

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร
สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ¹

The Effect of Quality Service on Satisfaction of Taxpayer
of Sisaket Area Revenue Office

ณัชรักษ์ ไชยราช²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ การศึกษาวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เสียภาษีอากรในท้องที่รับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จำนวน 400 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.80) มีอายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 71.00) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.30) มีรูปแบบการประกอบกิจการ บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 78.80) รายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 43.00) มีระยะเวลาในการใช้บริการ มากกว่า 5 ปี (ร้อยละ 46.00) ลักษณะการประกอบกิจการขายปลีก (ร้อยละ 57.30) และมีเงินลงทุนอยู่ที่ 100,001 – 500,000 บาท (ร้อยละ 49.50)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ด้านการสร้างเชื่อมั่นในบริการและด้านการเอาใจใส่ในบริการ (ร้อยละ 4.49) ด้านการทำให้เกิดความเชื่อถือและไวใจได้ (ร้อยละ 4.37) ด้านการบริการที่ตอบสนอง (ร้อยละ 4.35) และด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 4.33)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ด้านการแสดงอัธยาศัยที่ดีต่อผู้รับบริการ (ร้อยละ 4.41) ด้านความเพียงพอของข้อมูลที่ให้บริการ (ร้อยละ 4.40) ด้านคุณภาพของบริการ (ร้อยละ 4.39) ด้านความสะดวกสบายเมื่อได้รับจากบริการ (ร้อยละ 4.38) ด้านประสานด้านการให้บริการ (ร้อยละ 4.36) และด้านค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป เมื่อใช้บริการ (ร้อยละ 4.29)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันสูงกับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ สรุปผลได้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมในทุกๆด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This research aimed to 1) study the quality of services of Sisaket Revenue Office, 2) study taxpayer's satisfaction toward Sisaket Revenue Office, and 3) study the relationship between the quality of services and taxpayer's satisfaction in Sisaket Revenue Office, Sisaket Province. The research methodology was survey research. The subjects of the study were 400 taxpayers who received services at Sisaket Revenue Office. The subjects were selected by using the accidental sampling method. Data were analyzed by using statistical analyses consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing namely Multiple Linear Regression.

The results of the study showed that most of the subjects were female (52.80%), aging 20 – 50 years old (71.00%), holding a bachelor degree (56.30%), having natural personal business type (78.80%), gaining income around 100,001 – 500,000 Baht a month (43.00%), receiving services at the Sisaket Revenue Office more than 5 years (46.00%), running a retail business (57.30), and having investment fund around 100,001 – 500,000 Baht (49.50%).

The results of the quality of services revealed that the quality of the overall services was at the highest level. The highest qualified factor was reliability enhancement and service mind ($\bar{x} = 4.49$) followed by trust promotion ($\bar{x} = 4.37$), responsive service providing ($\bar{x} = 4.35$), and concrete service providing ($\bar{x} = 4.33$).

The results of the taxpayer's satisfaction revealed that the overall satisfaction was at the highest level. The highest satisfying factor was having courtesy and politeness ($\bar{x} = 4.41$) followed by enough officers for providing services ($\bar{x} = 4.40$), service quality ($\bar{x} = 4.39$), comfortable service receiving ($\bar{x} = 4.38$), fast coordination ($\bar{x} = 4.36$), and reasonable expenses for receiving services ($\bar{x} = 4.29$).

The hypothesis testing indicated that the quality of services was highly correlated with taxpayer's satisfaction in Sisaket Revenue Office, Sisaket Province. In sum, overall factors of the quality of services were significantly correlated with taxpayer's satisfaction ($p < 0.01$).

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารและพัฒนาประเทศเพื่อให้เกิดความมั่นคง ให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืนภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่ปรับเปลี่ยนเร็ว คาดการณ์ได้ยาก และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) และฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อขับเคลื่อน ให้ประเทศไทยสามารถยกระดับไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจอย่าง พอเพียง มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ก่อเกิดเป็นแผนการปฏิรูปด้านการคลังและงบประมาณ อันเป็นภารกิจ สำคัญของกระทรวงการคลัง โดยมีหน่วยงานกรมสรรพากร ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัด มีหน้าที่จัดเก็บภาษี เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อย่างทั่วถึง และเป็นธรรม

ปัจจุบันกรมสรรพากรประสบปัญหาผู้เสียภาษีหวาดกลัวการมาพบเจ้าหน้าที่ กลัวถูกประเมินภาษีเยาะ ภาษีลักษณะของกรมสรรพากร ที่ผ่านมาจึงเป็นภาพจำในทางลบ ซึ่งไม่ส่งผลดี และไม่เป็นประโยชน์กับการจัดเก็บ ภาษีของกรมสรรพากร จนนำไปสู่การหาวิธีการหลีกเลี่ยงภาษี แนวทางการจัดเก็บภาษีอากรและการให้บริการ ผู้เสียภาษีอากร ตามวิสัยทัศน์ใหม่ของกรมสรรพากร ได้กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนองค์กรไว้อย่างชัดเจน โดย มุ่งสู่การเป็น “องค์กรชั้นนำที่จัดเก็บภาษี อย่างโปร่งใส เป็นธรรม ด้วยนวัตกรรมและบุคลากรคุณภาพ เพื่อ สร้างเสถียรภาพทางการคลัง” และกลยุทธ์ D2RIVE เพื่อให้บรรลุ 3 พันธกิจสำคัญ ได้แก่ จัดเก็บภาษีตรงเป่า นนโยบายและจัดเก็บภาษีตรงกลุ่ม และบริการตรงใจ และตอบสนองสิ่งที่คาดหวังของผู้เสียภาษีอากร ให้ได้รับ การบริการอย่างดีเยี่ยม จนเกิดความพึงพอใจ ไว้วางใจ และเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990:89) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การ เปรียบเทียบของผู้บริโภค ระหว่างความคาดหวังที่พวกเขาต้องการในคุณภาพการให้บริการ กับการบริการที่พวกเขา ได้รับจริง โดยการประเมินการให้บริการ อันประกอบด้วย 1) การให้บริการที่เป็นรูปธรรม 2) การทำให้เกิดความ เชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) การสร้างความเชื่อมั่นในบริการ 4) การบริการที่ตอบสนอง 5) การเอาใจใส่ในบริการ และ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร

จากปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาคุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ ศึกษาความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อทราบถึงสิ่งที่พวกเขาคาดหวังที่จะได้รับ และนำผลการวิจัยที่ได้ไปจัดทำแผนงานในการพัฒนาการให้บริการแก่ ผู้เสียภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี และมีความก้าวหน้า ในด้านการส่งมอบบริการที่ดีอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำถามในการวิจัย

คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษหรือไม่ มากน้อยเพียงใด อย่างไร?

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ของผู้เสียภาษีอากร ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจของ ผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ

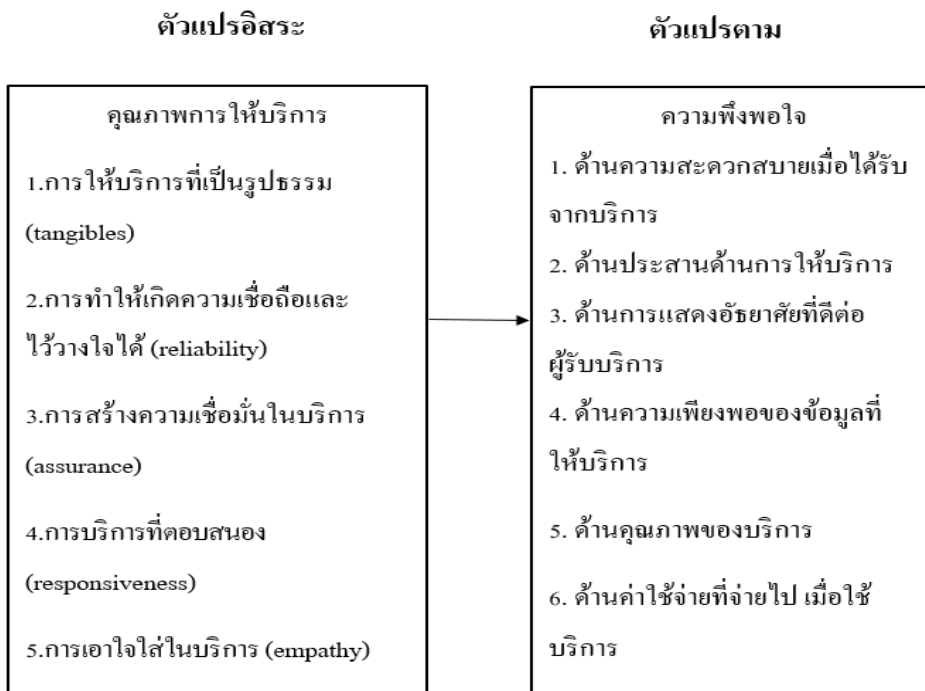
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการจัดทำกรวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ นี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยเนื้อหาที่จะกล่าวถึงหลังจากนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ด้วยกัน อันได้แก่

- 1) แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2) แนวคิด และทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 3) ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ
- 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ รวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารข้อมูลต่างๆ ได้แก่ บทความ วารสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ และเอกสารอ้างอิงต่างๆ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้เสียภาษีอากรในเขตท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ ณ วันที่ 24 กรกฎาคม 2564ทั้งสิ้น 24,096 ราย

2.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (sample) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เสียภาษีอากรในเขตท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ โดยสัดส่วนในการวิจัยในครั้งนี้ ใช้การคำนวณโดยวิธีการของ

Taro Yamane (1970) จากประชากร 24,096 ราย กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 ซึ่งเมื่อแทนค่าในสูตรของ Yamane แล้ว สัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีค่าเท่ากับ 393.47 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกจำนวนกลุ่มประชากรเพื่อทำการวิจัยในจำนวน 400 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ(Independent Variable) ได้แก่

- 1) คุณภาพการให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้
 - 1.1) การให้บริการที่เป็นรูปธรรม
 - 1.2) การทำให้เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจได้
 - 1.3) การสร้างความเชื่อมั่นในบริการ
 - 1.4) การบริการที่ตอบสนอง
 - 1.5) การเอาใจใส่ในบริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

- 2) ความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้
 - 2.1) ด้านความสะดวกสบายเมื่อได้รับจากบริการ
 - 2.2) ด้านประสานด้านการให้บริการ
 - 2.3) ด้านความเพียงพอของข้อมูลที่ให้บริการ
 - 2.4) ด้านการแสดงอัธยาศัยที่ดีต่อผู้รับบริการ
 - 2.5) ด้านคุณภาพของบริการ
 - 2.6) ด้านค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป เมื่อใช้บริการ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด จากนั้นได้สร้างแบบสอบถามให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งนี้ แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว โดยประกอบไปด้วยคำถาม จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended-question) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน มีข้อความทั้งหมด จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ เป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน มีข้อความทั้งหมด 30 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น เช่น ความต้องการเพิ่มเติม หรือข้อเสนอแนะอื่นๆ

โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ได้ออกแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคอร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความคิดเห็น ซึ่งเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และกำหนดระดับมาตรฐานที่เป็นข้อความให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลข เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยกำหนดค่าระดับคะแนนของช่วงน้ำหนักเป็น 5 ระดับ

5.การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย มาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังนี้

5.1 ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา แนวคิด สำนวนภาษา และการใช้ข้อความที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษา และตรวจสอบความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ หลังจากนั้นจึงทำการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้เหมาะสม ก่อนนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือกับกลุ่มทดสอบ

5.2 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Pilot test) กับกลุ่มทดสอบ โดยมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ราย ก่อนการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach' Alpha ซึ่งจะยอมรับการทดสอบเมื่อมีค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2543) และเพื่อตรวจสอบความแม่นยำและความเหมาะสมของแบบสอบถาม เพื่อสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาคำนวณหาความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach' Alpha ได้ค่าดังนี้

ตารางค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค

| ข้อความถามในแบบสอบถาม | ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา |
|--|----------------------|
| ด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม | 0.796 |
| ด้านการทำให้เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจได้ | 0.785 |
| ด้านการสร้างความเชื่อมั่นในบริการ | 0.725 |
| ด้านการบริการที่ตอบสนอง | 0.895 |
| ด้านการเอาใจใส่ในบริการ | 0.750 |
| ด้านความพึงพอใจ | 0.909 |

ผลการหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) เท่ากับ 0.950 หรือมีค่าความเชื่อมั่น ที่ยอมรับได้ ร้อยละ 95 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงได้ นำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บข้อมูลมีจำนวน 400 ราย โดยจะดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

6.1 ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยการประสานงานไปยังสรรพากรพื้นที่สาขาที่อยู่ในเขตท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ

6.2 ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามซึ่งสมบูรณ์ทุกฉบับ จึงได้นำไปประมวลผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

7. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

7.1 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

7.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อปี ระยะเวลาในการใช้บริการ ลักษณะการประกอบกิจการ และเงินลงทุนของผู้เสียภาษีอากร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

7.1.2 วิเคราะห์ระดับคุณภาพการให้บริการ ทั้ง 5 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

7.1.3 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ทั้ง 6 ด้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

7.1.4 วิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency)

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และเพื่อพยากรณ์ถึงคุณภาพการให้ บริการและความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product - Moment Correlation Coefficient) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการทดสอบเพื่อวัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีเกณฑ์การพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีดังนี้

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

-ค่าสัมประสิทธิ์ 0.100 – 0.200 หมายถึง มีค่าสัมพัทธ์ต่ำมาก

-ค่าสัมประสิทธิ์ 0.201 – 0.400 หมายถึง มีค่าสัมพัทธ์ต่ำ

-ค่าสัมประสิทธิ์ 0.401 – 0.600 หมายถึง มีค่าสัมพัทธ์ปานกลาง

-ค่าสัมประสิทธิ์ 0.601 – 0.800 หมายถึง มีค่าสัมพัทธ์สูง

-ค่าสัมประสิทธิ์ 0.801 – 0.999 หมายถึง มีค่าสัมพันธสูงมาก

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.80) มีอายุระหว่าง 20-50 ปี (ร้อยละ 71.00) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 56.30) มีรูปแบบการประกอบกิจการ บุคคลธรรมดา (ร้อยละ 78.80) รายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 43.00) มีระยะเวลาในการใช้บริการ มากกว่า 5 ปี (ร้อยละ 46.00) ลักษณะการประกอบกิจการขายปลีก (ร้อยละ 57.30) และมีเงินลงทุน อยู่ที่ 100,001 – 500,000 บาท (ร้อยละ 49.50)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ด้านการสร้างเชื่อมั่นในบริการและด้านการเอาใจใส่ในบริการ (ร้อยละ 4.49) ด้านการทำให้เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ร้อยละ 4.37) ด้านการบริการที่ค่าตอบแทน (ร้อยละ 4.35) และด้านการให้บริการที่เป็นรูปธรรม (ร้อยละ 4.33)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ ด้านการแสดงอัธยาศัยที่ดีต่อผู้รับบริการ (ร้อยละ 4.41) ด้านความเพียงพอของข้อมูลที่ให้บริการ (ร้อยละ 4.40) ด้านคุณภาพของบริการ (ร้อยละ 4.39) ด้านความสะดวกสบายเมื่อได้รับจากบริการ (ร้อยละ 4.38) ด้านประสานด้านการให้บริการ (ร้อยละ 4.36) และด้านค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป เมื่อใช้บริการ (ร้อยละ 4.29)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับกับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ สรุปผลได้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมในทุกๆ ด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นในที่นี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. องค์กรควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการสร้างเชื่อมั่นในบริการ มีการพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ความชำนาญเหมาะสมกับงาน มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เรียกเก็บเงิน ไม่รับสินบน ไม่เปิดเผยข้อมูลการเสียภาษีอากรรายหนึ่งรายใดให้ผู้เสียภาษีอากร รายอื่นทราบ

2. สร้างจิตสำนึกให้แก่ เจ้าหน้าที่เป็นผู้มีจิตบริการ Service mind มีความเอาใจใส่ดูแลผู้เสียภาษีเป็นอย่างดี เท่าเทียมกัน แก้ไขปัญหา และให้คำแนะนำอย่างชัดเจน ให้บริการที่ตรงตามเวลาที่ได้กำหนดไว้

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การให้บริการที่เป็นรูปธรรม 2) การทำให้เกิด

ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ 3) การสร้างความเชื่อมั่นในบริการ 4) การบริการที่ตอบสนอง 5) การเอาใจใส่ในบริการ ฉะนั้น การวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรทำการศึกษาวิจัยในปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากงานวิจัยครั้งนี้ เช่น ปัจจัยภายในและภายนอกต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากร เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหน่วยงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นอกจากนี้ อาจจะต้องศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น เพื่อให้ข้อมูลที่ได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

บรรณานุกรม

- กำพล แก้วสมนึก.(2552).*การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พีริซิชั่น ทูลส์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด*. การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรมสรรพากร. รายงานประจำปีกรมสรรพากร.(2562:88).*การพัฒนานวัตกรรมตอบสนองผู้รับบริการ*. วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก <https://www.rd.go.th/22590.html>
- กรมสรรพากร (ดร.เอกนิติ นิติทัณฑ์ประภาศ อธิบดี กรมสรรพากร, รายงานประจำปี2561:10). *ยุทธศาสตร์ “D2 RIVE”* วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก <https://www.rd.go.th/22590.html>
- กรมสรรพากร.(2562).รีแบรนด์เปลี่ยนภาพลักษณ์ *“เปลี่ยนยักษ์ เป็นยิ้ม”* วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก ข่าวpost today ประจำวันที่ 5 พฤศจิกายน 2562,วิเคราะห์เศรษฐกิจ:เวลา 18.58 น.
- จิรพงษ์ สุทธะมุสิก.(2556).*ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาล ตำบลละอุ่น จังหวัดระนอง*.ปัญหาพิเศษ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉวีวรรณ ชัยโสทธิ. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของLazada เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชลธิชา ศรีบำรุง.(2557). *คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐกรณ์ ยาวชันแก้ว.(2560).*ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานบริการด้านวิศวกรรม กรณีศึกษา บริษัท มิตรูบิซี อีเล็คทริก แพลทอริ ออโตแมนชั่น (ประเทศไทย) จำกัด*.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- นันทพร อารมณีนัน. (2558). *ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAPในการใช้สิทธิประกันสังคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- บุญฤทธิ หวังดี.(2558).**ความคาดหวังคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีในการใช้บริการ QR Code ในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พินิตา เพชรรัตน์. (2556). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีอากรสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครราชสีมา 2.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเน็ต โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัทรา ภัทรมโน.(2556).**การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพัก รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัตินดา เลียงลีลา.(2558).**การพัฒนามาตรฐานการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พระนคร.
- วริศตรา สุขแพทย์. (2556). **คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ร.9 นครราชสีมา.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์.ยุทธศาสตร์กรมสรรพากร.คุณธรรมอัตลักษณ์ ของคนกรมสรรพากร.โครงสร้างการบริหารงานกรมสรรพากร. กรมสรรพากร. กรมสรรพากร.2564:1 .วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก <https://www.rd.go.th/19954.html>
- ศศวริศา อารยะรังสี.(2556). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ต ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดนครราชสีมา.**การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ศิริรักษ์ ภูทธิธัญ และกฤษณา มุ้ยหมัด. (2563). **ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยทรายอำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี.** การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่๑๕ ปีการศึกษา ๒๕๖๓.
- เสาวลักษณ์ ติมั่น. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา.** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์.(2561). **คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี.**วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสรรพากรพื้นที่ศรีสะเกษ. รายงานผู้ตรวจกระทรวงการคลัง.(2564:4).จำนวน ประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2564

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑. วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=5748&filename=develop_issue.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒. วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2564, เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue.
- หทัยรัตน์ บันลือ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Aday, Lu ann.& Andersen, Ronald. 1978. Theoretical and methodology issue in Sociology study of satisfaction with medical care Social Science and Medicine.(12).
- Andersen, Ronald ,1975.Health Status Indices and Access to Medical Care : Journal AJPH.Vol 68(May) : 458-462.
- Andersen, R.M. “Revisiting the behavioral model and access to medical care : Dose it matter?” Journal of Health and Social Behavior. Vol.36 (Macth), 1995 : 1-10.
- Bouman , James S. & Norman,David L. (1975).”The Public Service: A Servay of University.Students,” Public Personnel Management.
- Corral, S And Brewerton, A. (1999). The Needs Professional’s Handbook: Your Guide to Information Service Management. London: Library Association Publishing.
- Douglas, C.M. (2007). Design and Analysis of Experiments (6th ed.). New York: John Willey & Sons Inc.
- Fitzgerald , Michoel R. & Durant, Robert F. (1980). “Citizen Evaluation and Urban Management: Service Delivery in and Era of Protest,” Public Administrative and Society.
- Ghobadian, A., Speller, S., & Jones, M. (1994). Service quality: Concepts and models. International Journal of Quality & Reliability Management, 11(9), 144-150.
- Gronroos. C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. Journal of Business Research 20 (1): 3-17.
- _____. (1984). Strategic Management and Marketing in the Public Sector. Finland: Swedish School of Economics and BusinessManagement.
- Howat, G. and et al. (1995). Meawuring Customer Service Quality in Recreation and Parks. Austrlia: Canb and Covt.

- Jalilvand, M., Wu, C., Schmid, J., & Zwick, T. (2014). Quantitative imaging of numerically realistic human head model using microwave tomography. *Electronics Letters*, 50(4), 255-256.
- Kotler, Philip. (1993). *Marketing Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Likert, R. (1967). *The Human Organization: Its Management and Value*. New York: McGraw-Hill.
- Lovelock, C. H. (1996). *Services marketing*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Martin, W.B. (1995). *Quality customer service for front line staff*. Menlo Park, CA: Crisp.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Ann Arbor : University of Michigan.
- Muchinsky. (1983). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology*. California : Brooks/Cole.
- Mullins, L. J. (1985). *Management and organizational behavior* (5th ed.). London: Financial Times/ Pitman.
- Millet, J.D. (1954). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Parasuraman, A, Zeithaml, and Berry, L.L. (1994). "Alternative scale for Measuring Service Quality; A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria" *Journal of Retailing*.
- Parasuraman, A, Berry, & Zeithaml, (1985). *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64 (Spring), pp. 12-40.
- _____. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectations*. A Division of Macmillan. Inc P 68 : New York
- Powell, D. H. (1983). *Understanding Human Adjustment: Normal Adaptation Through the Life Cycle*. Boston, MA: Little Brown.
- Park, E., Kim, K. J., & Kwon, S. J. (2017). Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of ethical standard, satisfaction, and trust. *Journal of Business Research*, 76(Supplement C), 8-13.

- Peuchansky, R., & Thomas, W. J. (1981). The concept of access definition and relationship to consumer satisfaction. *Medical Care*, 19(2), 127-140.
- Spechler, J. W. (1988). *When America does it right: Case studies in service quality*. Norcross, GA: Industrial Engineer and Mangement
- Shelly, M.W. (1975). *Responding to social change*. Strondsburg : Hutohison & Rose.
- Spitzer, R. B. (1988). Meeting consumer expectations. *Nursing Administration Quarterly*. Aspent Publishers, 12(3), 66.
- Yamane, T. (1976). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.
- Yoo, J. J., Arnold, T. J., & Frankwick, G. L. (2012). Effects of positive customer-to customer service interaction. *Journal of Business Research*, 65(9), 1313-1320.