

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด
SERVICE QUALITY THAT AFFECTS SATISFACTION OF CUSTOMERS OF
KASIKORN LEASING COMPANY LIMITED

ณัฐณี สุตรเลข

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Nattanee Sootlek

Email: 6314154159@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Management, Ramkhamhaeng

university

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท และผลวิจัยยังพบว่า ระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.66) และระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.379 แสดงว่าตัวแปรอิสระคือคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ได้ร้อยละ 37.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการเข้าใจ และรู้จักผู้ให้บริการและด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด

คำสำคัญ : ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด

ABSTRACT

Subject research service quality that affects satisfaction of customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd. The objective of this research was to study service quality that affects satisfaction of customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd. The samples of the study were 400 customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd selected based on a simple random sampling method. The tool used for data collection was an online questionnaire. The data were analyzed by using computer software packages for frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results of this research found that most of the samples were male, aged between 31 - 40 years old, most of them had a bachelor's degrees, career as a private company employee, monthly income between 15,001 – 25,000 baht. The research also found that service quality factors were at high level of their opinions ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.66) and satisfaction factor of customer of Kasikorn Leasing Co., Ltd overall there was the highest level of their opinions. ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65)

The hypothesis testing results found that service quality factors affected the satisfaction of customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd. was statistical significance level at 0.05. The forecast coefficient found as (R^2) at 0.379 Indicated that the independent variables were service quality factors, affected satisfaction of customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd at 37.90 percent. As for the results of hypothesis testing, it was found that responsiveness, assurance and tangible recipient affected the satisfaction of customers of Kasikorn Leasing Co., Ltd.

Keywords: Service Quality factors, Satisfaction, Kasikorn Leasing Company Limited

บทนำ

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566 มีทิศทางที่จะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง กิจกรรมต่างๆ กลับเข้าสู่ภาวะปกติ หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้การขยายตัวของอุปสงค์ในประเทศทั้งการบริโภคและการท่องเที่ยวกลับมามีสัญญาณที่ดีขึ้น ในขณะที่การส่งออกสินค้าของไทย แม้มีแนวโน้มชะลอลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก แต่การใช้ประโยชน์จากกรอบความตกลงการค้าเสรี (FTA) อาทิ ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ควบคู่ไปกับการที่ภาครัฐเร่งเจรจาความตกลงการค้าเสรีเพื่อเปิดตลาดส่งออกใหม่ๆ เช่น กลุ่มประเทศอ่าวอาหรับ (GCC) และซาอุดีอาระเบียจะสามารถช่วยประคับประคองการส่งออกให้สามารถทรงตัวต่อไปได้ (มนตรีมหาพฤกษ์พงศ์, 2566)

หนึ่งในธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา คือธุรกิจลีสซิ่ง (Leasing) และเช่าซื้อ (Hire Purchase) โดยกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มบริษัทที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non Bank) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับคนไทยโดยเฉพาะในต่างจังหวัด สาเหตุเป็นเพราะคนไทยจำนวนมากยังไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อที่มีคุณภาพ หรือสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ เนื่องจากอาจจะติดเงื่อนไขบางข้อของสถาบันการเงินในระบบ เพราะหลายๆ ครีวเรือนมีรายได้ไม่แน่นอน ซึ่งการกู้ยืมเงินในระบบมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลาในการดำเนินการนาน ดังนั้นแม้ว่าดอกเบี้ยของลีสซิ่ง หรือเช่าซื้อจะสูงกว่าสถาบันการเงิน แต่ก็ยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของครัวเรือน หรือบริษัทที่ต้องการสินเชื่ออย่างเร่งด่วน โดยธุรกิจเช่าซื้อ และลีสซิ่ง ถือเป็นธุรกิจประเภทการบริการจัดหาเงินทุน (Financing) ให้แก่ ผู้ลงทุนรูปแบบหนึ่ง โดยพัฒนาธุรกิจมาจากการให้เช่าทรัพย์สินทางการเกษตรกรรม โดยสินเชื่อเช่าซื้อและ ลีสซิ่งเป็นการให้บริการสินเชื่อระยะปานกลางประมาณ 1-5 ปี เพื่อลงทุนในทรัพย์สินประเภททุน เพื่อใช้ในการผลิตหรือการพาณิชย์ เช่น เครื่องจักรงาน ยานพาหนะ อุปกรณ์ทางการแพทย์

บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด (KASIKORN LEASING Co., Ltd.: KLeasing) 1 ใน 5 กิจกรรมในเครือธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2548 เพื่อให้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อแก่ลูกค้าบุคคลและนิติบุคคล อาทิ สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย สินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์กสิกรไทย สินเชื่อสัญญาเช่าทางการเงินกสิกรไทย และสินเชื่อรถช่วยไต่กสิกรไทย โดยมี บมจ.ธนาคารกสิกรไทย (KBank) เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร้อยละ 99.99 สำหรับผลประกอบการของลีสซิ่งกสิกรไทย ในปี 2564 สามารถขยายฐานสินเชื่อหรือยอดคงค้างสินเชื่อ (Outstanding Loan) ขึ้นมาที่ 121,166 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 5.46% โดยเฉพาะการปล่อยสินเชื่อรถใหม่

เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 32% สวนทางกับตลาดยอดขายรถยนต์ใหม่ในปี 2564 ที่ติดลบ 4% ด้านสินเชื่อรถช่วยได้เติบโตที่ 31% ผลการดำเนินงานดังกล่าว มาจากกลยุทธ์การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ขยายการให้บริการไปยังกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น รวมถึงลูกค้าฐานรากทั้งประเภทเช่าซื้อและจำนำทะเบียน นอกจากนี้ บริษัทได้เพิ่มบริการสินเชื่อรถใช้แล้วผ่านช่องทางเดินที่รถยนต์ ซึ่งปกติจะมีความเสี่ยงสูงมาก แต่บริษัทได้วางกรอบนโยบายเครดิตที่ทำให้สามารถควบคุมความเสี่ยงและตอบโจทย์ผู้ซื้อและผู้ขายรถยนต์ทั้งตลาดรถใหม่และรถใช้แล้ว รวมถึงมีมาตรการช่วยเหลือลูกค้าที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 และสามารถแบ่งเบาภาระเป็นจำนวนเกือบ 5 หมื่นราย ส่งผลให้สินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ในปี 2564 อยู่ที่ 1.12% ดีกว่าปีก่อนซึ่งอยู่ที่ 0.20% ทั้งยังได้ทำการปรับปรุงกระบวนการทำงานและควบคุมค่าใช้จ่ายดีขึ้นส่งผลให้บริษัทมีกำไร 1,710 ล้านบาท เติบโต 52.86% (ธนาคารกสิกรไทย จำกัด มหาชน, 2565)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทกสิกรไทย โดยจะศึกษาคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และด้านการเข้าใจและการรู้จักกับผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการของบริษัทกสิกรไทย จำกัด ให้มีคุณภาพการบริการ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทกสิกรไทย จำกัด

สมมติฐานของงานวิจัย

คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทกสิกรไทย จำกัด

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย ที่ขอสินเชื่อกับบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาขอสินเชื่อกับบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดโดยการใช้สูตร W.G Cochran (1953) ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จากการคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และด้านการเข้าใจและการรู้จักกับผู้ให้บริการ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ คือ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อช่วยให้ทราบถึงคุณภาพในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด

2. เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ซีธัมล์ ; พาราสุรามัน; & เบอร์รี่ (Ziethaml; Parasuraman; & Berry.2013) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการ ในการให้บริการที่

ลูกค้าจะวัดจากเครื่องมือวัดหรือคุณภาพการให้บริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นธรรมของรูปแบบการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองของลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจลูกค้าและรู้จักลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

สมุทรา ชำนาญ (2556) ได้กล่าวว่า กลุ่มทฤษฎีที่เน้นการศึกษาเนื้อหา (Contents theories) เป็นกลุ่มที่ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ จึงมีการเรียกชื่อหนึ่ง ว่า ทฤษฎีที่เน้นความต้องการ (Need theories of work motivation) เป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษาเพื่อหาคำตอบของมนุษย์แต่ละคน มีความต้องการอะไร ตลอดจนมีความต้องการอยู่ในระดับใด ทฤษฎีที่เน้นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์มีการนำเสนอไว้หลากหลาย ส่วนทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับ ในปัจจุบัน ได้แก่ ทฤษฎีมาสโลว์ หรือ ลำดับชั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchy of Needs) เป็นทฤษฎีจิตวิทยาที่ อับราฮัม เอช.มาสโลว์ คิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1943 ในเอกสารชื่อ “A Theory of Human Motivation” Maslow ระบุว่า มนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ชั้นด้วยกัน ซึ่งความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีการเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไปหาสูงสุด มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นต่ำสุดก่อน เมื่อได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วก็จะเกิดความต้องการขั้นสูงต่อไป ความต้องการของบุคคลจะเกิดขึ้น 5 ชั้นเป็นลำดับ ดังนี้ ความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการความรักและสังคม ความต้องการการได้รับการยกย่องนับถือในตนเอง และความต้องการพัฒนาศักยภาพของตน

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ บริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด

บริษัทลิสซิงกสิกรไทย ตั้งอยู่ที่อาคารธนาคารกสิกรไทย ชั้น 17 400/22 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เป็นบริษัทหนึ่งในเครือธนาคารกสิกรไทย โดยมี บมจ. ธนาคารกสิกรไทย เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร้อยละ 99.99 เปิดดำเนินการเมื่อ 8 สิงหาคม 2548 เพื่อให้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อแก่ลูกค้าบุคคลและนิติบุคคล เช่น สินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์กสิกรไทย สินเชื่อเพื่อผู้แทนจำหน่ายรถยนต์กสิกรไทย สินเชื่อสัญญาเช่าทางการเงินกสิกรไทย และสินเชื่อรถช่วยได้กสิกรไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นภัสวรรณ ตี้อ้อม, วีระศักดิ์ จินารัตน์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการของพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขานนทบุรี อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจ จำนวน 393 คน นำมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย t-test และ F-test

ซึ่งผลวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 จำแนกออกตามอายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และชนิดของการบริการที่ใช้ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการประกอบอาชีพ ทั้งนี้ มีค่า Pearson Chi-Square = 2.21 นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีความสัมพันธ์กับชนิดของการใช้บริการ Pearson Chi-Square = 35.23 คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขานนทบุรี อำเภอเมือง จังหวัด ศรีสะเกษ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า $r = .85$

กนกอร ใจเอื้อ, วีระศักดิ์ จินารัตน์ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ระดับค่าเฉลี่ยและความสัมพันธ์ของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย สาขาพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 28 ข้อ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่สมัครใจให้ข้อมูล จำนวน 308 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความคลาดเคลื่อน One-Way ANOVA, MANOVA Pearson Chi-Square, correlation ผลวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งตัวแปรหลักและตัวแปรองค์ประกอบ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการประกอบอาชีพและรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร ส่งผลต่อคุณภาพบริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรหลักทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับน้อย อีกทั้งยังพบอิทธิพลสำคัญของการใช้บริการ ATM และ Credit อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ที่ขอสินเชื่อกับบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ซึ่ง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มาขอสินเชื่อกับบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดโดยการใช้สูตรของ W.G Cochran (1953) และใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบง่าย (Simple Random Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด และระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.68) ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.68) รองลงมาคือด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.60) ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.71) และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด ดังนี้

ตาราง 1 คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย			
	(b)	Beta	t	Sig.
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	-0.150	-0.147	-2.006	0.046*
2. ด้านความเชื่อถือได้	0.151	0.158	1.630	0.104
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	0.218	0.238	2.264	0.024*
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	0.148	0.156	1.670	0.096
5. ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ	0.245	0.229	2.913	0.004*
ค่าคงที่	1.769		9.263	0.000

$R = 0.615$, $R^2 = 0.379$, $SEE = 0.514$, $F = 48.038$, $Sig. = 0.000$, * = $P < 0.05$

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.379 แสดงว่าตัวแปรอิสระคือคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ได้ร้อยละ 37.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Beta = 0.238) ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ (Beta = 0.229) และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Beta = 0.147) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมของปัจจัยด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเนื่องมาจาก ในช่วงวิกฤติโรคระบาด โควิด-19 นั้น บริษัทมีความเข้าใจถึงปัญหา

เศรษฐกิจ และออกมาตรการช่วยเหลือลูกค้า ทำให้บรรเทาความเดือดร้อนและลดค่าใช้จ่าย ในการชำระค่าวงดลง อีกทั้งยังมีช่องทางการติดต่อลูกค้าที่หลากหลาย เพิ่มช่องทางการติดต่อทางออนไลน์มากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงในการติดต่อจากโรค โควิด-19 และมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆอย่างรวดเร็ว และทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรักษ์ ภูทธิธัญ และกฤษฎา มุฮัมหมัด (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทราย อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ โดยภาพรวมของปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเนื่องจาก พนักงานมีการบริการที่กระตือรือร้น ให้บริการด้วยความรวดเร็วและทันใจ และจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ อีกทั้งยังคอยแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี จึงทำให้สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญลักษณ์ แผนสมบูรณ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2 พบว่า ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ โดยภาพรวมของปัจจัยด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการอยู่ในระดับมาก และ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเนื่องจาก การที่บริษัทมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ ทั้งสถานที่ที่ให้บริการสะอาดเป็นระเบียบ และมีที่จอดรถเพียงพอต่อลูกค้าผู้มาใช้บริการ บริษัทมีป้ายประชาสัมพันธ์แสดงขั้นตอน การบริการอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก (2563) ได้ทำวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด

ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ และด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ บริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด มีระดับความคิดเห็นด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ ของบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเนื่องจาก ความน่าเชื่อถือในด้านการบริการของบริษัทที่มีชื่อเสียงที่ดี และเป็นองค์การ

ขนาดใหญ่ที่มั่นคง มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และพนักงานเต็มใจให้บริการ จึงเป็นเหตุสำคัญที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ดังนั้นลูกค้าจึงมีความมั่นใจในบริษัทอยู่แล้วในระดับมาก ทำให้คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ จึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ โมลี ชุกกลิ่นหอม (2564) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพระประแดง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพระประแดงมีระดับความคิดเห็นต่อด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการอยู่ในระดับที่มากที่สุด ทำให้ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพระประแดง

ด้านความเชื่อถือได้ ผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด มีระดับความคิดเห็นด้านความเชื่อถือต่อการบริการของบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก แต่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในความคิดเห็นของผู้ทำวิจัยเนื่องจาก บริษัทได้มีการให้บริการข้อมูลกับลูกค้าให้ทราบถึงรายละเอียดของสัญญาเช่าซื้อ และค่างวดที่ต้องชำระ วันที่กำหนดให้ต้องชำระค่างวดนั้นชัดเจนครบถ้วนดีแล้ว และหากลูกค้ามีข้อสงสัยสามารถติดต่อสอบถามได้ที่ Call center ของบริษัท หรือ ของธนาคารกสิกรไทยได้โดยตรง อีกทั้งยังมีการบริการที่เป็นมาตรฐาน สามารถตรวจสอบได้ เช่นการออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้า ทุกครั้งที่มีการชำระเงิน และยังแก้ไขข้อร้องเรียนต่างๆได้อย่างรวดเร็วทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากอยู่แล้ว คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือได้ จึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีรพจน์ ชาลี (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ณ ศูนย์บริหารจัดการด่านตรวจสัตว์น้ำเขต 2 (กรุงเทพมหานคร) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ ศูนย์บริหารจัดการด่านตรวจสัตว์น้ำเขต 2 (กรุงเทพมหานคร)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ นำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริษัทลิสซิงกสิกรไทย จำกัด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า การเข้าใจและรู้จักผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด เป็นอันดับแรก มีผลมาจากสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงสถานการณ์ในภาคเศรษฐกิจ ที่มีผลกระทบมาจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นตามตลาดโลก จึงทำให้ลูกค้าได้รับผลกระทบโดยตรง พนักงานจึงต้องมีความเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้า และให้ความช่วยเหลือลูกค้าในช่วงวิกฤติต่างๆ ที่เกิดขึ้น

2. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด เป็นอันดับสอง ในปัจจุบันการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีความสำคัญ เนื่องจากพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่การให้บริการนั้นเป็นด่านแรกที่จะต้องพบเจอกับลูกค้า การรอคอยในระยะเวลายาวนาน ไม่แน่นอน จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจได้ จำนวนพนักงานจึงต้องมีเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า พนักงานต้องมีความกระตือรือร้น ในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว และจะต้องให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้ถึงการบริการที่มีคุณภาพ นำไปสู่ความพึงพอใจในการให้บริการ

3. ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด เป็นอันดับสาม แม้ว่าบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จะมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีความโปร่งใส แต่บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย อาจจะเพิ่มในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่เข้ารับบริการ เช่น แก้วน้ำร้อน น้ำดื่ม การมีที่จอดรถที่เพียงพอ มีป้ายประชาสัมพันธ์แสดงขั้นตอน การบริการอย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย รวมไปถึงความสะอาด เรียบร้อย ปลอดภัยของสถานที่ทำงานทั้งภายนอกและภายใน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยตัวอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย จำกัด เช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้ผลของการวิจัยมีความสมบูรณ์ซึ่งจะเป็นแนวทางในการจัดการให้กับบริษัทลีสซิ่งกสิกรไทย ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ในการนำไปวางแผนกลยุทธ์ในการให้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการแข่งขันในตลาดสินเชื่อบริษัทต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกอร ใจเอื้อ, วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. งานวิจัย, มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.
- ฉายาลักษณ์ ศรีจะบก. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด มหาชน. (2565). ข่าวสารและกิจกรรม
สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566. จาก
<https://kasikornbank.com/th/news/Pages/Targeting2021-Performance.aspx>
- ฉัญลักษณ์ แผนสมบุญ (2563) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม 2. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีรพจน์ ขาลี. (2562). ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ณ ศูนย์บริหารจัดการด่านตรวจสัตว์น้ำเขต 2 (กรุงเทพมหานคร). ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภัสวรรณ ตี้อ้อม, วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการของพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขานนทพวา อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ. งานวิจัย, มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.
- มนตรี มหาพฤกษ์พงศ์ (2566) แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2566
สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566. จาก <https://fti.or.th/2023/01/17/ส-อ-ท-ประเมินแนวโน้ม>
- โมลี ชุกลินหอม. (2564). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาพระประแดง. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริรักษ์ ภูริธัญ และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ผู้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทรายอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.

สมุทร ชำนาญ. (2556). *การวิจัยทางการบริหารการศึกษา*. ชลบุรี : ศูนย์นวัตกรรมกรรมการบริหารและ ผู้นำทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Lnc.

Zeithaml, V. A.; Parasuraman, A.; & Berry, L. L. (2013). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Receptions*. New York: Free.