

เสาวคนธ์ ศรีทองกุล 2556: ความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้โดยสารชาวไทยที่มีความสัมพันธ์  
กับความภักดีต่อ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:  
รองศาสตราจารย์ศิริ กุญษ์วัฒนา, พ.บ.ม. 92 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทการบินไทย  
จำกัด (มหาชน) (2) ศึกษาระดับความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) และ (3)  
ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัทการบินไทย จำกัด  
(มหาชน) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 403 ชุด วิเคราะห์ข้อมูล  
ด้วยสถิติพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานใช้ค่า  
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจจากมากไป  
หาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างความมั่นใจได้ (Assurance) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ  
(Responsiveness) ด้านการสร้างการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (Empathy) ด้านการสร้างความเชื่อถือได้  
(Reliability) และด้านการสร้างบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) ตามลำดับ และความภักดีต่อบริษัทการบิน  
ไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพ  
การบริการในภาพรวม มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือในทางเดียวกัน กับความภักดีต่อบริษัทการบินไทย จำกัด  
(มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.589 และมีความพึงพอใจต่อ  
คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือในทางเดียวกันกับความภักดีต่อบริษัทการบินไทย จำกัด  
(มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ในทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จาก  
มากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการสร้างความเชื่อถือได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ  
(Responsiveness) ด้านการสร้างการดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (Empathy) ด้านการสร้างความมั่นใจได้  
(Assurance) ตามลำดับ และด้านการสร้างบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles)

สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ปรับปรุงคุณภาพการบริการด้านการสร้างบริการที่เป็น  
รูปธรรม ที่เกี่ยวกับการสร้างสิ่งเราจากสิ่งที่จับต้องได้ และเสมือนจับต้องได้ของบริการ เป็นลักษณะที่ปรากฏให้  
เห็น หรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล ให้มีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก