

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักเรียน

กรณีศึกษา: โรงเรียนกวดวิชา เดอะ เบรน (สาขาพัทลุง)

The Relationship between Service Quality and Student Satisfaction

A case study: The Brain Tutoring School (Phatthalung Branch)

ภัทรชนน เรืองประดิษฐ์

Patchanon Rueangpradit

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักเรียนกรณีศึกษา : โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงกับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงอยู่ในระดับ ดี ($M = 3.94, SD = 0.97$) ความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง อยู่ในระดับ มาก ($M = 3.84, SD = 1.04$) และนักเรียนที่เรียนแผนการเรียนที่เน้นต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง ไม่แตกต่างกัน ($F(2,382)=1.972, p<.01$) ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง กับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ $r = .902, p < .01$ แสดงว่าคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงในระดับสูงส่งผลให้นักเรียนที่ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับสูงด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

นายภัทรชนน เรืองประดิษฐ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยปัจจุบันพ่อแม่ผู้ปกครองให้ความสำคัญกับการศึกษา บางครอบครัวพ่อแม่เริ่มวางแผนการศึกษาพร้อมกับการวางแผนมีบุตร ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลก็ให้การสนับสนุนการศึกษาทุกรูปแบบ สถานศึกษาจึงมีหลากหลายประเภท ความเจริญด้านการคมนาคมที่สะดวกมากขึ้น ระยะทางระหว่างบ้านกับสถานศึกษาไม่ใช่เหตุผลที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกที่เรียนสำหรับบุตรหลาน แต่จะมีเหตุผลคล้าย ๆ กันเป็นต้นว่า เป็นสถานศึกษาที่มีนักเรียนสอบเรียนต่อในคณะและสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียง มีศิษย์เก่าประสบความสำเร็จ การสอบเข้าหรือการคัดเลือกเข้าศึกษาในสถาบันเหล่านั้นทำได้ยาก เป็นสถานที่รวมคนเก่งไว้ด้วยกัน สร้างความภาคภูมิใจให้กับครอบครัวเมื่อบุตรหลานสามารถเรียนในสถานศึกษาดังกล่าว เมื่อนักเรียนจบการศึกษาทุกระดับตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา เหตุผลของการเลือกสถานศึกษาในแต่ละระดับไม่ได้เปลี่ยนแปลงไป การเรียนพิเศษจึงเกิดขึ้นและเป็นค่านิยมของเด็กไทยมานาน จัดเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้รับความระแวงการตอบรับที่ดี จากธุรกิจเล็ก ๆ จนตั้งเป็นสถาบันกวดวิชาที่สร้างชื่อเสียงขยายกิจการมีสาขาเพิ่มขึ้นในจังหวัดใหญ่ ๆ

ค่านิยมในการเรียนกวดวิชาของเด็กและเยาวชนในจังหวัดพัทลุงก็ไม่ได้แตกต่างกับที่อื่น ๆ โดยสภาพพื้นที่ของจังหวัดพัทลุงซึ่งเป็นจังหวัดขนาดเล็กทางภาคใต้ ล้อมรอบด้วยจังหวัดที่เป็นพื้นที่เศรษฐกิจได้แก่ อ่าวภาคใหญ่ จังหวัดสงขลา จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดตรัง ซึ่งมีสถาบันกวดวิชาที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่หลายแห่ง การเรียนกวดวิชาทำได้เฉพาะในวันหยุด แม้การเดินทางค่อนข้างสะดวกแต่นักเรียนต้องใช้เวลาและงบประมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากค่าเล่าเรียน ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวไม่ได้ทำให้จำนวนนักเรียนลดน้อยลงแต่กลับเพิ่มจำนวนมากขึ้นเมื่อผลสำเร็จที่เกิดขึ้นกับนักเรียนที่มีโอกาสได้เรียนสูงกว่านักเรียนที่ไม่มีโอกาสเรียน

โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน เป็นโรงเรียนกวดวิชาที่เปิดทำการมากกว่า 33 ปี จดทะเบียนในนาม บริษัท วี บาย เดอะเบรน จำกัด ทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาท มีจำนวนสาขาถึง 56 สาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยมี อาจารย์มนตรี นรมิตศิริพงศ์ หรือที่ทุกคนรู้จักกันดี คือ พี่ช้าง เป็นผู้บริหาร มองเห็นถึงปัญหาที่กล่าวข้างต้นของเด็กและเยาวชนในจังหวัดพัทลุง จึงได้มาเปิดสาขาที่จังหวัดพัทลุง ในปีพ.ศ.2553 และเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยจำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้น หลังจากนั้นได้มีสถาบันกวดวิชาอื่น ๆ ททยอยมาเปิดกิจการในจังหวัดพัทลุงเพิ่มขึ้น เกิดการแข่งขันในธุรกิจประเภทนี้ โรงเรียนกวดวิชาเดอะ เบรน พยายามรักษาจำนวนนักเรียนมิให้ลดลงและต้องการเพิ่มจำนวนที่มากขึ้นด้วยการจัดคอร์สการเรียนที่หลากหลายมากขึ้น ขยายระดับชั้นที่เข้าเรียนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับในปีการศึกษา 2563 - 2564 เกิดสถานการณ์โรคระบาด COVID - 19 โรงเรียนกวดวิชาต้องปิดมีเฉพาะการสอนออนไลน์ ซึ่งไม่

น่าจะเกิดผลกระทบต่อธุรกิจโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน เพราะใช้รูปแบบการสอนออนไลน์น้อยอยู่แล้ว แต่ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว จำนวนนักเรียนจึงลดต่ำลง

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักเรียนที่มาใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง ซึ่งจะทำให้ทราบคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของการบริการของนักเรียน และเยาวชนในจังหวัดพัทลุง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงกับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการ

สมมุติฐานของการวิจัย

H_1 คุณภาพการบริการด้านสิ่งของที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ

H_2 คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ

H_3 คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ

H_4 คุณภาพการบริการด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ

H_5 คุณภาพการบริการด้านความเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการบริการ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักเรียน กรณีศึกษา : โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาคุณภาพการบริการ 5 ด้านที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยที่ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งของที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเห็นอกเห็นใจ และตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักเรียน

ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง ได้มาโดยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 385 คน

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการทำวิจัย การวิจัยครั้งนี้ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 - เดือนธันวาคม 2564

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ(Service Quality) คือ ศักยภาพในการให้บริการหรือระดับความสามารถของผู้ให้บริการต่อผู้ใช้บริการโดยที่ในการให้บริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดโดยจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดหรือในการให้บริการเป็นไปตามข้อสัญญาที่ผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการได้ทำข้อตกลงกันไว้โดยการให้บริการจะต้องไม่มีความผิดพลาด เพื่อที่ผู้ให้บริการจะได้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดรวมไปถึงการที่ผู้ให้บริการสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด

การวัดคุณภาพการบริการในมุมมองของของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry ซึ่ง เป็นนักวิชาการจะมีการรับรู้คุณภาพการบริการ 5 มิติ คือ

1. สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง สิ่งที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าหรือลักษณะทางกายภาพที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นทางด้านอุปกรณ์ ทางด้านตัวบุคคล โดยสำหรับโรงเรียนกวดวิชาแล้ว คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งจับต้องได้ คือ สิ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียน ได้แก่ เอกสารประกอบการสอน อุปกรณ์ต่างๆที่ช่วยเหลือผู้เรียนในการเรียน หรือแม้แต่การให้บริการของบุคลากรที่ช่วยให้ผู้เรียนมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ

2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติงานบริการได้ตามที่ตกลงกันหรือตามข้อสัญญาที่ได้กำหนดไว้ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ โดยสำหรับโรงเรียนกวดวิชาแล้ว คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ คือ การที่ผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือการที่ผู้ให้บริการสามารถปฏิบัติตามข้อสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ มีความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอในทุกครั้งที่ให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นว่าผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองการบริการ (Responsiveness) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมที่จะให้บริการได้อย่างทันท่วงทีและมีความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยการบริการจะต้องให้ผู้บริการได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็วไม่ต้องเสียเวลาในการรอ โดยสำหรับโรงเรียนกวด

วิชาแล้ว คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองการบริการ คือ การที่ผู้ให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการรวมถึงช่วยเหลือหรือแก้ไขปัญหาให้แก่ผู้รับบริการ

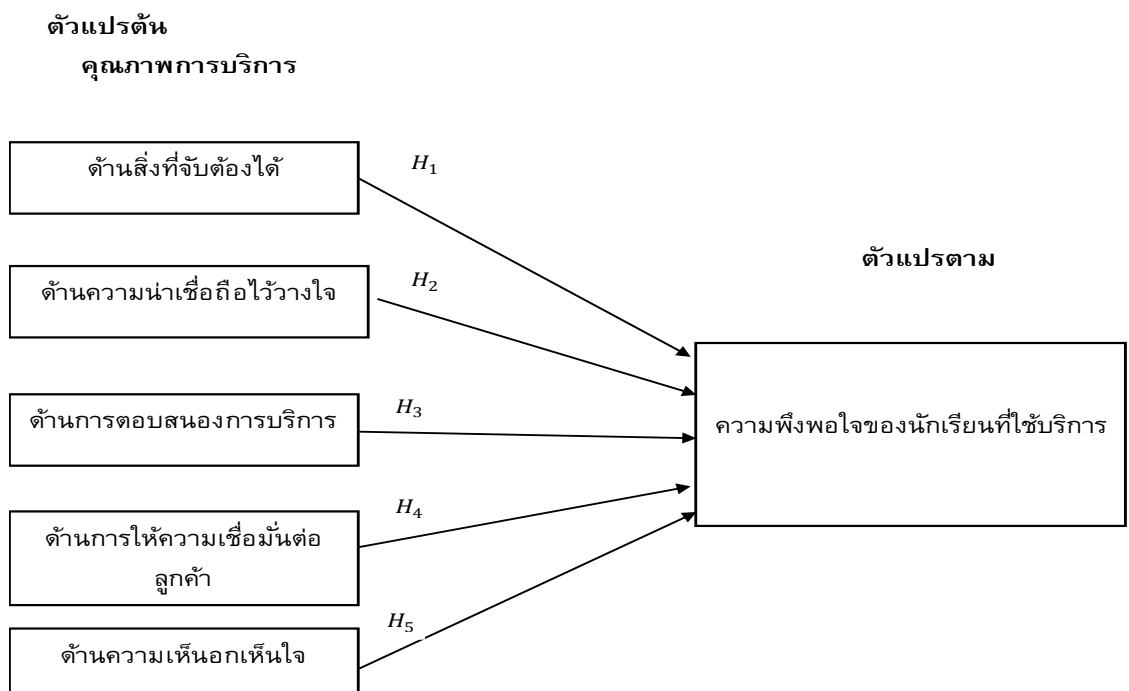
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในด้านทักษะ ความรู้ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างสุภาพ โดยสำหรับโรงเรียนกวดวิชาแล้ว คุณภาพการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ การที่ผู้ให้บริการแสดงถึงความสามารถทางทักษะ ความรู้ ในการสื่อสารต่อความต้องการของผู้บริโภค จนสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

5. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีการเอาใจใส่ผู้รับบริการซึ่งผู้ให้บริการจะต้องมีความเข้าใจในสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ โดยสำหรับโรงเรียนกวดวิชาแล้ว คุณภาพความเห็นอกเห็นใจ คือ การที่ผู้ให้บริการมีความเอื้ออาทร ดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการในแต่ละรายตามความต้องการที่แตกต่างกัน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกทางอารมณ์ว่า ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ยินดีหรือไม่ยินดี ที่สะท้อนจากการที่ผู้ใช้บริการได้ผ่านประสบการณ์จากการใช้บริการ โดยที่ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจะเป็นในทางที่ดีหรือแย่ขึ้นอยู่กับว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากน้อยเพียงไร หรือ อารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้บริการหลังจากใช้บริการแล้วยังสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยการใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-end question) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-end question) ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ แผนการเรียนที่เน้น ประเภทของคอร์สเรียนที่ลง ราคาต่อคอร์สเรียน ประเภทของวิชาที่ลงเรียน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามคุณภาพการบริการ จำนวน 20 ข้อ โดยได้นำคำถามคุณภาพการบริการ 5 ด้าน มาจากงานวิจัยของ Yongdong Shi, Catherine Prentice, Wei He (2014) ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ด้านการตอบสนองการบริการ (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) โดยแบบแบบสอบถามคุณภาพการบริการ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่สร้างขึ้นตามวิธีของลิเคิร์ท จำนวน 20 ข้อ กำหนดความหมายของแต่ละระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จำนวน 4 ข้อ โดยได้นำคำถามความพึงพอใจมาจากงานวิจัยของ Seyed Reza Seyed Javadein, Amir Khanlari, Mehrdad Estiri (2008) โดยแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่สร้างขึ้นตามวิธีของลิเคิร์ท จำนวน 4 ข้อ กำหนดความหมายของแต่ละระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับนักเรียนจำนวน 20 คน เป็นนักเรียนที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือวิจัย เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (α - Coefficient) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัคอยู่ระหว่าง 0.787-0.844

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอความร่วมมือนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่เรียนกวดวิชาที่โรงเรียนเดอะเบรน สาขาพัทลุง เพื่อตอบแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด ผ่านทางระบบออนไลน์เนื่องจากวิธีนี้เป็นวิธีที่ทำให้ได้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ต้นทุนในการดำเนินงานที่ค่อนข้างต่ำ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากและรวดเร็ว
2. ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กระจายในระบบออนไลน์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 1) สถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ สำหรับส่วนคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงกับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการและได้ทำการการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way ANOVA) ของความพึงพอใจของนักเรียนแผนการเรียนที่เน้นต่างกัน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าเพศของนักเรียนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิง จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 แผนการเรียนที่เน้นส่วนใหญ่เป็นแผนการเรียนวิทย์-คณิต จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 70.4 ประเภทของคอร์สเรียนที่นักเรียนลงทะเบียนเรียนส่วนใหญ่ เป็นคอร์สเฉพาะรายวิชา จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.83 ราคาต่อคอร์สเรียนส่วนใหญ่ ราคา 2,000 – 4,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 วิชาที่นักเรียนลงทะเบียนเรียนมากที่สุด คือวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 294 คน วิชาที่นักเรียนลงทะเบียนเรียนมากเป็นลำดับถัดมาคือ วิชาฟิสิกส์ จำนวน 294 คน วิชาที่นักเรียนลงทะเบียนเรียนมากเป็นลำดับสาม คือ วิชาภาษาอังกฤษ จำนวน 128 คน และวิชาที่นักเรียนลงทะเบียนเรียนน้อยที่สุด คือ วิชาภาษาไทย จำนวน 76 คน ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) คุณภาพการบริการและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	SD
สิ่งที่จับต้องได้	3.98	1.02
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	3.94	1.03
การตอบสนองการบริการ	3.90	0.99
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.00	1.03
ความเห็นอกเห็นใจ	3.88	0.98
รวมเฉลี่ย	3.94	0.97

จากตาราง 1 พบว่า คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง ในภาพรวม อยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย 3.94 เมื่อแยกตามรายด้านทุกด้าน มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.00 ลำดับถัดไปคือ ด้านสิ่งที่จับต้องได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ลำดับถัดไปคือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 และด้านความเห็นอกเห็นใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความพึงพอใจและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง

คำถามความพึงพอใจ	\bar{X}	SD
1. ท่านพึงพอใจกับโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน	3.88	1.10
2. โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรนตอบสนองความคาดหวังของท่านเสมอ	3.83	1.08
3. ประสบการณ์การเรียนรู้ที่ได้รับจากการเรียนที่โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน ยอดเยี่ยม	3.86	1.11
4. โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรนไม่เคยทำให้ผิดหวังเลย	3.82	1.09
รวมเฉลี่ย	3.84	1.04

จากตาราง 2 พบว่า นักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง มีความพึงพอใจต่อการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าทุกข้อคำถามมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยข้อที่ 1 ท่านพึงพอใจกับโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.88 และข้อที่ 4 โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรนไม่เคยทำให้ผิดหวังเลย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.82

ได้ทำการตรวจสอบพบว่า นักเรียนแผนการเรียนที่เน้นต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการ โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงไม่แตกต่างกัน มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงแผนการเรียนที่เน้นและความพึงพอใจต่อการบริการ โรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน สาขาพัทลุง

ความพึงพอใจ	แผนการเรียนที่เน้น			สถิติทดสอบ
	วิทย์-คณิต (n = 271)	ภาษาต่างประเทศ (n = 67)	อื่น ๆ (n = 47)	
ความพึงพอใจภาพรวม				
ค่าเฉลี่ย	3.91	3.74	3.61	F = 1.972
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.01	1.07	1.17	Sig = .141

**มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตาราง 3 การทดสอบ One-Way ANOVA พบว่าค่าสถิติทดสอบ $F(2,382)=1.972, p<.01$ แสดงว่า นักเรียนแผนการเรียนที่เน้นต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการบริการ โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของคุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน สาขาพัทลุง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

คุณภาพการบริการ	Correlation		
	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ		
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
ด้านสิ่งที่จับต้องได้	0.852	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	0.870	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านการตอบสนองการบริการ	0.867	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.882	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ด้านความเห็นอกเห็นใจ	0.860	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
รวม	0.902	0.000**	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

**มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตาราง 4 พบว่า คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.902 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ตามรายข้อ พบว่าด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) สูงสุด เท่ากับ 0.882 และด้านสิ่งที่จับต้องได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ต่ำสุด เท่ากับ 0.852

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน สาขาพัทลุง กับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการ ปรากฏผล ดังนี้

1. คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง อยู่ในระดับ ดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ำ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านความเห็นอกเห็นใจ
2. ความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง อยู่ในระดับ มาก และนักเรียนที่เรียนแผนการเรียนที่เน้นต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงไม่แตกต่างกัน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง กับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์ทุกด้าน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักเรียน กรณีศึกษา:โรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. คุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง อยู่ในระดับ ดี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้วิจัยวัดคุณภาพการบริการ โดยนำหลักการวัดคุณภาพการบริการของนักวิชาการ คือ Parasuraman, Zeithaml, and Berry ซึ่งวัดคุณภาพการบริการ 5 มิติ เป็นการวัดคุณภาพที่เหมาะสมกับการให้บริการของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา และผู้วิจัยได้เลือกสิ่งที่วัดคุณภาพการบริการแต่ละมิติสอดคล้องและครอบคลุม การบริการของธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา เดอะเบรน สาขาพัทลุง เป็นต้นว่า มิติสิ่งที่จับต้องได้ ผู้วิจัยเลือกวัดสิ่งอำนวยความสะดวก การใช้สัญลักษณ์ภายในโรงเรียน ลักษณะกายภาพของพนักงาน และเอกสารประกอบการเรียน มิติความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ผู้วิจัยเลือกวัดหลักสูตรของโรงเรียน การแก้ปัญหาให้กับนักเรียน ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของโรงเรียน ประวัติของลูกศิษย์ มิติการตอบสนองการบริการ ผู้วิจัยเลือกวัดการแนะนำเรื่องการเรียน ความรวดเร็วของการบริการ และความรู้สึกลูกค้ำเป็นหนึ่ง มิติการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ำ ผู้วิจัยเลือกวัด ความสามารถของคณาจารย์ ความรู้

ความสามารถของพนักงาน ด้านความเห็นอกเห็นใจ ผู้วิจัยเลือกวัด การบริการนักเรียนตาม ความต้องการเป็นรายบุคคล ทุกรายการสามารถสะท้อนคุณภาพการบริการได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Oliver (1981) ที่กล่าวว่า ในโลกของธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงเพื่อให้ ธุรกิจของตัวเองสามารถอยู่รอดได้ โดยที่ทุกธุรกิจจะให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพการบริการ โดยเน้นลูกค้าเพื่อที่จะขยายผลไปสู่เรื่องความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิตตานันท์ กวนชัยภูมิ, เทพนิมิต สุริยะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการ บริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีคุณภาพมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน บุคคล รองลงมา คือ การรับรู้บริการ และระดับความสำคัญบริการตามลำดับ

2. ความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงอยู่ใน ระดับมาก เป็นไปตามแนวทางของ Han, Back & Barrett (2013, pp.563-572) ที่กล่าวว่า การ ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจจะมีการบอกต่อ ไปยังเพื่อนคนใกล้ชิด ญาติพี่น้อง เท่ากับเป็นการ โฆษณาในทางอ้อมให้แก่กิจการ นอกจากนี้ความพึงพอใจยังเป็นตัวบ่งบอกถึงสถานะของกิจการ ในอนาคต และในการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในกิจการจะส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดี และการ เก็บรวบรวมข้อมูล มีนักเรียนตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน เป็นไปตามหลักการหาขนาด ตัวอย่างของประชากรที่มีจำนวนมากและไม่สามารถบอกจำนวนประชากรได้ นอกจากนี้ผู้วิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสร้าง QR code และ link แบบสอบถามและใช้การส่งแบบสอบถาม ผ่านทาง line หรือ facebook ทำให้กลุ่มตัวอย่างวิจัย ซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษา เป็นกลุ่ม ที่มีความสามารถและนิยมใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนแผนการเรียนวิทย์-คณิต ซึ่งเป็นกลุ่มที่หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานกำหนดให้ นักเรียนศึกษาการใช้ เซิร์ชเอนจินกูเกิ้ล ซึ่งสะดวกในการตอบแบบสอบถาม รายการสอบถาม สามารถสะท้อนคุณภาพการบริการของโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุงได้ สอดคล้อง กับทฤษฎีของ Kotler & Keller (2016) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจาก ความ คาดหวังในคุณภาพการบริการ ซึ่งการตัดสินใจใช้บริการ จะเกิดจากการรับรู้คุณค่าของบริการที่ มีต่อตนเอง โดยการนำเสนอบริการออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการ ดูแล ห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการโรงเรียนกวดวิชาเดอะเบรน สาขาพัทลุง กับความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์ทุกด้าน เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย เป็นไปตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry ที่กล่าวว่าเมื่อผู้รับบริการได้รับ การบริการในแต่ละครั้งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ Arlanda, & Agus Suroso (2018, pp.28-37). ที่กล่าวว่า“คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ” เพราะเมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วมีความพึงพอใจมากถึงมากที่สุดต่อการบริการก็จะส่งผลทำให้ ลูกค้ากลับมาใช้บริการอยู่บ่อยๆ สอดคล้องกับ Linda Tsevi (2020) ได้ศึกษา คุณภาพการ บริการตัวต่อตัวและความพึงพอใจของนักเรียน พบว่า ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจ

ใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วัชรภรณ์ อารีรัตน์ ศักดิ์,บุญทวารณ วิงวอน,อมรรัตน์ ศรีวิโรจน์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความไว้วางใจที่มีต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในธุรกิจร้านอาหาร ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับผลการวิจัยของประนิมม คันทรส (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของธุรกิจนำเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในการบริการมีความสัมพันธ์กันทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับโรงเรียนกวดวิชา ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการของกิจการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อันจะนำมาซึ่งการใช้บริการซ้ำ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่น่าเชื่อถือ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาคูณภาพการบริการด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลในทางบวกกับความพึงพอใจเพื่อพัฒนากิจการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
- การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาผลกระทบของความพึงพอใจที่เกิดจากคุณภาพการบริการที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชาและรจิตา วานิชย์บัญชา.(2561).การใช้SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล.พิมพ์ครั้งที่31.สามลดา.กรุงเทพฯ.

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์.(2563).คุณภาพการบริการของโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ,6(2),44-56

จิตตานันท์ กวนชัยภูมิและเทพนิมิต สุริยะ.(2562).การศึกษาคุณภาพการบริการห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น.วารสารสำนักหอสมุด,8,38-56

ชนากานต์ ทองศักดิ์.(2562).อิทธิพลของคุณภาพระบบ คุณภาพข้อมูล คุณภาพบริการ ความยุติธรรมของราคาและการส่งเสริม การตลาดของแอฟส่งอาหารต่อความพึงพอใจและ

ความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ชูศรี วงศ์รัตน.(2560).เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.พิมพ์ครั้งที่13.อมรรการพิมพ์.กรุงเทพฯ

ชนกฤต ตปนีย์และสุรสิทธิ์ บุญชูนนท์.(2561).อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถแท็กซี่สาธารณะ.วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ,5(2), 101-120

ชนานิษฐ์ สิริวงษ์วัชระและศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์.(2561).การศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีในการให้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาถนนเพชรบุรีตัดใหม่.การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา,13,62-70

บุญชม ศรีสะอาด.(2560).การวิจัยเบื้องต้นฉบับปรับปรุงใหม่.พิมพ์ครั้งที่10.ชมรมเด็ก.กรุงเทพฯ.

ประนิมม คันทรส.(2559).คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของธุรกิจนำเที่ยว.วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,4(2),43-48

ประภาวดี สืบสนธิ์.(2546).คุณภาพการบริการในสถาบันบริการสารสนเทศอุดมศึกษา.ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564,จากhttp://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/bitstream/123456789/2455/2/BIB772_F.pdf

พรโชค วงษ์สุวรรณ.(2563).คุณภาพการบริการงานเพื่อผลการบริการการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย.วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์,15(1),31-44

พัฒนา พรหมณี,ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย,และจีระศักดิ์ ทัพผา.(2563).แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน.วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย(สสอท.),26(1),59-66

ภาณุพร หาญธีระชัยกุล.(2556).การเปรียบเทียบระหว่างอิทธิพลของความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการกับการส่งเสริมการจำหน่ายที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการซ้ำกับธุรกิจเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รุ่งนภา ออมสินสมบูรณ์.(2556).ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซ้ำของร้านคาร์แคร์ของกลุ่มวัยทำงานและวัยนักศึกษา.การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รุ่งทิพย์ นิลพัท.(2561).คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต.การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

วัชรารภรณ์ อารีรัตน์ศักดิ์ บุญทววรรณ วิงวอนและอมรรัตน์ ศรีวิโรจน์.(2563).ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและความไว้นื้อเชื่อใจที่มีต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าในธุรกิจร้านอาหาร.วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษาและสังคมศึกษาศาสตร์,10(2), 73-85

เศกสิทธิ์ ทองใบ.(2555).การรับรู้คุณภาพบริการ : กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ ในจังหวัดนครสวรรค์และพิษณุโลก.วารสารเกษมบัณฑิต,13(2), 54-69

สุวรรณผา พะลีราช.(2562).คุณภาพการบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลตึก.วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์,2(2),96-110

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข,สุภาพงษ์ ญาณไพศาล,อัญชญา แสงแก้วและเว่ย หยาง.(2563).คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติต่อบริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,10(1),64-72

อานนท์ จันจิตร.(2563).การพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์การศึกษิตตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Byung-Suh K.,Chul-Ho C.,Jong-Deuk_B.(2007).The Effects of Service Quality on Customer Satisfaction in Case of Dissatisfied Customers. Publisher: Emerald Group Publishing Limited,8(1),27-39

Ibrahim D.&Amran R.(2012)Imperatives of service innovation and service quality for customer satisfaction: Perspective on higher education.Procedia - Social and Behavioral Sciences ,40,347 – 352

Koo T.K.&Li M.Y,(2016).A Guideline of Sefeeting and Reporting Intaclass.Corelation Coefficients for Reliability Research.Journal of Chiropactic Medicine,15(2),155-163.

- Linda T.(2020).Tutor Service Quality and Student Satisfaction: A Study of Distance Education Students at University of Ghana Learning Centres.Commission for International Adult Education,69,1-5
- Luca P.,Angela M.,Salvatore R.(2006). Student satisfaction and quality of service in Italian universities. *Managing Service Quality*,16(4),349-364
- María-Jesús Martínez-Argüelles and Josep-Maria Batalla-Busquets.(2016).Perceived Service Quality and Student Loyalty in an Online University.*International Review of Research in Open and Distributed Learning*,17(4),263-279
- Seyed Reza Seyed Javadein,Amir Khanlari,Mehrdad Estiri.(2008).Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality,customer satisfaction,commitment and trust.*International Journal of Human Sciences*.5(2).1-20
- Yongdong Shi,Catherine Prentice,Wei He.(2014).Linking service quality,customer satisfaction and loyalty in casinos,does membership matter?.*International Journal of Hospitality Management*.40.81-91