคัญในการกระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อผู้ให้บริการให้มากที่สุด
4. ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการตามลักษณะตามความต้องการของผู้ใช้การที่มีเพศแตกต่างกัน เช่น เพศหญิงอาจต้องการการบริการตามขั้นตอนที่มีความละเอียดกว่าเพศชาย ฯลฯ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการในปัจจุบัน

ประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น ควรให้ความสัมพันธ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการพัฒนาคุณภาพบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) ในเขตอำเภออื่น หรือจังหวัดอื่น เพื่อเปรียบเทียบและทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจแต่ละปัจจัย ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อผู้ประกอบการสามารถวางกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจได้

3. เนื่องจากขั้นตอนการให้บริการบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express) นับตั้งแต่การฝากส่งจนกระทั่งพัสดุถึงมือผู้รับ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือขั้นตอนการรับฝาก ขั้นตอนการส่งต่อ ขั้นตอนการนำจ่าย ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้บริการในขั้นตอนการรับฝากของผู้ใช้บริการ จึงทำให้ทราบเฉพาะในส่วนที่เป็นความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการรับฝากเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในขั้นตอนการส่งต่อ และการนำจ่าย เพื่อให้ได้ข้อมูลในส่วนที่เป็นความต้องการของผู้ใช้บริการได้ครบถ้วน สามารถตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

4. การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ และบริษัทขนส่งเอกชนบริษัทอื่น เพื่อทำการเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ อาจเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์บริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (Kerry Express)

เอกสารอ้างอิง

เคอรี่ เอ็กซ์เพรส. (2556). เคอรี่ เอ็กซ์เพรส. ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562,

จาก <https://th.kerryexpress.com/th/home/>

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชูชัย สมิตธิไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร:

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 17.

นนทบุรี: เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์ และวีรวิธ มาณะศิริรานนท์. (2551). *เรียนลัดการตลาด MBA Harvard*. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.

ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ชรรรมสาร.

ปรีชา ชลวัฒนพงศ์. (2551). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: มณฑลการพิมพ์.

พรรณพิมล ก้านกนก, วัชรภรณ์ ชิวโคภิชฐ, สมจิตร ล้วนจำเริญ, อุไรวรรณ แยมเนียม และ

บัญญัติ จุลนาพันธุ์. (2561). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาวณี กาญจนภา. (2554). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2554). *การจัดการองค์กรและการบริหารธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การจัดการการตลาดบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

บริษัท สำนักพิมพ์แสงดาว จำกัด.

ยุพาวรรณ วรรณนิษฐ์ (2554). *การตลาดบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ลดาวัลย์ ขมจินดา. (2555). *การสื่อสารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วุฒิ สุขเจริญ. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์, และ งามอาจ ปทะวานิช. (2535). *หลักการตลาด*.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.

สิทธิ ชีรสรณ์ (2559). *การสื่อสารทางการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สายชู. (2558). คู่มือสำหรับนักบริหาร และนักศึกษาปริญญาโท.
พิมพ์ครั้งที่ 15. บริษัท ฐานบัณฑิต จำกัด: บริษัท เคส็ดไทย จำกัด.

สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2555). หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.