

5BE-O05: ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

Relationship of service quality factor with Decision to Choose a Forklift Driving
Training Service: A Case Study of A.N.I. Logistics (Thailand) Co., Ltd.

กาญจนาวดี สาลีเทศ^{1*}, กนกกาญจน์ กล่อมเกล้า¹, ปรีชา คำมาดี² และ ภัทรพล ชุ่มมี²
Kanchanawadee Samleetes^{1*}, Kanokkarn Klomklaw¹, Preecha Khammadee²
and Pattarapon Chummee²

บทคัดย่อ

การฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์จะช่วยลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงานและเป็นการสร้างทักษะในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์(ประเทศไทย) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1)ปัจจัยคุณภาพบริการเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ 2)การตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ 3)ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์(ประเทศไทย) จำกัด เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ จำนวน 140 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม เก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า ด้านการสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการมีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับความสำคัญ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองต่อความต้องการบริการและและการรู้จัก และเข้าใจผู้ให้บริการ ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ก่อนตัดสินใจฝึกอบรมจะหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ คุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้ประกอบการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันโดยใช้ปัจจัยคุณภาพบริการในการพัฒนากิจการ

คำสำคัญ: คุณภาพ บริการ การตัดสินใจ

Abstract

Forklift driving training will help reduce occupational accidents and build operational skills. Therefore, the researcher is interested in studying Relationship of service quality factors with the decision to use forklift driving training service case study ANI Logistics (Thailand) Company Limited. 1) To study service quality factors, choose to use a forklift driving training service. 2) To study the decision to use a forklift driving training service. 3) To study the relationship of service quality factors with the decision to use a forklift driving training service, a case study of ANI Logistics (Thailand) Co., Ltd.,

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

² วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

² Faculty of Business College of Innovative Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University, under the Royal Patronage

* Corresponding author. E-mail: samleetes@gmail.com

a quantitative study. The sample consisted of 140 forklift driving training users. The research instrument was a questionnaire to collect data using a specific sampling method. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and Finding the Correlation Coefficient The results of the study on the factors of service quality showed that the aspect of enhancing the confidence of the service users was of great importance. Order of importance To build the confidence of the users. Service reliability The concreteity of the service Responding to service needs and recognition And understand users The results of the study on the decision to use the service showed that before deciding to train, they would find information from various sources. The quality of service is related to the decision to use the forklift driving training service. Case study ANI Logistics (Thailand) Co., Ltd. has a significant relationship. Important at level 0.05, the operator training driving a forklift The results of the study can be used as a guideline for developing competitiveness by using service quality factors in business development.

Keywords: Quality, Service, Decision

บทนำ

รถโฟล์คลิฟท์เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกให้กับผู้ปฏิบัติงาน ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้รวดเร็ว แต่หากผู้ปฏิบัติงานไม่ตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งานหรือวิธีการปฏิบัติงานการใช้รถโฟล์คลิฟท์ที่ถูกต้องแล้ว ความเสียหายที่เกิดจากอุบัติเหตุก็ตามมาทั้งต่อตัวบุคคลและทรัพย์สินของสถานประกอบการ

จากข้อมูลของคณะกรรมการบริหารงานความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยการประกอบอาชีพ (Occupational Safety and Health Administration) ของสหรัฐอเมริกา หรือ OSHA พบว่า ในปี 2015 มีสถิติอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการรถโฟล์คลิฟท์อย่างไม่ถูกวิธีและการปฏิบัติการด้วยความประมาทในประเทศสหรัฐอเมริกา สูงถึง 96,785 ครั้ง โดยรูปแบบอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นสูงสุดคือ อุบัติเหตุจากการชนของงารถโฟล์คลิฟท์ อุบัติเหตุการชนของรถโฟล์คลิฟท์ภายในอาคาร และอุบัติเหตุจากการที่รถโฟล์คลิฟท์สองคันชนกัน อย่างไรก็ตาม OSHA ได้ให้คำแนะนำว่าหากมีการจัดฝึกอบรมและให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้งานรถโฟล์คลิฟท์ที่ถูกต้องจะสามารถลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นได้ถึง 70 เปอร์เซ็นต์ (9 ข้อแนะนำ เพื่อการปฏิบัติการรถโฟล์คลิฟท์อย่างปลอดภัย, 2564) ซึ่งในประเทศไทยได้มี พรบ.ความปลอดภัยฯ พ.ศ. 2554 เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยในการทำงานเกี่ยวกับ “รถยก” ตามกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับเครื่องจักร บันจูน และหม้อน้ำ พ.ศ. 2552 ข้อ 31 ในกรณีที่นายจ้างให้ลูกจ้างทำงานเกี่ยวกับรถยก นายจ้างต้องปฏิบัติ ซึ่งมาตรการนี้สถานประกอบการที่มีการใช้งานรถโฟล์คลิฟท์ในการเคลื่อนย้ายวัสดุต้องปฏิบัติ ตามมาตรฐานที่กำหนดในกฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานในการบริหารและการจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2542 อย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันมิให้เกิดเหตุลูกจ้างได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิตอีก และมีให้นายจ้างต้องถูกดำเนินคดี (อุบัติเหตุจากรถยกโฟล์คลิฟท์, 2564)

ดังนั้นการทำงานที่ใช้รถโฟล์คลิฟท์ ในการผลิตและการขนส่งสินค้า จึงเป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงสูงในการที่จะทำให้เกิดอุบัติเหตุ ถ้าสถานประกอบการมีการตระหนักถึงความสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้ขับรถโฟล์คลิฟท์ที่มีการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์จะช่วยลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำงานและเป็นการสร้างทักษะในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ 2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับ

รฟโพลีคลิฟท์ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

บททวนวรรณกรรม

สำหรับงานการศึกษานี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า หาข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น รายงานการวิจัย เอกสาร โดยจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่างๆ นั้นสามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

คุณภาพบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) ตาม แนวคิดองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL มีปัจจัยอยู่ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้ 1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนองของลูกค้า (Responsive) 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) 5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) Crosby, Evans & Cowles (1990) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ “Service Quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้ บริการ และสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

จากแนวคิดทฤษฎีข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาตั้งสมมติฐานในการศึกษาซึ่งคุณค่าตราสินค้า ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ ของบริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์

การตัดสินใจ

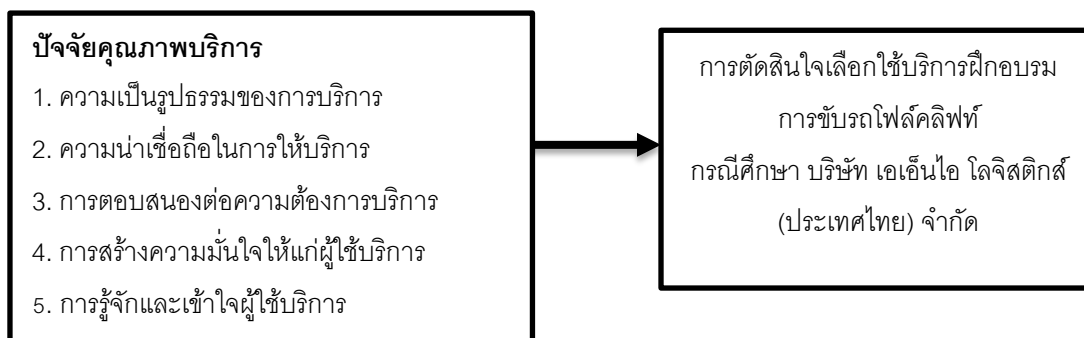
การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน (ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ, 2564)

การตัดสินใจเลือก เมื่อประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกในขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ใด โดยการตัดสินใจเลือกนี้ ผู้บริโภคกระทำโดยการอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการประเมินทางเลือก

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนมักมีรูปแบบการตัดสินใจ (decision-making styles) ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล การมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน แม้ว่าอาจจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหมือนกันก็ตาม (ซูซีย์ สมิตธิกร, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไสร์จจะราช เถระพันธ์. (2561) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และปัจจัยความไว้วางใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Decision Making Process) กระบวนการตัดสินใจสามารถแบ่งออกได้กว้างๆ เป็น 3 ขั้นตอนใหญ่ๆ ดังนี้คือ (อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk, 2010) 1.กระบวนการก่อนการตัดสินใจ (Pre-decision Making Process) ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา/ความต้องการ (Problem/Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Choices) 2.ขณะตัดสินใจ (Decision Making Process) ได้แก่ ซื้อ/ไม่ซื้อ (Purchase/Not Purchase) 3.กระบวนการหลังการตัดสินใจ (Post-decision Making Process) ประกอบไปด้วย การประเมินหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Evaluation) ผลประเมินหลังการซื้อ สาเหตุที่ผู้บริโภคไม่พอใจภายหลังการซื้อ การเสริมแรงกับพฤติกรรมหลังการซื้อ (เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. 2561)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 ปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการชั้บรณโพล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการชั้บรณโพล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอบรมการชั้บรณโพล์คลิฟท์ บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้สูตรทราบจำนวนประชากร ซึ่งคำนวณได้ระดับความคาดเชื่อมั่น 95% โดยมีความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 5% ตามสูตรของ Taro Yamane (1970, P.125) จำนวน 140 คน ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอบรมการชั้บรณโพล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่เข้ามาใช้บริการในช่วงระหว่างเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2563 ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ

ข้อมูล แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ส่วนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่วนที่4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ได้มีการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยการทดสอบความเที่ยงตรง (Reliability)จำนวน 30 ตัวอย่าง จากนั้นทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach,1990) ซึ่งพบว่ามีความเที่ยงตรงระหว่าง 0.70 - 0.81 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และมีความเชื่อมั่น สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลทั่วไป ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรม ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการศึกษา

สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 115 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 110 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 133 คน ระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี จำนวน 107 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 81 คน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความคิดเห็น
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.00	0.53	มาก
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	4.01	0.73	มาก
การตอบสนองต่อความต้องการบริการ	3.97	0.70	มาก
การสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ	4.05	0.72	มาก
การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ	3.89	0.87	มาก
รวม	3.98	0.72	มาก

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.72) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรกคือ การสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.72) รองลงมา ความน่าเชื่อถือในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.73) ความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.53) การตอบสนองต่อความต้องการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คคลิฟท์
กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ก่อนตัดสินใจฝึกอบรมจะหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ	4.05	0.84	มาก
2. เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายก่อนตัดสินใจเข้ารับการอบรม	3.84	0.88	มาก
3. พบเจอปัญหาบ่อยแล้วจึงตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรม	3.64	1.08	มาก
4. จะนำประสบการณ์ที่ได้รับไปบอกต่อ	3.82	0.81	มาก
5. คำนึงถึงประโยชน์ก่อนตัดสินใจใช้บริการ	3.90	0.80	มาก
6. มีการประเมินทางเลือกต่างๆ ก่อนฝึกอบรม	3.87	0.85	มาก
7. เลือกใช้บริการเพราะสถานที่บริการมีความน่าเชื่อถือ	4.00	0.86	มาก
รวม	3.87	0.49	มาก

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากทั้งหมด ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.49) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อันดับแรกคือก่อนตัดสินใจฝึกอบรมจะหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.84) รองลงมาเลือกใช้บริการเพราะสถานที่บริการมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.86) คำนึงถึงประโยชน์ก่อนตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.80) มีการประเมินทางเลือกต่างๆ ก่อนฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.85) เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายก่อนตัดสินใจเข้ารับการอบรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.88) จะนำประสบการณ์ที่ได้รับไปบอกต่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.81) พบเจอปัญหาบ่อยแล้วจึงตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 1.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตัวแปร	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	1.00	0.371**	0.280**	0.127	0.251**	0.478**
2.ด้านความน่าเชื่อถือ		1.00	0.544*	0.529**	0.251**	0.280**
3.การตอบสนองต่อความต้องการ			1.00	0.529**	0.335**	0.354**
4.การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ				1.00	0.471**	0.235**
5.การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ					1.00	0.345**
6.การตัดสินใจเลือกใช้บริการ						1.00

p< 0.05, * p< 0.01

จากผลการวิเคราะห์ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรคุณภาพบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คคลิฟท์ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม

ของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการ ด้านการสร้าง
ความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คือ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถ
โพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($r=0.48$)

ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถ
โพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($r=0.28$)

ด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับ
รถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($r=0.35$)

ด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับ
รถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($r=0.24$)

ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับ
รถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($r=0.35$)

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับ
รถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด อภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์
กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการบริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการและ
การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ การสร้าง
ความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนอง
ต่อความต้องการบริการและการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการไม่มีความสัมพันธ์ในผลการทดสอบสมมุติฐานที่
1.1 และมีความสัมพันธ์ในผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรม
การขับรถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.1 ปัจจัยคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่ม
มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์
(ประเทศไทย) จำกัด ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมุติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดวงนภาวดี ศรีจันทร์ (2560)
การศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตจังหวัดจันทบุรี
เนื่องจากผู้ที่ตัดสินใจเข้าใช้บริการความสำคัญในเรื่องของ ความน่าเชื่อถือในการบริการ การตอบสนองความ
ต้องการบริการ และด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการมากกว่าด้านรูปธรรมของการบริการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.2 ปัจจัยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือในการบริการมีความสัมพันธ์ต่อ
การตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโพลีคลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอ เอ็น ไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย)
จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมุติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรสุมิตร
เจียมบุญศุร (2560) การศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art

พบว่าด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการโดยมีปัจจัยย่อยได้แก่ ความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของพนักงานในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.3 ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมุติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรสุมิตร เจียมบุญศร (2560) การศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art พบว่าด้านการตอบสนองต่อความต้องการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ การให้บริการและการปฏิบัติงานของพนักงานมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับเรื่องรถยนต์เป็นอย่างดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.4 ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมุติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดวงนภาวดี ศรีจันทร์ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตจังหวัดจันทบุรี พบว่าด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำช่วยเหลืออย่างเต็มใจทุกครั้ง แนะนำเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาอย่างเต็มที่ เช่น เมื่อลูกค้ามีปัญหาไม่สามารถชำระหนี้ตามเงินงวดเดิมได้ ก็จะเชิญชวนให้มาปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถชำระ เงินงวดให้ตรงกับความสามารถปัจจุบันได้อย่างมั่นใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1.5 ปัจจัยคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมุติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรสุมิตร เจียมบุญศร (2561) การศึกษาในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art พบว่าด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ พนักงานต้อนรับลูกค้าอย่างเป็นกันเองและจริงใจและพนักงานมีความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยเป็นประเด็นได้ดังนี้

ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการมีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับความสำคัญ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองต่อความต้องการบริการและการรู้จัก และเข้าใจผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการก่อนตัดสินใจฝึกอบรมจะหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับความสำคัญ ก่อนตัดสินใจฝึกอบรมจะหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เลือกใช้บริการเพราะสถานที่บริการมีความน่าเชื่อถือ คำนึงถึงประโยชน์ก่อนตัดสินใจใช้บริการ มีการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ก่อนฝึกอบรมอยู่ เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายก่อนตัดสินใจเข้ารับการอบรม จะนำประสบการณ์ที่ได้รับไปบอกต่อ พบเจอปัญหาบ่อยแล้วจึงตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรม ทั้งนี้ ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพ

บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น บริษัทจึงควรมีการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ เพื่อจะได้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเพิ่มปัจจัยที่นอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการเข้ามาวิจัยร่วมด้วย เช่น ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการการฝึกอบรม

2. ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพที่วิเคราะห์และเก็บข้อมูลเชิงลึกถึงความต้องการจริง ๆ จากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาดเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้นควรมีการทบทวนตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อจะได้นำผลที่ได้มากำหนดทิศทางการดำเนินงานต่อไป

คำขอบคุณ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณภาพบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมการขับรถโฟล์คลิฟท์ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณ บริษัท เอเอ็นไอ โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเข้าไปเก็บข้อมูล รวมถึงนางสาวสุทธิดา สุนทรวิบูลย์ ที่ช่วยอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามทำให้ได้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย สมิทธิโก. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงนภาดี ศรีจันทร์. (2560) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในสังกัดเขตจังหวัดจันทบุรี [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/\(Edit\)Id665-10-05-2017_19:59:39.pdf](http://utccmbaonline.com/ijbr/doc/(Edit)Id665-10-05-2017_19:59:39.pdf) วิทยุเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>
- พรสมิตร เขียมบุญศรี. (2561) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsui Auto Art [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3606>
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561) คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3655/3/soratjarat.thar.pdf>
- เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. (2561) พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น. อนุบัติเหตุจากรถยกโฟล์คลิฟท์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.welovesafety.com/15282648/9> ข้อแนะนำ เพื่อการปฏิบัติการรถโฟล์คลิฟท์ อย่างปลอดภัย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.naraenterprise.com/>
- Crosby, L. A., Evans, K. R., & Cowles, D. (1990). Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing Research*, 54(3), 68–81.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.

Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L (2010). *Consumer Behavior*. 10th ed. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Taro Yamane. (1970). "Statistics: An Introductory Analysis." [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://uxlabth.com/2018/11/26/taro-yamane>.