

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

The Relationship between Customer Expectations and Work Efficiency of Accounting Firms in Thailand

กัญณัฐ กงเกษม¹, กัญญาณัฐ รัตนประภาธรรม², จิราพรณ ช่อรักษ์³

Kanyanat Kongkasame¹, Kanyanat Rattanaphaptham², Jirapun Chorruk³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้บริหารสำนักงานบัญชีในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถามสมบูรณ์ทั้งสิ้น จำนวน 132 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 35.01 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ F-test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคาดหวังของลูกค้าด้านความไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 2) ความคาดหวังของลูกค้า ด้านการตอบสนองที่ทันใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 3) ความคาดหวังของลูกค้า ด้านความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารสำนักงานบัญชีควรนำงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินความสามารถขององค์กร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและศักยภาพให้มีคุณสมบัติเหมาะสม เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไปและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตรงตาม ความคาดหวังมากยิ่งขึ้น อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลให้สำนักงานบัญชีมีความได้เปรียบคู่แข่งอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ความคาดหวังของลูกค้า, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, สำนักงานบัญชี

¹ นิสิตระดับปริญญาโท, หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} อาจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Master's Student of Accounting Program, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

^{2,3} Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

Abstract

This study aimed to test the relationship between customer expectations and work efficiency of accounting firms in Thailand. The sample were 400 executive of Accounting Firms in Thailand. Questionnaires as data collected tools were sent out by mail. The total 132 complete questionnaires were returned making 35.01 percent. The statistics used for analyzing the collected data included t-test, F-test (ANOVA and MANOVA), multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The research findings revealed the following : 1) The customer expectations of reliability positively affected and related to work efficiency. 2) The customer expectations of responsiveness positively affected and related to work efficiency. And 3) The customer expectations of empathy positively affected and related to work efficiency. Therefore, the executives of accounting firms should take of this research to use the information to evaluate the ability of the organization. To develop the performance and capacity are eligible, established and can respond the needs of customers. Made exactly expected even more. Which will bring customer satisfaction and resulted the accounting firms, sustainable advantageous competitors.

Keywords : Customer Expectations, Work Efficiency, Accounting Firms

บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลกระทบต่อลูกค้า ซึ่งทำให้ธุรกิจต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ลูกค้าถือเป็นแรงขับเคลื่อนของการเติบโตทางธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องมีการเพิ่มจำนวนลูกค้าและขยายความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอยู่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายและลูกค้ามีความซับซ้อนมากขึ้นเนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้สามารถเข้าถึงและเชื่อมต่อกับลูกค้าได้สะดวกขึ้น ช่วยเพิ่มการคาดหวังของลูกค้า และโอกาสในการสร้างคุณค่า มีการขยายตัวและแตกตัวมากขึ้น อย่างไรก็ตามธุรกิจส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจในตัวลูกค้า จากการสำรวจพบว่าธุรกิจที่มีการเติบโตจะมีการเชื่อมต่อกับลูกค้ามาก โดยธุรกิจเหล่านั้นจะเน้นที่ลูกค้าเป็นหลักและการได้รับความพอใจจากลูกค้าเป็นส่วนที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ธุรกิจบริการก็เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญกับผู้มา

รับบริการหรือลูกค้า โดยสิ่งให้ผู้ให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือลูกค้านั้นไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วผู้ให้บริการก็ต้องทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้นสูงสุด (อนงค์นาฏ ศรีวิหค. 2555 : เว็บไซต์) และปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจใหม่ของลูกค้าในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการขององค์กรตลอดไป (Customer Loyalty) (ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย. 2548 : 2) ดังนั้น ทุกหน่วยธุรกิจจึง

ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่รุนแรงดังกล่าว

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) เป็นทัศนคติเกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้รับบริการที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ ผู้รับบริการจะประเมินผลของการขอรับบริการโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนอง เมื่อผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการกับใครหรือหน่วยงานใดก็ตาม เขาจะเข้ามาพร้อมกับความคาดหวัง ซึ่งจะคาดหวังมากหรือน้อยแล้วแต่บุคคลและความปรารถนาที่เข้มข้นมากหรือน้อย (Zeithamal, 1985) ความคาดหวังจึงทำหน้าที่เป็นเสมือนไม้บรรทัดวัดคุณภาพบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการให้บริการ หากขาดความเข้าใจในความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการแล้ว ภารกิจต่างๆ ขององค์กรอาจจะไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ก็เป็นได้ และที่สำคัญก็คือองค์กรอาจเสียลูกค้าหรือผู้รับบริการไปอย่างน่าเสียดาย (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2547) ดังนั้นองค์กรธุรกิจที่ทำงานด้านการบริการจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวัง โดยด้านที่ต้องคำนึงถึงประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ (Assurance) ด้านความไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองที่ทันใจ (Responsiveness) และด้านความเอื้ออาทร หรือความเอาใจใส่ (Empathy) (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2551 : 33)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Work Efficiency) เป็นความสามารถของบุคคลที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร และทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มีคุณภาพและถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่

เหมาะสมเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มผลงานหรือลดระยะเวลาในการปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ หรือการที่องค์กรสามารถดำเนินงานต่างๆตามภารกิจ หน้าที่ขององค์กรโดยใช้หลักทรัพยากรปัจจัยต่างๆ รวมถึงกำลังคนอย่างคุ้มค่าที่สุดมีการสูญเสียเปล่าน้อยที่สุดมีลักษณะของการดำเนินงานไปสู่ผลตามวัตถุประสงค์ได้อย่างดีโดยประหยัดเวลา ทรัพยากร และกำลังคน องค์กรที่มีระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการผลิต และการบริการได้ตามเป้าหมาย องค์กรที่มีความสามารถใช้ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เทคนิควิธีการ และเทคโนโลยีอย่างฉลาด ทำให้เกิดวิธีการทำงานที่เหมาะสม มีความราบรื่นในการดำเนินงาน มีปัญหาอุปสรรคและความขัดแย้งน้อยที่สุด พนักงานมีขวัญกำลังใจดีมีความสุข ความพอใจในการทำงาน และตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถที่จะพิจารณาได้จากองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) 2) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operation) 3) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (System Resource) และ 4) ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) ซึ่งในแต่ละองค์การการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานถือเป็นหัวใจสำคัญในของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ องค์กรธุรกิจจะมีการบริการที่น่าพอใจ มีความเจริญก้าวหน้า หรือสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและบุคลากรได้หรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับองค์กรเอง (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 215) ดังนั้นหากองค์กรมีการพัฒนาตนเองเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอยู่เสมอ จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน

สำนักงานบัญชี (Accounting Firms) ถือเป็นองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ตรวจสอบบัญชี และหากกล่าวถึงงานทางด้านบริการ สำนักงานบัญชีก็เป็นองค์กรธุรกิจที่มีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจประเภทบริการต่างๆ ทางด้าน

บัญชี เช่น การทำบัญชี การวางระบบบัญชี การให้คำปรึกษาทางด้านบัญชีภาษีอากร การเป็นตัวแทน ในการยื่นภาษี การให้บริการจดทะเบียนธุรกิจ การบริการเกี่ยวกับซอฟต์แวร์บัญชี เป็นต้น ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการเปิดเสรีด้านการบัญชี ทำให้ลักษณะสำนักงานบัญชีในปัจจุบันอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันที่สูง และมีการแข่งขันตัดราคาในการรับงานทำบัญชี แต่การทำเช่นนั้นไม่ใช่ทางแก้ปัญหาก็ถูกต้อง เพราะผู้ใช้บริการสำนักงานบัญชีในปัจจุบันไม่ได้มองที่ราคาเพียงอย่างเดียวแต่พวกเขายังมองที่คุณภาพของงานด้วย ดังนั้นการที่สำนักงานบัญชีจะสามารถแข่งขันได้อย่างเข้มแข็ง สำนักงานบัญชีต้องมีการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน และคุณภาพของงานให้เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ โดยเน้นอยู่บนพื้นฐานของความต้องการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำบัญชี ซึ่งจะช่วยให้สำนักงานบัญชีสามารถแข่งขันในการเปิดเสรีทางการบัญชีได้ สำนักงานบัญชีจึงต้องตระหนักถึงภาระหน้าที่ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันนี้ (ณัฐพร พันธุ์งาม, 2549 : 11) และเนื่องจากสำนักงานบัญชีถือเป็นธุรกิจบริการซึ่งจะต้องคำนึงถึงลูกค้าเช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่นๆ ดังนั้นผู้บริหารสำนักงานบัญชีจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้รับบริการว่าเป็นอย่างไร เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้รับให้ตรงที่สุด ดีที่สุด มุ่งที่จะสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจเพื่อให้เกิดการแปรผลว่าการบริการนั้นเป็นการบริการที่ดี เพื่อส่งผล

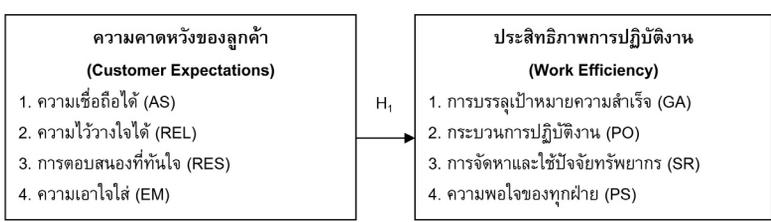
ต่อคุณภาพและการสร้างชื่อเสียง การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสำนักงาน (สงศรี ดีศรีแก้ว, 2553 : 1) เพื่อให้สำนักงานมีการพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไรซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อมูลในพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกด้าน และเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า ต่อองค์กรอันจะส่งผลให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่งอย่างยั่งยืน

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ความคาดหวังของลูกค้าได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน



1. ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ และการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของลูกค้า ที่คาดหวังในกิจการใด กิจการหนึ่ง โดยคาดหวังหรือต้องการให้กิจการนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังเอาไว้ ซึ่งลูกค้าจะใช้ความคาดหวังนี้เป็นตัววัดมาตรฐานหรือคุณภาพการบริการของกิจการนั้นๆ ด้วย หากบริการที่ได้รับเป็นไปตามที่คาดหวังจริงๆ ก็จะนำมาซึ่งความพอใจแต่ในทางตรงข้ามถ้าบริการที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวังก็จะสร้างความผิดหวังให้เกิดขึ้นและทำให้ลูกค้าประเมินบริการต่ำลง (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2551 : 33) ดังนี้

1.1 ความเชื่อถือได้ (Assurance) หมายถึง การที่หน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงานมีความชำนาญในวิชาชีพของตน หรือ การที่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับงานนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง ตรงประเด็น และชัดเจน สามารถทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นได้

1.2 ความไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการที่จะส่งมอบบริการได้ตรงเวลา และให้บริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้

1.3 การตอบสนองที่ทันใจ (Respon-siveness) หมายถึง ความพร้อมของหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่เขาต้องการโดยไม่ปล่อยให้ต้องรอนาน หรือแม้กระทั่งการจัดเตรียมอุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อช่วยให้การส่งมอบบริการได้ อย่างรวดเร็วทันใจ

1.4 ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการให้บริการต่อผู้รับบริการด้วยความเอื้ออาทรเอาใจใส่ อย่างเต็มใจ โดยต้องการให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการ

เกิดความพึงพอใจสูงสุด

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Work Efficiency)

หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถที่จะปฏิบัติงานนั้นให้บรรลุผลได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร และทันระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้มีคุณภาพและความถูกต้อง มีวิธีการทำงานหรือนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มผลงานและ ลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน โดยที่ใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่ายได้ (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 251) ดังนี้

2.1 การบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้และมีความถูกต้องสมบูรณ์ตรงตามความต้องการ

2.2 กระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operation) หมายถึง การนำวิธีการหรือการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร โดยใช้เวลาน้อยที่สุดคุ้มค่าที่สุด

2.3 การจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (System Resource) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า คือ การใช้ทุนน้อย ใช้คนน้อย ใช้พลังงานน้อย และใช้วัสดุอุปกรณ์น้อย สำหรับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติที่ได้กำหนดแต่ได้ผลงานตามหรือมากกว่าที่เป้าหมายวางไว้

2.4 ความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) หมายถึง ความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานที่บรรลุตามเป้าหมาย โดยได้ปริมาณและคุณภาพตรงตามความต้องการนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้บริหาร พนักงานทุกระดับในองค์กร ลูกค้าผู้มาใช้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น ความคาดหวังของลูกค้าจึงเปรียบเสมือนไม้บรรทัดที่เป็นตัววัดมาตรฐานการบริการขององค์กร หากขาดความเข้าใจในความ

คาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการแล้ว ภารกิจต่างๆขององค์กรอาจจะไม่ประสบความสำเร็จหรือประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอาจไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

สมมุติฐานการวิจัย: ความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานบัญชีในประเทศไทย จำนวน 2,452 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานบัญชีในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 42-43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) 1) จำแนกผู้บริหารสำนักงานบัญชีในประเทศไทยตามภูมิภาค 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารสำนักงานบัญชีในประเทศไทยตามสัดส่วน 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2 โดยใช้คอมพิวเตอร์ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด พบว่ามีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น จำนวน 132 ชุด และไม่สมบูรณ์จำนวน 23 ชุด เนื่องจากย้ายกิจการ อัตราตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 35.01 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึง จะถือว่ายอมรับได้

2. การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความคาดหวังของลูกค้าเป็นตัวแปรอิสระซึ่งสามารถจำแนกออกได้ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการที่หน่วยงานและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมีความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญในงาน

มีความชำนาญในวิชาชีพของตน 2) ด้านความไว้วางใจได้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถของหน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการที่จะส่งมอบการบริการได้ตรงเวลา และให้บริการได้อย่างครบถ้วนและเป็นไปได้ตามที่ได้ตกลงกันไว้ 3) ด้านการตอบสนองที่ทันใจ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความพร้อมของหน่วยงานบริการ และผู้ปฏิบัติงานให้บริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทีที่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์เทคโนโลยีเพื่อช่วยให้การส่งมอบบริการรวดเร็วทันใจ และ 4) ด้านความเอาใจใส่ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการที่หน่วยงานบริการให้บริการต่อผู้รับบริการด้วยความเอื้ออาทรเอาใจใส่ อย่างเต็มใจ โดยต้องการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้และมีความถูกต้อง สมบูรณ์ตรงตามความต้องการ 2) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำวิธีการหรือการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เหมาะสมมาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร โดยใช้เวลาน้อยที่สุดคุ่มค่าที่ต่ำที่สุด 3) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการที่ใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า คือ การใช้ทุนน้อย ใช้คนน้อย ใช้พลังงานน้อย และใช้วัสดุอุปกรณ์น้อย และ 4) ด้านความพอใจของทุกฝ่าย ประกอบด้วย 5 คำถามโดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานที่บรรลุตามเป้าหมาย โดยได้ปริมาณและคุณภาพตรงตามความต้องการนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้บริหาร พนักงานทุกระดับในองค์กร ลูกค้าผู้มาใช้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง

3. ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความคาดหวังของลูกค้ำ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.438 - 0.857 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.625 - 0.860 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนก เกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความคาดหวังของลูกค้ำมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.748 - 0.894 และประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง

0.879 - 0.929 ซึ่งสอดคล้องกับ Lovett (2002) ได้นำเสนอว่าการทดสอบ ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.50 เป็นค่าที่ยอมรับได้

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ำกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ Work Efficiency} = \beta_0 + \beta_1 \text{AS} + \beta_2 \text{REL} + \beta_3 \text{RES} + \beta_4 \text{EM} + \varepsilon$$

AS	แทน	ความเชื่อถือได้
REL	แทน	ความไว้วางใจได้
RES	แทน	การตอบสนองที่ทันใจ
EM	แทน	ความเอาใจใส่

ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความคาดหวังของลูกค้ำกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

ตัวแปร	TWE	AS	REL	RES	EM	VIF
\bar{X}	4.24	4.64	4.63	4.43	4.57	
S.D.	0.54	0.47	0.41	0.51	0.47	
TWE	-	0.481*	0.589*	0.594*	0.598*	
AS		-	0.670*	0.599*	0.570*	1.996
REL			-	0.639*	0.722*	2.699
RES				-	0.682*	2.183
EM					-	2.529

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ

ความคาดหวังของลูกค้า มีค่าตั้งแต่ 1.996 - 2.699 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย

ความคาดหวังของลูกค้า	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.164	0.427	0.383	0.702
ด้านความเชื่อถือได้ (AS)	0.042	0.108	0.394	0.694
ด้านความไว้วางใจได้ (REL)	0.301	0.144	2.084	0.039*
ด้านการตอบสนองที่ทันใจ (RES)	0.291	0.104	2.799	0.006*
ด้านความเอาใจใส่ (EM)	0.263	0.121	2.176	0.031*

F = 25.835 p = 0.000 Adj R2 = 0.431

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองที่ทันใจ และด้านความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจาก ลูกค้าหรือผู้รับบริการทุกคนต่างเข้ามาใช้บริการพร้อมกับความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังของลูกค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นในกิจการใดกิจการหนึ่ง โดยคาดหวังหรือต้องการให้กิจการนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการและต้องการได้รับการสนองตอบด้วยความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือการให้บริการที่ทันท่วงที สะดวกรวดเร็วทันใจ ได้รับประโยชน์สูงสุด สามารถรักษาความลับ และให้บริการได้อย่างครบถ้วน ซึ่งลูกค้าจะใช้ความคาดหวังนี้เป็นตัววัดมาตรฐานหรือคุณภาพการบริการขององค์กรด้วย หากองค์กรสามารถส่งมอบบริการที่ตอบสนอง ต่อความคาดหวังของ

ลูกค้าได้ก็จะนำมาซึ่งความพึงพอใจ ก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับบริการ รวมทั้งเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความคาดหวังของลูกค้ามีความสำคัญกับการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กรให้สามารถส่งมอบบริการที่ดีที่สุดเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจและได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังอันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันต์ กิ่งโก้ (2551 : 150) พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพในการแข่งขัน เนื่องจาก ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจการมีความเอื้ออาทรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการนั้น เป็นสิ่งพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนล้วนต้องการทั้งสิ้น ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงเชื่อว่าการให้ความสำคัญ

กับด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ผูกพันกับลูกค้าได้ แน่นแฟ้นมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในองค์กร ทำให้องค์กรนั้นมีศักยภาพในการแข่งขันในด้านต่างๆ ที่เข้มแข็งมากขึ้น สอดคล้อง กับงานวิจัยของ Tjosvold และ Zhang (2005 : 722-731) พบว่า องค์กรใช้ประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์ที่จะพัฒนาการได้เปรียบด้านการแข่งขัน ในการสร้างความสัมพันธ์หรือเป็นพันธมิตรให้เกิดขึ้นภายในองค์กรและระหว่างองค์กร โดยเฉพาะความผูกพันที่ลูกค้าพึงมีต่อองค์กรที่เข้ามาใช้บริการทั้งก่อนและหลัง ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการที่ทางองค์กรจัดให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น คือ การนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการพัฒนาองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547 : 17) กล่าวว่า ลูกค้าจะคาดหวังกับสิ่งที่จะได้รับจากการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าเกิดจากความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การทดลองใช้ ฟังคำบอกเล่า และประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า ธุรกิจต้องส่งมอบมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า เพราะหากเขาได้รับมูลค่าตามที่เขาคาดหวังเป็นอย่างต่ำก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้ามูลค่าที่ได้รับต่ำกว่าที่คาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ สอดคล้องกับแนวความคิดของ วิทยา ดำนธำรงกุล (2547) กล่าวว่า ความคาดหวังของลูกค้าเปรียบเสมือนไม้บรรทัดวัดคุณภาพบริการ ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อธุรกิจบริการ หากขาดความเข้าใจในความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการแล้ว ภารกิจต่างๆขององค์กรอาจจะไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ก็เป็นไปได้ และที่สำคัญก็คือองค์กรอาจเสียลูกค้าหรือผู้รับบริการไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรวรรณ รัตนพันธ์ (2547 : บทคัดย่อ) พบว่า การเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์ และผลกระทบต่อด้านบวกกับปัจจัยที่มีผล

ต่อการพัฒนาองค์กรและผลการดำเนินงาน โดยกระตุ้นการเรียนรู้ตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนการสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานรู้จักพัฒนาตนเองและเรียนรู้ การปรับปรุงการทำงานองค์กร มีการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในการผลิตเพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการอีกทั้งการมอบหมายงานและความรับผิดชอบให้พนักงานแต่ หน่วยงานต้องมีความชัดเจนถูกต้อง ถือว่าเป็นแนวทางที่จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทำให้สามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ และพัฒนาองค์กรไปสู่เป้าหมาย และสอดคล้องกับแนวคิดของ สมิต สัจฉุกร (2546 : 216) กล่าวว่า ผู้รับบริการทุกคนก็ต้องการบริการชั้นหนึ่งคือ สะดวก รวดเร็ว ทันใจ ถูกต้อง สมบูรณ์ ได้รับประโยชน์สูงสุด ได้รับการต้อนรับที่อบอุ่น ผู้ให้บริการให้ความสนใจ เอาใจใส่ตอบสนองความต้องการอย่างถูกต้อง และถูกใจ ที่สำคัญคือรวดเร็วตั้งใจไม่ต้องรอคอย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

สำนักงานบัญชีควรงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินความรู้ความสามารถของตน เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า มีการปฏิบัติตามกฎหมายของวิชาชีพอย่างเคร่งครัด รวมถึงการที่เก็บรักษาความลับของลูกค้าเป็นอย่างดี มีการจัดอบรมหรือกิจกรรมส่งเสริม เพื่อใช้ในการปรับปรุงตนเองและพัฒนางาน เพื่อให้เป็นบรรทัดฐานและความเข้าใจร่วมกันของบุคลากร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยใน

อนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ในกลุ่มตัวอย่างอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากแต่ละกลุ่มว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำงานวิจัยมีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น และมีการศึกษาถึงผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้ของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย เช่น การพูดปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล และประสบการณ์ในอดีต เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้อยู่เสมอ

3. ประโยชน์ของการวิจัย

สามารถนำไปเป็นข้อมูลในพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ในทุกด้าน และเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความจงรักภักดีของลูกค้ต่อองค์กรอันจะส่งผลให้องค์กรได้เปรียบคู่แข่งกันอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ความคาดหวังของลูกค้ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองที่ทันใจ และด้านความเอาใจใส่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารสำนักงานบัญชีต้องตระหนักถึงความสำคัญในการนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้ ที่อาจส่งผลโดยตรงต่อความเจริญก้าวหน้าของสำนักงานบัญชีและทำให้สำนักงานบัญชีสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555). ทะเบียนรายชื่อสำนักงานบริการรับทำบัญชี.<monitoring@dbd.go.th>. 1 มีนาคม 2555.
- กันต์ กิ่งโก้. (2551). ผลกระทบของความรู้ความสามารถขององค์กรที่มีต่อคุณภาพการบริการและศักยภาพในการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ณัฐพร พันธุ์งาม. (2549). ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปากที่มีผลต่อความสำเร็จของสำนักงานบัญชี ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การบริหารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น
- รวีวรรณ โปรยรุ่งเรือง. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- วิทยา ต่านธำรงกุล. (2547). หัวใจการบริการสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น
- สมใจ ลักษณะ. (2543). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ : เพิ่มทรัพย์การพิมพ์
- สมิต สัชฎกร. (2542). การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : วิทยุชุมชน
- สงศรี ดีศรีแก้ว. (2555). การบริการเหนือความคาดหวัง. <<http://www.slideshare.net/songsri/ss-8630391>>. 7 กุมภาพันธ์
- ศิริพร วิษณุมหิมาชัย. (2548). การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ 18 (1) : 67-80,
- อัจฉราวรรณ รัตนพันธ์. (2547). ความสัมพันธ์ของการเรียนรู้ขององค์กรกับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อนงค์นาฏ ศรีวิหค. (2555). การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการจัดการความรู้ของลูกค้า. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.blog.rmutt.ac.th/?p=1864>. (วันที่ค้นข้อมูล : 27 กุมภาพันธ์ 2555).
- Aaker, D. A., V. Kumar and G.S. Day. (2001). *Marketing Research*. New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business Statistics For Contemporary ecision Making*. USA : John Wiley and Sons
- Lovett, H. T. (2002). "The Effect of Violating the Assumption of Equal Item Means in Estimation the Livingstone Coefficient," *Education and Psychological Measurement*. 38 (1978) : 239-251,
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York : McGraw – Hill.
- Tjosvold, D., & Zhang, P. (2005). *Developing relationships in strategic alliances : Commitment to quality and cooperative interdependence*. *Industrial Marketing Management*. 34 : 722-731
- Zeithamal, V. A., Parasuraman A. & Berry, L. L.. (1985). *A conceptual Model of service quality and its implications for future research*. *Journal of Marketing*. New York: Hamper