

ปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น

ในการใช้บริการของบริษัท โบชิ ไทยแลนด์ จำกัด

**PSYCHOLOGICAL FACTOR AND SERVICE QUALITY
AFFECTING CONSUMER'S TRUST IN USING THE SERVICES
OF THE BOUSHI THAILAND COMPANY LIMITED**

ธนกฤต เพ็ชรพุด¹ และ ศศ.ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์²

ผู้รับผิดชอบบทความ

ThanakritPhetput and Dr.KasemsonPipatsirisak

E-mail: 6214070043@rmail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in management , Ramkhamhaeng

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษา โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทโบชไทยแลนด์ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยทางจิตวิทยา คุณภาพการบริการ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (2) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทโบชไทยแลนด์ จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งได้ทำการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.975 ตัวอย่างจำนวน 200 คน เลือกรandomตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ประกอบสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย เห็นด้วยในระดับมากต่อความเห็นในประเด็นที่เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านจิตวิทยาและความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อประเด็นเรื่องคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าคุณภาพการบริการและปัจจัยทางด้านจิตวิทยาส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการเรียงลำดับค่าอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยทางจิตวิทยา, คุณภาพการบริการ, ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ABSTRACT

The purposes of this study were to (1) investigate people's opinion to ward psychological factor, service quality, and consumer's trust in using the Service of The Boushi Thailand Company Limited; (2) analyze the impacts of psychological factor, and service quality on consumer's trust in using the Service The instrument for data collection was questionnaire approved by the expert. The alpha coefficient value of reliability was 0.975 The 200 samples were randomly selected from customer of the Boushi Thailand living in Bangkok district area. The descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviations, as well as the inferential statistics in terms of multiple regression analysis were applied to analyze the data selected. The hypothesis testing was proved. At statistically significant level of 0.05

The research findings were proved that respondents strongly agreed upon their opinions related to the psychological factor and the trust in using the service, while they assigned the highly important level to the service quality. According to the hypothesis testing, it was also proved that the service quality and the psychological factor differently affected the trust in using the service respectively, regarding the effect value, at 0.05 of the statistically significant level

Key word: Psychological factor, Service quality, and trust in using the service

1. สถานการณ์ ที่มา และปัญหาของการวิจัย

ผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ยี่ห้อจำหน่ายรถจักรยานยนต์ในประเทศมีแนวโน้มซบเซาต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะขยายตัวในช่วง -1% ถึง 2% ตลอด 3 ปีข้างหน้า ท่ามกลางปัจจัยต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยบวก ได้แก่ ภาครัฐยังคงมีมาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย และผู้ผลิตรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่แบรนด์ “Royal Enfield” (สัญชาติอินเดีย ซึ่งเป็นแบรนด์ดั้งเดิมจากอังกฤษ) เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทยเพื่อจำหน่ายในประเทศ เป็นหลัก

ปัจจัยลบ ได้แก่ รายได้ภาคเกษตรที่คาดว่าจะยังซบเซา และราคาจำหน่ายรถจักรยานยนต์มีแนวโน้มสูงขึ้นตามอัตราภาษีสรรพสามิตใหม่ (มีผลบังคับใช้ 1 ม.ค.2563) สำหรับตลาดส่งออก คาดว่าปริมาณส่งออกระยะ 3 ปี ข้างหน้าจะเติบโตอยู่ในช่วง 0-5% ต่อปีตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า และผู้ผลิตแบรนด์ “ฮาร์ลีย์-เดวิดสัน” จะทยอยส่งออกได้เพิ่มขึ้น ทำให้คาดว่า ปริมาณการผลิตรถจักรยานยนต์ จะเติบโตอยู่ในช่วง 0-3% ต่อปี

ปัญหาที่เกิดขึ้นครั้งนี้พบว่าด้วยภาวะกดดันต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการชิ้นส่วนจักรรถยนต์และรถจักรยานยนต์ของไทยจะต้องเผชิญนั้นจึงจำเป็นที่ จะต้องหาแนวทางปรับกลยุทธ์เพื่อหาโอกาสท่ามกลางวิกฤติและเพื่อประคับประคองธุรกิจให้รอด พ้นจากปัจจัยลบต่าง ๆ ที่ถาโถมเข้ามาโดยเฉพาะในช่วงที่ตลาดจักรรถยนต์ในหลายภูมิภาคต้อง ประสบปัญหายอดขายชะลอตัว

บริษัท โบชิตไทยแลนด์ จำกัด จดทะเบียนก่อตั้ง เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2562 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจ การกลึงกัดไสโลหะ ผลิตชิ้นส่วนจักรยานยนต์และอุปกรณ์ต่าง ๆที่ใช้ในอุตสาหกรรม มีสาขาใหญ่ คือ บริษัท บริษัท พี.พี.เจ. แมชชีนเนอรี จำกัด เพื่อให้ครอบคลุมการผลิตและการให้บริการไปยังลูกค้าได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น บริษัท ฯ เน้นการทำตลาดโดย การสร้างมุ่งเน้นไปที่การบริการและปรับปรุงคุณภาพการบริการของ บริษัท ฯ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้มากที่สุด ถึงแม้

ทางบริษัท ฯ จะได้รับการยอมรับในตัวสินค้าแต่ยังคงต้องพัฒนาด้านความเชื่อถือว่ามคุณภาพดีแล้วแต่ในภาวะปัจจุบันที่ตลาด รถยนต์และรถจักรยานยนต์ชะลอตัวและมีการแข่งขันกันสูงซึ่งต่างก็ต้องลดต้นทุนการผลิต โดยนอกจากการลดจำนวน คนงานแล้ว แนวทางอื่นที่ทำได้คือรักษาระดับคุณภาพและความเชื่อถือว่ามของตัวสินค้าและบริการที่ผลิต เพื่อให้ ชิ้นส่วนที่ผลิตได้นั้นเป็นสินค้าคุณภาพดีราคาเหมาะสม รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับ ลูกค้าเพื่อหลีกเลี่ยงการเสียนฐานลูกค้าให้กับคู่แข่ง

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการบริษัท ฯ จึงมีความจำเป็นต้องมาศึกษาและพัฒนาในด้านจิตวิทยาและคุณภาพการบริการ

การศึกษาในครั้งนี้ทางออกในแก้ปัญหาที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงต้องการนำปัจจัยเรื่องจิตวิทยาและคุณภาพการบริการมาใช้ซึ่งปัจจัยทั้งสองด้านนั้นเคยมีผู้ศึกษาก่อนหน้านี้นำมาศึกษาวิจัยและพัฒนาต่อยอด

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความคิดเห็นและความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ และเกิดขึ้นในลักษณะใดได้บ้าง

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้น ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัด ที่มีต่อปัจจัยทางจิตวิทยา, คุณภาพการบริการและความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัด

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่มีต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัด

3. ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดคุณสมบัติไว้เพื่อให้ได้ประชากรที่มีความรู้ ความเข้าใจ ที่ได้รับจากประสบการณ์ของตนเองหรือได้รับจากแหล่งข้อมูลประเภทต่างๆ อาทิ ผู้ที่มีความสนิทใกล้ชิด เอกสารทางช่องทางประเภทอื่น การได้มาใช้บริการกับทางบริษัทจริงๆ เป็นต้น ประสบการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ประชากรที่ใช้มีความเข้าใจ และสามารถให้ข้อมูล โดยแสดงความคิดเห็นได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งคุณสมบัติของประชากร ได้แก่

1.1 เป็นบุคคลที่เป็นผู้ใช้บริการกับทางบริษัท โบชิไทยแลนด์ จำกัด ทั้งในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.2 เป็นบุคคลที่เคยมีประสบการณ์ทางด้านการใช้บริการกับทางบริษัท โบชิไทยแลนด์ จำกัด หรือ ใ้รู้ได้เห็นถึงขั้นตอนและวิธีการมาก่อน

1.3 เป็นบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบชิ ไทยแลนด์ จำกัด ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการของบริษัท โบชิไทยแลนด์ จำกัด

เนื่องจากประชากรมีเป็นจำนวนมากซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดจำนวนประชากรที่แน่นอนไม่ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณจำนวนโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977)

ตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงกับประชากรของการศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 ทบทวนคุณสมบัติของประชากรที่กำหนดไว้ในเบื้องต้น

2.2 ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกโดยทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเขตพื้นที่ที่มีกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ ประกอบด้วย

แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็นเขตพื้นที่ต่างๆเป็น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เนื่องจากประชากรมีเป็นจำนวนมากซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดจำนวนประชากรที่แน่นอนไม่ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณจำนวนโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977)

* ในการใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างนั้น มีดังต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

$$4e^2$$

ในที่นี้

n หมายถึง จำนวนตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 93 = 1.84

e หมายถึง ค่าความคาดเคลื่อนของจำนวนตัวอย่างที่ยอมรับได้ = 0.07

แทนค่าจะได้จำนวนตัวอย่าง = 168 ตัวอย่าง

ในการแจกแบบสอบถามจริงจะใช้คำนวณ 200 ตัวอย่าง

เพื่อเป็นการสำรองไว้ในกรณีที่มีแบบสอบถามบางชุดมีการตอบไม่ครบถ้วน

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจและแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ (Online) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล

3.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1) ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ หลัทธิศาสตร์ หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย

2) นำข้อมูลที่ได้นำมาสร้างแบบสอบถาม

3) ปรับปรุงรูปแบบของแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมและเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

3.5 ลักษณะของแบบสอบถาม

ซึ่งแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 4 ส่วน ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านจิตวิทยาในการใช้บริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์

ส่วนที่ 3 ด้านคุณภาพการบริการในการใช้บริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์

ส่วนที่ 4 ความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์ของผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำถามของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปแจกกลุ่ม

ตัวอย่าง โดยแบ่งการตรวจสอบเป็น 2 ประเภท

1) การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ โดยสร้างแบบสอบถามขึ้นจากการตรวจสอบภายในกรอบแนวคิดและทฤษฎี ตรวจสอบเนื้อหา ความตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมที่จะใช้เก็บข้อมูล จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับท่านอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

ตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาและความหมายแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามคำแนะนำของท่านอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำไปใช้

2) การหาความเที่ยง หรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาทำการทดสอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดกับกลุ่มทดลอง และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัค (Cronbach's Alfa Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวจะต้องมีค่าอยู่ในช่วงระหว่าง 0.7 -1.00 จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ได้

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ คือ

สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในเรื่องต่อไปนี้ คือ

คำถามที่ 1 ค่าร้อยละ ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นเบื้องต้นเกี่ยวกับ เพศ อาชีพ ซึ่งใช้มาตรวัดนามบัญญัติและอายุ ระดับการศึกษา ซึ่งใช้มาตรวัดจัดอันดับ

ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความสำคัญและความคิดเห็นของตัวอย่างในเรื่องปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบทิ ไทยแลนด์ จำกัด ซึ่งใช้มาตรวัดอันดับ (อ้างอิงระบุชื่อและปี) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นการตอบวัตถุประสงค์ที่ศึกษาไว้

1. เพื่อสำรวจความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบทิไทยแลนด์ จำกัด

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบชิตไทยแลนด์ จำกัด

สถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้นำมาใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐานสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ว่า เพื่อสำรวจความสำคัญของปัจจัยทางจิตวิทยาและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบชิตไทยแลนด์ จำกัด ซึ่งวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ในรูปของการส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้มาตรวัดอันตรภาคและตัวแปรตามที่ใช้มาตรวัดอันตรภาคเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

เป็นกรณีที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในรูปของอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค ซึ่งมีจำนวนตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวที่อาจส่งผลกระทบต่อตัวแปรตาม ตัวที่ใช้มาตรวัดอันตรภาค

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาส่วนที่ 1: คุณสมบัติและความคิดเห็นในเรื่องทั่วไป

1.1 ผลการศึกษาเรื่องคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาเรื่องคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ สถิติที่นำมาใช้คือค่าความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ ($n = 200$ คน)

ผลการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย คิดเป็นร้อยละ 52 มีอายุระหว่างระหว่าง 25 – 40ปี คิดเป็นร้อยละ 72.5 และเมื่อสอบถามเกี่ยวกับระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68 นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพเป็น ราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86

ผลการศึกษารายละเอียดที่ 2: เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทฯ

ผลการศึกษาในส่วนนี้ เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทฯ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านจิตวิทยา

อธิบายได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โดยปัจจัยด้านจิตวิทยา ($X=4.1354$ $SD=0.57015$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามแต่ละประเภทพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความมั่นใจในการใช้บริการ

สูงที่สุด... ($X=4.2650$ $SD=0.73312$)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ($X=4.2009$ $SD=0.60353$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามแต่ละประเภทพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจในการให้บริการ

สูงที่สุดที่ ($X=4.3650$ $SD=0.70303$)

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ที่ตอบแบบสอบถามความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทฯ

ความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทฯ ($X=4.2286$ $SD=0.64144$) เมื่อพิจารณาข้อคำถามแต่ละประเภทพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านพึงพอใจกับความชำนาญและประสบการณ์ของพนักงาน

สูงสุดที่ (X=4.2700 SD=0.76158)

ในขณะที่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีระดับความคิดเห็นและความสำคัญค่อนข้างมาก
ในข้อคำถามที่เหลือ

ผลการศึกษารายส่วนที่ 3 : ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในที่นี้เป็นผลการศึกษาที่นำไปสู่
ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ได้นำเสนอไว้ สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์การ
ถดถอยเชิงพหุ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระจำนวน 2 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และ
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ กับความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์
จำกัด ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวในที่นี้เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะของการมีอิทธิพลต่อกัน

คำอธิบาย

ผลการศึกษาตามอธิบายได้ว่า ตัวแปรด้านจิตวิทยาส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้
บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัด อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ($P=0.01^*$) และปัจจัย
ด้านคุณภาพการบริการจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์
จำกัดอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติ ($P=0.00^*$) โดยที่ตัวแปรอิสระทุกตัวเป็น อิสระต่อกันคิด
เป็นร้อยละ 68.3 ($R^2=0.683$) ($F=212447$, $P\leq 0.000^*$) ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณา
จากค่า P-Value (Sig) ของแต่ละตัวแปรพบว่ามีค่าต่ำกว่า 0.05 ในขณะที่เดียวกันยังพบว่าตัว
แปรอิทธิพลแต่ละตัวส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัด
แตกต่างกัน อย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือตัวแปรอิทธิพลด้านคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อความ
เชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์ จำกัดมากที่สุด ($\beta=0.679$) ตามด้วยตัว
แปรจิตวิทยา ($\beta=0.225$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการศึกษาเรื่องอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาและคุณภาพบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบชิตไทยแลนด์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยพิจารณาจากค่า P-Value (Sig) ของแต่ละตัวแปรอิสระยอมรับ กับ สมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัท โบชิตไทยแลนด์ จำกัด ที่มีปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ การงพอใจ, การรับรู้, การเรียนรู้, ความเชื่อมั่นและทัศนคติส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบชิต ไทยแลนด์ จำกัด

ผลสรุป คือ ยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2: คุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ความน่าเชื่อถือ, การตอบสนอง, ความเชื่อมั่น, การรู้จักและเข้าใจลูกค้า น่าจะมีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ผลสรุป คือ ยอมรับสมมติฐานที่ 2

5. สรุป และอภิปราย

1. สรุป

1.1 สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

โดยมีอายุอยู่ในช่วง 25-40 ปี ในขณะที่อาชีพซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอยู่นั้นคืออาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.2 สรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาที่สรุปตามวัตถุประสงค์ ได้แก่

ผลสรุปความคิดเห็นของประสบการณ์ในการใช้บริการ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในระดับค่อนข้างสูงในทุกหัวข้อความคิดเห็นในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารทางการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ค่อนข้างสูงในทุกหัวข้อและ ความเชื่อมั่นในการบริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ระดับความเชื่อมั่นในการบริการมาก โดยเฉพาะด้านคุณภาพบริการจะมีระดับสูงที่สุด

ผลสรุปการศึกษาที่ต้องการวิเคราะห์หว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาและคุณภาพบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์ จำกัดจากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาและคุณภาพบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์ จำกัด ผลการศึกษาดังกล่าวยังเป็นการสอดคล้องกับสมมติฐานที่เสนอไว้อีกด้วย

2. การอภิปราย

การอภิปรายในเรื่องนี้เป็นการอภิปรายผลการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยอภิปรายเป็นลำดับต่อไปนี้

2.1 ผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาและคุณภาพบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของบริษัท โบซีไทยแลนด์ จำกัด มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithamal,

Parasuraman & Berry (1990) ที่อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการ(Service Quality) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (รวิศรา แซ่โจ้ว, 2560) ที่อธิบายว่าการศึกษ่าปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่น และปัจจัยการบริการความสอดคล้องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ในการศึกษ่าครั้งนี้ว่าปัจจัยด้านจิตวิทยาและคุณภาพบริการส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริการของบริษัท

โบชั้ไทยแลนดั้ จำกัด

3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษ่าไปใช้

3.1. ปัจจัยที่ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทโบชั้ไทยแลนดั้ จำกัด

3.1.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา

3.1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทโบชั้ไทยแลนดั้ จำกัด

3.2.1 เชื้อมนั้และทัศนคติ

3.2.2 การเรียนรูู้

3.2.3 การรับรูู้

3.3 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัทโบชั้ไทยแลนดั้ จำกัด ควรให้คว่าสำคัญตามลำดับ

3.3.1 ความเชื้อมนั้

3.3.2 การรูู้จักและการเชื้อมนั้ถูกคว่า

3.3.3 การตอบสนอง

3.4 ความเชื่อมั่นในการใช้บริการของบริษัท โบซิไทยแลนด์จำกัด ที่องค์กรควรให้ความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้ ตามลำดับ

3.4.1 ความเชื่อมั่นกับการบริการของเจ้าหน้าที่ที่ตอบสนองความต้องการของท่านเป็นอย่างดี

3.4.2 ความเชื่อมั่นที่จำบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

4.1 ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างประชากรอื่นๆ เพื่อขยายผลการศึกษานี้ให้กว้างมากขึ้น เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ความรู้มุมมองที่กว้างขึ้น ซึ่งจะสรุปเป็นภาพรวมของประชากรที่เข้ารับบริการประเภทนี้ ได้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น มีความคิดเห็นและลำดับความสำคัญต่อการบริการอย่างไร

4.2 ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาเทคนิคในการวิจัยประเภทอื่น เช่น วิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมด้วยเพื่อประโยชน์อื่นๆต่อไป

4.3 ผู้วิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกใช้สถิติอื่นๆ ที่ทำให้ผลการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรรณภัทร กันแก้ว. (2555). ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการสายการบิน.
ค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กฤติยา เวสวรรณ. (2556). การรับรู้ในปัจจัยคุณภาพการบริการการประปาในเขตกรุงเทพฯและ
ปริมณฑล. วารสารวิจัย มทร. มหาวิทยาลัยนครพนม
- กาญจนาถ โพธิศาสตร์. (2553). คุณภาพการให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
สาขาสีแยกสนามบินเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้/เชียงใหม่
- ณดา ทับทิมจรรุญ. (2558). ความสามารถตอบสนองปัจจัยส่วนประสมการตลาดของมหาวิทยาลัย
แห่งองค์การธุรกิจ. วารสารปัญญาภิวัฒน์, มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ
- ดวงเดือน แซ่ตั้ง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริหารจัดการที่น่าเชื่อถือในโรงเรียน.
ปริญญาานิพนธ์, สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
- ทัตพงศ์ สิทธิโชค. (2552). คุณภาพการให้บริการของศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัด
ตราด ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ธรรมพฤษ แสงประเสริฐ. (2558). การศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของ
ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- นภา พิมพ์จันทร์. (2558). ปัจจัยการบริหารที่มีผลต่อองค์การแห่งการเรียนรู้ของศูนย์วิทยาศาสตร์
เพื่อการศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารรัชตภาคย์, คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยนครพนม
- นรวัฒน์ ชุตินวงศ์. (2552). ปัจจัยของการบริหารองค์กรในยุคใหม่. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, คณะ
บริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
- นัทรฐภัค มิ่งสมพรพงศ์. (2558). การศึกษาวัฒนธรรมองค์กร ความเชื่อมั่นขององค์กร และแรง
จูงในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรของธนาคาร
พาณิชย์ไทย ในจังหวัดสมุทรสาคร. ค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- นันทศักดิ์ แต่รุ่งเรือง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชัน KMA ของ
ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ประภาวรณ ตระกูลเกษมสุข . (2560). ปัจจัยในการสร้างความภักดีต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
ไทย: ข้อเสนอจากผู้บริหารสู่การตอบสนองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ
การศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนไทย. บทความ, มนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ปาริชาติ ทองอุบล. (2560). อิทธิพลของปัจจัยส่วนผสมการตลาด การบริการภายในร้าน และ
ความเชื่อมั่นต่อความภักดีต่อตราคอนเวร์สของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. การ
ค้นคว้าอิสระ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ไพรินทร์ รังศรีสัมพันธ์. (2561). ปัจจัยทางทัศนคติด้านอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ
ตัดสินใจใช้บริการเงินฝาก ของธนาคารออมสิน สาขาพร้อมพงษ์. ค้นคว้า
อิสระ, บัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
- ภูษณิษา ปัจจามาตย์. (2560). ความคิดเห็นและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวไทยในเขต
กรุงเทพมหานครในการเลือกจองโรงแรมผ่านออนไลน์เอเจนซี. สารนิพนธ์,
มหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- มะลิวัลย์ แสงสวัสดิ์. (2556). ปัจจัยความเชื่อมั่นและความภักดี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้
บริการห้างสรรพสินค้า กรณีศึกษาห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพมหานคร.
ค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รวีสรา แซ่โจ้ว. (2560). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยความเชื่อมั่นและปัจจัยการ
บริการ 7Ps. ค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ลลิตา ขวัญเมือง. (2559). การสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่าน กระเป๋าเงิน
อิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง. ค้นคว้าอิสระ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วัลภา อิ่มปราโมทย์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการผู้ป่วยนอกของ
โรงพยาบาลเอกชน. ค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ

สัญชัย อุปะเดย์. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของประชาชน
ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สุริย์พร เหมือนหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน
Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อรอนงค์ วิชัยคำ. (2563). ทักษะคติของบุคลากรสุขภาพต่อการให้บริการสุขภาพแก่คนต่างด้าว
และปัจจัยที่เกี่ยวข้อง. งานวิจัย, สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

อังฉรา สวงนทรัพย์. (2552). คุณภาพ การให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาผักไห่ จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. ค้นคว้าอิสระ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย
อลงกรณ์

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc. Kotler, P.,
& Keller, K. L. (2014). *Marketing Management* (14th ed.). New Jersey: Prentice

Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Kendallville:

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality
and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49, (Fall), 41-
50.