

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการ
ของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย
Factors Affecting the Service Satisfaction
at Taekwondo Sports-Registered Schools in Thailand

วิลาสินี อินรุ่ง¹ ศุภฤกษ์ สุขสมาน²
Wilasinee Inrung, Suparek Sooksman

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย 2) ศึกษาระดับความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย และ 3) ศึกษาปัจจัยความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนที่มาใช้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทยเป็นเพศชาย ร้อยละ 56.8 มีอายุระหว่าง 9-12 ร้อยละ 49.0 ช่วงเวลาเรียนนานสะสม 7-12 ปี ร้อยละ 36.3 ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 และมีความคาดหวังคุณภาพการบริการ ด้านบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ส่วนระดับการรับรู้คุณค่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการรับรู้คุณค่าด้านความรู้สึก (Hedonic Value) โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 พบว่า ความคาดหวังด้านสถานที่ ($\beta_0=-0.64, p=0.000$) การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน ($\beta_0=-0.953, p=0.000$) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

คำสำคัญ (Keywords) :ความพึงพอใจในการบริการ; กีฬาเทควันโด; ความคาดหวัง

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) the demographic factors of students registering for taekwondo in Thailand; 2) levels of opinions about expectations and perceived

Received: 2023-12-09 Revised: 2024-01-15 Accepted: 2024-01-17

¹ นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Master degree Student of the department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. E-mail: Wilasinee.i@ku.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ Associate Professor at the department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University. E-mail: fbussrs@ku.ac.th

value from both individual and overall with the services provided by schools registering for taekwondo in Thailand; and 3) expectations and perceived value factors affecting satisfaction with the services provided by schools registering for taekwondo sports in Thailand. A total of 400 students using the services of the schools were included in this research. We collected data from a questionnaire. The data were analyzed by descriptive statistics and multiple linear regression analysis.

The study showed that the majority of students attending the taekwondo schools in Thailand were men (56.8 percent), between the ages of 9 and 12 (49.0 percent), for a total of 7–12 years, (36.3 percent). The expectations for the overall quality of the image service were high (mean 3.57, standard deviation 0.47) and service quality expectations were at the highest level (mean 3.71, standard deviation 0.69). The most comprehensive percentage level was in the highest (mean 3.87, standard deviation 0.64). The Hedonic value had the highest (mean 4.21, standard deviation 0.52). The satisfaction with the school's service at the taekwondo Sports was also rated at the highest level (mean 4.17, standard deviation 0.99). The study revealed that both location expectations ($\beta_0 = -0.64$, $p = 0.000$) and usage value perception ($\beta_0 = -0.953$, $p = 0.000$) had a statistically significant impact on the service satisfaction of the school registering in the taekwondo sports in Thailand (p -value < 0.05).

Keywords: service satisfaction; taekwondo sports; expectations

บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันนี้การบริการเป็นเรื่องของการดูแลลูกค้าที่มุ่งเน้นให้เกิดความสำคัญของการบริการพึงพอใจสูงสุด เช่น หากเราเข้าใช้บริการในสถานที่ต่าง ๆ เราก็ต้องการบริการที่ดี พนักงานบริการอย่างสุภาพ ให้คำแนะนำปรึกษาที่ดี เป็นต้น ดังนั้นแล้วเรื่องของความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับองค์กร และสถานที่ทั้งหลายที่เป็นธุรกิจในด้านงานบริการในทุกองค์กร และทุกสถานที่จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องของความพึงพอใจหลายบริษัทอาจใช้การประเมินให้ลูกค้าเป็นคนประเมินคะแนนในหัวข้อต่าง ๆ ที่บริษัทจะสามารถนำไปปรับปรุงได้ ดังนั้นสำหรับความพึงพอใจในบริการต่าง ๆ จึงควรให้เกิดผลต่อลูกค้าในทางบวก เพราะอย่างที่เรารับรู้หากผลทางลบก็จะส่งผลเสียต่อตัวบริษัทหรือองค์กรนั้น ยกตัวอย่างเช่น ถ้าต้องการเข้าร้านอาหารสักร้าน ร้านนั้นอาหารอร่อยมากแต่พนักงานไม่ใส่ใจลูกค้า ลูกค้าจึงมีสิทธิ์ที่จะเลือกไม่รับบริการร้านนั้นได้ ซึ่งหากเป็นบ่อยร้านค้านั้นก็จะไม่สามารถขายได้ เป็นต้น (ปตท., 2564)

กีฬาเทควันโด เป็นการแสดงออกทางร่างกายของมนุษย์ โดยในปัจจุบันกีฬาเทควันโด จัดได้ว่าเป็นกีฬาที่มีคนนิยมเล่นกัน มากกว่า 164 ประเทศทั่วโลก ได้รับการยอมรับว่ามีผลทำให้อายุยืนและเป็นกิจกรรมที่เต็มไปด้วย น้ำใจนักกีฬา ด้วยลักษณะท่าทางและการกระทำพื้นฐานของกีฬาเทควันโด ได้พัฒนามาจากสัญชาตญาณการต่อสู้หรือการป้องกันตัวของมนุษย์และเป็นพื้นฐานทางด้านการแสดงออกของตนเอง โดยผู้เล่นจะได้รับประโยชน์ ต่าง ๆ มากมายจากการเล่นกีฬาเทควันโด เช่น การป้องกันตนเอง การมีสุขภาพร่างกายดี ไม่เหน็ดเหนื่อยหรือ อ่อนเพลียง่าย ช่วยให้อวัยวะในร่างกายและส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้พัฒนาและทำงานเป็นระบบได้ดีขึ้น (ณัชชาธิ์ วิทยพัฒน์ และ สมทบ ฐิตะฐาน, 2565: 181)

ความนิยมกีฬาเทควันโด ได้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากผลงานที่โดดเด่นของ “วู” ยาวภา บุรพลชัย โดยในปี 2560 สมาคมเทควันโดแห่งประเทศไทยได้รับการตอบรับจากสโมสรเทควันโดต่าง ๆ มากขึ้นกว่าปี 2559 ถึง 1 เท่าตัว (วรทยา เถาแดง, 2562) นอกจากนี้จำนวนนักกีฬาเทควันโดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ขึ้นทะเบียนนักกีฬาไว้กับการกีฬาแห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี 2557-2561 พบว่า มีจำนวน 787 คน เพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 157 คนต่อปี (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2561) ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าความนิยมในกีฬาเทควันโดมีแนวโน้มในการเรียนเทควันโดเพิ่มสูงขึ้น

จากความนิยมและประโยชน์เพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้อยู่ในระดับมาตรฐาน มีคุณภาพการบริการ (Service quality) เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นสิ่งชี้วัดถึงผู้ให้บริการว่ามีความสัมพันธ์หรือมีการตอบสนองตรงตามความต้องการต่อความคาดหวังที่จะได้รับได้ดีเพียงใด ซึ่งในแง่ธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนด คุณภาพการบริการให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจต่อการรับบริการ (ธราภรณ์ เสือสุรีย์, 2558) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารหาแนวทางในการจัดกระบวนการเรียนไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงพัฒนาแนวทางในการพัฒนาระบบจัดการเรียนให้ตรงต่อความพึงพอใจของผู้เรียนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย
2. ศึกษาระดับความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย
3. ศึกษาปัจจัยความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคตัดขวาง ที่มุ่งเน้นหาปัจจัยความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการ กับความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตความคาดหวัง แบ่งออกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านบริการ (Service) ด้านราคา (Cost) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promote) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า แบ่งออกเป็นรายด้าน ได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) การรับรู้คุณค่าด้านความรู้สึก (Hedonic Value) การรับรู้คุณค่าด้านสังคม (Social Value) และปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการ แบ่งออกเป็นรายข้อ ได้แก่ ท่านพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ท่านเรียนมาในภาพรวม ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของโรงเรียน ท่านใช้บริการของโรงเรียนในโอกาสถัดไป

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

นักเรียนที่มาใช้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย ธันวาคม 2565 ถึง กุมภาพันธ์ 2566 มีทั้งหมด 144 แห่ง จำนวนเฉลี่ย 1,095 คน (ข้อมูลจากโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย, 2566)

1.3 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักเรียนที่มาใช้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโด ในประเทศไทยปีธันวาคม 2565 ถึง กุมภาพันธ์ 2566 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคำนวณโดยการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ดังนี้ จึงเลือกใช้สูตรของ Taro Yamane ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ที่ระดับความน่าเชื่อถือร้อยละ 95 หลังจากนั้นและทำการสุ่มนักเรียนแต่ละโรงเรียนตามสัดส่วนด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random) ทั้ง 7 โรงเรียนรวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย 7 โรงเรียนที่ติด Top 7 ของประเทศ ได้แก่ RSR Taekwondo Team A Taweelip Taekwondo Nacha KCS Academy Of Taekwondo Center & The fast The Champion Taekwondo Tiger Thai

1.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนมีนาคม 2566 ถึง เมษายน 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบสอบถามเลือกตอบและให้เติมข้อมูลในช่องว่างให้ครบถ้วน จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ช่วงเวลาที่เรียนนานสะสม ลำดับของสาย จำนวนโรงเรียนเทควันโดที่เรียนมา

ส่วนที่ 2 แบบความคาดหวังการรับรู้ต่อคุณภาพ โดยมีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเทคนิคการวัดของลิเคิร์ท (Likert Type Scale) มี 5 ระดับ ตั้งแต่คะแนน 5 เท่ากับมากที่สุด จนถึง 1 เท่ากับน้อยที่สุด นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง มีความคาดหวังระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง มีความคาดหวัง ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง มีความคาดหวังระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง มีความคาดหวังระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง มีความคาดหวังระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย โดยมีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเทคนิคการวัดของลิเคิร์ท (Likert Type Scale) มี 5 ระดับ ตั้งแต่คะแนน 5 เท่ากับมากที่สุด จนถึง 1 เท่ากับน้อยที่สุด นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง มีการรับรู้ระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง มีการรับรู้ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง มีการรับรู้ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง มีการรับรู้ระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง มีการรับรู้ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย โดยมีลักษณะคำตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเทคนิคการวัดของลิเคิร์ท (Likert Type Scale) ระดับ ตั้งแต่คะแนน 5 เท่ากับมากที่สุด จนถึง 1 เท่ากับน้อยที่สุด นอกจากนี้ หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ยสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่มาใช้บริการของศูนย์กีฬาเทควันโดในประเทศไทย ที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำมาคำนวณ หาค่าความเชื่อมั่นใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวัง มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ด้านการรับรู้คุณค่า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 และความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโด มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 1.0

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลระดับความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย โดยใช้สถิติบรรยายได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 วิเคราะห์ปัจจัย ความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย ด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างนักเรียน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีอายุระหว่าง 9-12 ปี มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีเวลาเรียนนานสะสม 7-12 ปี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ส่วนใหญ่มีลำดับชั้นของสายสีด้า มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีประสบการณ์การเรียนเทควันโด 1 แห่ง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0

ส่วนที่ 2 ระดับความคาดหวังการรับรู้ต่อคุณภาพ การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย

ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบริการ (Service) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.71 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีทักษะความรู้และความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02) รองลงมาคือ ด้านราคา (Cost) อยู่ในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ราคามีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.69 ,ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83)

ถัดมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promote) อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.61 ,ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โรงเรียนมีการตลาดและการแนะนำหลากหลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.22) และ ด้านสถานที่ (Place) อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.36 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่สะอาดโล่ง ปลอดภัย สะดวกสบายมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71)

ระดับการรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเด็กนักเรียนมีระดับการรับรู้คุณค่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน การรับรู้คุณค่าด้านความรู้สึก อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เนื้อหาการเรียนการสอนสร้างความมีระเบียบวินัยและความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.67 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57)

รองลงมาคือ ด้าน การรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เนื้อหาการเรียนการสอนทำให้ท่านได้ใช้งานจริง (ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61) และ ด้าน การรับรู้คุณค่าด้านสังคม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านมีความสามัคคีและเรียนรู้การอยู่ร่วมกันเป็นทีม (ค่าเฉลี่ย 4.31 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความคาดหวังการรับรู้ต่อคุณภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย

ปัจจัยความคาดหวัง ได้แก่ ด้านบริการ (Service) ด้านราคา (Cost) ด้านสถานที่ (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promote) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ร้อยละ 62.5 อธิบายความแปรปรวนที่เกิดขึ้นในความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย ร้อยละ 39.0 (จากค่า R - square Adjusted ซึ่งเท่ากับ 0.390) ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ($\beta_0 = -0.64$, p-value = 0.000) รองลงมา ปัจจัยด้านบริการ ($\beta_0 = 0.199$, p-value = 0.000) รองลงมา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta_0 = 0.173$, p-value = 0.000) ส่วนปัจจัยด้านราคา ($\beta_0 = 0.022$, p-value = 0.716) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการรับรู้คุณค่าในการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์การถดถอยข้อมูล พบว่า การรับรู้คุณค่าในการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ร้อยละ 68.5 ปัจจัยความคาดหวัง อธิบายความแปรปรวนที่เกิดขึ้นในความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักหาเทควันโดในประเทศไทย ร้อยละ 46.6 (จากค่า R-square Adjusted ซึ่งเท่ากับ 0.466) ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้ผลจาก

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในประเทศไทยมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน ($\beta_0 = -0.953$, $p\text{-value} = 0.000$) รองลงมา ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านสังคม ($\beta_0 = 0.508$, $p\text{-value} = 0.000$) และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านความรู้สึกรัก ($\beta_0 = 0.465$, $p\text{-value} = 0.000$)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ลักษณะทางประชากรของนักเรียนที่ใช้บริการโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างนักเรียน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีอายุระหว่าง 9-12 ปี มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีช่วงเวลาเรียนนานสะสม 7-12 ปี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ส่วนใหญ่มีลำดับชั้นของสายสีด้า มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีประสบการณ์การเรียนเทควันโด 1 แห่ง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของวรวิทยา เถาแดง (2562) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 40-49 ปีมากที่สุด มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ส่วนใหญ่คาดหวังให้บุตรหลานเรียนกักกันโรค เพื่อเป็นนักกีฬามากที่สุด และจะใช้เวลาในการเดินทางมาสถานที่เรียนกักกันโรคประมาณ 21-40 นาที มากที่สุด มีอัตราค่าเรียนกักกันโรคของสถานที่เรียนต่อเดือนอยู่ที่ 1,000-1,500 บาท มากที่สุด และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่เรียนกักกันโรคจากโซเชียลมีเดียมากที่สุด โดยจากลักษณะทางประชากรทำให้เกิดข้อค้นพบว่า ลูกค้ายของโรงเรียนจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและมีการตัดสินใจจากผู้ปกครองในการสมัครเข้าเรียน

2. ระดับความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า ระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการด้านบริการ (Service) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.71 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ครูผู้สอนมีทักษะความรู้และความเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02) สอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของวรวิทยา เถาแดง (2562) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้ฝึกสอนที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการ เลือกสถานที่เรียนกักกันโรคของผู้ปกครอง ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวมมี ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ผู้ฝึกสอนมีบุคลิกภาพที่ดี กิริยามารยาทดี สุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 และการศึกษาของ กนกวรรณ นาสมปอง (2555) ได้กล่าวว่า ในการทำธุรกิจการบริการนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การใส่ใจใน คุณภาพ ตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ เพื่อสร้างความแตกต่างเพื่อให้ เหนือกว่าคู่แข่ง และกานต์นภัส สุรพงษ์รักเจริญ (2557) ได้พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ของผู้ฝึกสอนในส่วนของความรู้ความสามารถ และความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ กล่าวคือ ถ้าผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี มีความสามารถ มีความใส่ใจ สามารถดูแล ช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ตลอดจนตอบสนองความต้องการกับผู้ใช้บริการได้ กลุ่มผู้ประกอบการที่มี ภูมิหลัง เป็นกักกันโรคสมัครเล่น และมองเห็นหนทางในการดำเนินงาน เป็นธุรกิจ โดยจะเริ่มต้นด้วยคุณสมบัติ ของผู้ฝึกสอน การพิจารณาตำแหน่งที่ตั้ง การกำหนดราคา และการส่งเสริมการขาย และสอดคล้องกับแนวคิด ของสุกัญญา มีกำลัง (ณัชชาธิ์ วิทยพัฒน์ และ สมทบ ฐิตะฐาน, 2565: 179-189) ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promote) อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ โรงเรียนมีการตลาดและการแนะนำหลากหลายช่องทาง

(ค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.22) เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย และด้านสถานที่ (Place) อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.36 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่สะอาดโล่ง ปลอดภัย สะดวกสบาย มาก (ค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71) ซึ่งสอดคล้องกับ Leblance & Nguyen (1996: 46) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์องค์กรในธุรกิจให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านเอกลักษณ์ขององค์กร หมายถึง สิ่งที่สามารถสังเกต และจดจำได้ เช่น โลโก้ การตกแต่งร้าน หรือรูปแบบสินค้า 2. ด้านชื่อเสียงองค์กร หมายถึง การประพจน์หรือการกระทำ และทัศนคติของ ผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร 3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งภายใน และภายนอกขององค์กร เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย บรรยากาศในการรับบริการ 4. ด้านการให้บริการ หมายถึง ความพร้อม ความใส่ใจ และความเต็มใจในการให้บริการ 5. ด้านการติดต่อ ระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือใช้สื่อเป็นตัวกลางในการให้บริการ

3. ปัจจัยความคาดหวัง การรับรู้คุณค่าในการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกึ่งพาเอกชนในประเทศไทย โดยปัจจัยความคาดหวังการรับรู้ต่อคุณภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกึ่งพาเอกชนในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ($\beta_0 = -0.64$, p-value = 0.000) รองลงมา ปัจจัยด้านบริการ ($\beta_0 = 0.199$, p-value = 0.000) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta_0 = 0.173$, p-value = 0.000) เนื่องจากความคาดหวังด้านการบริการ ทัศนคติเกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงและลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ (สมิต สัจฉกร, 2546) ซึ่งความคาดหวังตามทฤษฎีของ Vroom (1982 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) แสดงแนวคิดให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในการใช้บริการก็ต่อเมื่อเกิดความรู้สึกพึงพอใจ โดยมีการคิดล่วงหน้าถึงคุณค่าของบริการว่ามีความสามารถเพียงพอกับที่ตนเองคาดหวังไว้มากน้อยเพียงใด ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังอยู่ที่ผลลัพธ์ ความปรารถนาที่รุนแรง ส่วนปัจจัยด้านราคา ($\beta_0 = 0.022$, p-value = 0.716) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกึ่งพาเอกชนในประเทศไทย เนื่องจากการที่ลูกค้าต้องทำการเอาเงินไปจ่ายเพื่อแลกกับสินค้านั้น ๆ ตามที่ต้องการ แต่การตั้งราคาก็จำเป็นที่จะต้องเหมาะสมกับตัวสินค้าหรือบริการเช่นกัน (วิทยา จารุงพงศ์โสภณ และคณะ, 2560: 143) การให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกึ่งพาเอกชนเป็นการกำหนดราคาแบบการกำหนดราคาตามมูลค่า Value-based Pricing การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้าหลักเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับตัวสินค้าแต่ละประเภท จึงไม่มีผลต่อการเลือกนั่นเอง ไม่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิษณุ เทพสุรินทร์ และ ธนกร สิริสุคันธา (2564: 143) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเรียนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดในจังหวัดลำปางที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.01)

นอกจากนี้ปัจจัยการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกึ่งพาเอกชนในประเทศไทยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน ($\beta_0 = -0.953$, p-value = 0.000) เนื่องมาจากการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) เกี่ยวข้องกับขอบเขตที่แสดงถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์รวมถึงฟังก์ชันที่ต้องการ ความน่าเชื่อถือ คุณภาพ และประสิทธิภาพของ สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่สร้างการรับรู้ถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Smith & Colgate, 2007) โดยให้เหตุผลว่ายิ่งระดับของการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งานสูงเท่าไรยิ่งก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภคมากขึ้น

เท่านั้น ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านสังคม ($\beta_0 = 0.508$, $p\text{-value} = 0.000$) สอดคล้องกับงานวิจัย Kim, Kim & Wachter (2013) ที่กล่าวว่า คุณค่าด้านความรู้สึกมีผลกระทบมากที่สุด โดยแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากการรับรู้ด้านการใช้งานและด้านสังคมให้เหตุผลถึงความสำคัญของการสร้างเนื้อหาบนเวที จากสื่อภาพหรือวิดีโอที่มีความน่าสนใจ จะช่วยส่งเสริมความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้บริโภคต่อตราสินค้าผ่านช่องทาง เฟซบุ๊กแฟนเพจ จึงชี้ให้เห็นว่านักการตลาดไม่ควรมุ่งเพียงนำเสนอข้อมูลรายละเอียดของสินค้าเท่านั้น แต่ยังควรนำเสนอความบันเทิงที่น่าสนใจ เพราะนอกจากมีความสำคัญในแง่ของอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ยังสร้างความผูกพันของผู้บริโภคต่อตราสินค้าในระยะยาว และปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านความรู้สึก ($\beta_0 = 0.465$, $p\text{-value} = 0.000$) เป็นการสร้างความรู้สึกของผู้บริโภคก่อให้เกิดความผูกพันทางอารมณ์ในบริบทของสภาพแวดล้อมสังคม ออนไลน์ของตราสินค้า ซึ่งแสดงถึงชุมชนของตราสินค้าเสมือนผู้บริโภคอาจได้รับประโยชน์จากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยการโต้ตอบ การพบปะ และการสื่อสารกับผู้อื่นที่มีลักษณะคล้ายกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้ทำให้ทราบตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในในประเทศไทย ทำให้ได้รับองค์ความรู้ที่ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย ตัวแปรที่สำคัญสำหรับความคาดหวัง คือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมา ปัจจัยด้านบริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนความคาดหวังที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในในประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านราคา เนื่องจากกักกันโรคเป็นการกำหนดราคาแบบการกำหนดราคาตามมูลค่า Value-based Pricing การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้าหลักเต็มใจที่จะจ่าย นอกจากนั้นการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของโรงเรียนที่ขึ้นทะเบียนกักกันโรคในประเทศไทยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งาน โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือ คุณภาพ และประสิทธิภาพของ สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่สร้างการรับรู้ถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

โรงเรียนที่มีลักษณะการทำธุรกิจที่คล้ายคลึงกับกักกันโรค สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงการบริการเพื่อให้เกิดการรับรู้คุณค่าจนสร้างความพึงพอใจ และความผูกพันที่ชัดเจน ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาให้ครอบคลุมถึงกลุ่มอื่นเพิ่มเติม เช่น ยูโด มวย เพื่อนำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมาเปรียบเทียบในการพัฒนาธุรกิจโรงเรียนให้ได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและ งานลงทะเบียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- กานต์นัส สุรพงษ์รักเจริญ. (2557). การศึกษาความพึงพอใจที่ใช้บริการฟิตเนสเซนเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2561). **ตรวจสอบข้อมูลนักกีฬา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://reg.sat.or.th/search/sportmanregis1.asp>. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2567.
- ณัชชาธิ์ วิทยพัฒน์ และ สมทบ ฐิตะฐาน. (2565). แนวทางการจัดการโรงเรียนสอนกีฬาเทควันโดในประเทศไทย. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ**. 14(3): 179-189
- ธราภรณ์ เสือสุริย์. (2558). ปัจจัยที่อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าโรงแรมระดับห้าดาว. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปตท. (2564). **ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าประจำปี 2562-2564**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.pttlc.com/uploads/CG/Publication/CustomersatisfactionSurvey2019-2021.pdf>. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2567.
- วรทยา เถาแดง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกสถานที่เรียนกีฬาเทควันโดของผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทยา จารุพงศ์โสภณ สุชาติ ไตรภพสกุล และวิเลิศ ภูริวัชร. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการบริการร้านค้าปลีกต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษากลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้าลักซ์วารี. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**. 38(150): 126-148.
- วิชญ์ เทพสุรินทร์ และ ธนกร สิริสุคันธา. (2564). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเรียนศิลปะป้องกันตัวเทควันโดในจังหวัดลำปาง. **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์**. 4(3): 142-157.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- สมิต สัจฉกร. (2546). **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.pttlc.com/uploads/CG/Publication/CustomersatisfactionSurvey2019-2021.pdf>. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2567.
- Kim, Y.H., Kim, D.J. & Wachter, K. (2013) A study of mobile user engagement (MoEN): Engagement motivations, perceived value, satisfaction, and continued engagement intention. **Decision Support Systems**. 56. 361-370. <http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.2013.07.002>
- LeBlanc, G., & Nguyen, N. (1996). Cues used by customers evaluating corporate image in service firms. **International Journal of Service Industry Management**. 7(2): 44-56.
- Smith, J.B. & Colgate, M. (2007). Customer value creation: A practical framework. **Journal of Marketing Theory and Practice**. 15. 7-23. <http://dx.doi.org/10.2753/MTP1069-6679150101>