

คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการกับ บริษัทกำจัดปลวกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Service Quality that Influences the Customer's Decision-Making Process for Using
Services Eliminate Termites for Service Users in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

จิรกาญจน์ ศรีศิลป์¹ ปชฉมา ตรีมงคล^{2*}

Chirakarn Sornsilp¹, Patcha Treemongkol^{2*}

Received 11 May 2024 Revised 10 Jun 2024 Accepted 11 Jun 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการกำจัดปลวก 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก 3) ศึกษาคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการกำจัดปลวกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการกำจัดปลวก ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการกำจัดปลวกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้โดยรวมและทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผู้ใช้บริการกำจัดปลวกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ โดยกระบวนการตัดสินใจ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ โดยรวมและทุกกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด 3) คุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือได้ ไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ, บริการกำจัดปลวก

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ Email: jeans2801@gmail.com

Master's student, Faculty of Business administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand,

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ Email: patcha.t@rmutsb.ac.th

Lecturer, Faculty of Business administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand.

Abstract

The purposes of this research are as follows: 1) Study opinions about the quality of termite extermination services. 2) Study opinions about the decision-making process for termite extermination services. 3) Study the service quality that influences the decision-making process of users of termite extermination services in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. A questionnaire can be used as a tool to collect data. The samples are customers of termite extermination services in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, a total of 384 people. Statistics used in data analysis are frequency, percentage, mean, and standard deviation. In addition, the hypothesis will be tested using multiple regression analysis statistics. The study found that 1) Termite control service customers have opinions about the quality of service, which consist of reliability, responsiveness, confidence, and empathy, which is tangible, overall and all aspects are at the highest level. 2) Termite control service customers have an opinion about the decision-making process of using the service, including problem awareness, information seeking, alternative assessment, the decision to consume the service, and post – service behavior, overall and all processes are at the highest level. 3) Service quality in terms of reliability There is no influence on the decision-making process for termite extermination services. Regarding to the response, reassurance, empathy, and tangible things, which influences the decision-making process of service users to use termite extermination services.

Keywords: Service quality, Service decision process, Termite extermination service

บทนำ

ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้น ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของปลวกหลายชนิด ปลวก (Termites) นับว่าเป็นแมลงศัตรูทำลายไม้ชนิดสำคัญที่สร้างปัญหาอย่างยิ่งให้แก่มนุษย์ ปลวกเข้าทำลายบ้านเรือนสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่ทำจากไม้ก่อให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจปีหนึ่งๆ นับเป็นมูลค่ามหาศาล 95 เปอร์เซ็นต์ ของความเสียหายที่เกิดจากไม้ทั้งที่แปรรูปแล้วและยังไม่ได้แปรรูปอันเนื่องมาจากการเข้าทำลายของแมลงล้วนเกิดจากปลวกทั้งสิ้น (Muthusri et al, 2016) ในการให้บริการกำจัดแมลง กฎหมายได้กำหนดให้บริษัทหรือสถานประกอบการ ต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในปัจจุบันมีการกำหนดให้ผู้รับอนุญาตมีไว้ในครอบครองซึ่งวัตถุอันตรายเพื่อใช้รับจ้างกำจัดแมลง ต้องจัดให้มีผู้ควบคุมการใช้วัตถุอันตราย เป็นบุคลากรเฉพาะรับผิดชอบควบคุมการจัดแมลง ให้ดำเนินการอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีประสิทธิภาพและปลอดภัยต่อผู้อยู่อาศัย โดยคุณสมบัติของผู้ควบคุมต้องมีประสบการณ์หรือผ่านการอบรมและทดสอบความรู้ตามหลักสูตรที่ อย. กำหนด โดย อย. เป็นหน่วยงานมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำกับดูแลวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือนและทางสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 ทั้งนี้มีบริษัทที่ให้บริการกำจัดปลวกในระบบประมาณ 1,000 -2,000 ราย แต่มีบริษัทเอกชนที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ประมาณ 400 ราย ขณะที่ มีบริษัทไม่ถึงครึ่งจดทะเบียนการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเหตุผลที่เป็นเช่นนั้น เนื่องมาจากประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเข้ามากำกับหรือควบคุมบริษัทบริการกำจัดปลวก (Siam Business, 2023)

ปัจจุบันธุรกิจบริการกำจัดปลวกนับวันยังมีผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ธุรกิจบริการกำจัดปลวกควรมีการยกระดับคุณภาพการบริการอย่างเป็นระบบและได้การยอมรับจากผู้ใช้บริการ ทำให้ต้องมีการเพิ่มขีดความสามารถในการบริการให้เป็นที่ประทับใจและเกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการมากที่สุดเพื่อให้การบริการกำจัดปลวกเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการควรได้รับการบริการที่ใช้ผลิตภัณฑ์กำจัดปลวกที่ได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พนักงานผ่านการอบรมและได้รับใบรับรองผู้ควบคุมการใช้วัตถุอันตรายเพื่อใช้รับจ้างกำจัดปลวก

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีบ้านจัดสรรและนิคมอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ซึ่งประสบปัญหาปลวกทำลายบ้านและโรงงาน ส่วนใหญ่จะเป็นปลวกใต้ดิน ซึ่งจะขึ้นมาทำลายบ้านผ่านทางโครงสร้างของบ้าน ขยายรังขึ้นมาทำลายบ้านในระยะต่อไป หากพบปัญหามากไม่สามารถดูแลได้ และต้องการให้กำจัดปลวกเป็นระบบ เรียกใช้บริษัทกำจัดปลวกในท้องตลาด ทั้งนี้ต้องศึกษาและคัดเลือกบริษัทกำจัดปลวกที่มีความน่าเชื่อถือและบริการหลังการขายดี มีเอกสารรับรอง (Power Place Group Company Limited., 2020)

คุณภาพการให้บริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการช่วยให้ผู้บริการเกิดความพอใจประทับใจในการบริการ โดยเป็นความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของการบริการเป็นสิ่ง

สำคัญที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่เขาต้องการ (Nilphat, 2019)

ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ซึ่งผู้ศึกษาวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานในบริษัทรับกำจัดแมลง โดยให้เห็นความสำคัญของคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก จึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการกับบริษัทกำจัดปลวกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการและพัฒนาธุรกิจการให้บริการกำจัดปลวก ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความปลอดภัย เพื่อประโยชน์ ต่อผู้ประกอบการบริการกำจัดปลวก รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจกำจัดปลวก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการกำจัดปลวก ของผู้ใช้บริการ กับบริษัทกำจัดปลวก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก ผู้ใช้บริการกับบริษัทกำจัดปลวก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการกำจัดปลวก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก
- สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก
- สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก
- สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก
- สมมติฐานที่ 5 คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ตัวแปรในการศึกษา 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ และ

ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และตัวแปรตาม ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการกำจัดปลวก ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 384 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรคำนวณของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Cochran, 1977)

ด้านพื้นที่ คือ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านเวลา การศึกษาในครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2567

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ผลการวิจัยทำให้ส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก
2. ผลการวิจัยเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาซึ่งสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อประโยชน์ลูกค้า และกลุ่มธุรกิจบริการ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Chalermjirarat (2010) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ เพื่อให้ได้ใช้บริการนั้น ๆ โดยทันทีหรือภายในระยะเวลาทันทีที่มีการให้บริการ

Chawprasert (2009) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถ ตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

Kitlertpairaj (2007) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีก ฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอให้ นั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไป ครอบครองได้

Douglas (2007) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ทศนคติ ที่เกิดขึ้นใน ระยะเวลาเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด

Ziethaml, Parasuraman & Berry (1988) ซึ่งได้เสนอตัวแบบ SERVQUAL เพื่อศึกษาคุณภาพการ ให้บริการจากความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่เขาได้รับ โดยเสนอความเห็นไว้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความปรารถนาหรือความต้องการโดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ให้

บริการอาจจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไรมากกว่า โดยสรุปได้ว่า ความคาดหวัง ของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่อื่นที่จะได้รับบริการจาก หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ย่อมมีระดับที่ แตกต่างกันไป มากบ้าง น้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่า ประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น และความคาดหวังของผู้รับบริการนี้หากได้รับการ ตอบสนองหรือได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวังแล้ว ก็ ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการ ของผู้ให้บริการ ในงานวิจัยหลายชิ้น นอกจากจะศึกษาการรับรู้ใน คุณภาพในการให้บริการแล้ว ยังมีการศึกษาความคาดหวังในการให้บริการเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการ กันอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกัน คุณภาพการให้บริการมี ลักษณะ 10 ประการหรือ SERVQUAL ทั้ง 10 ด้าน ได้แก่ ความไว้วางใจ การเข้าผู้รับบริการ ความน่าเชื่อถือ สมรรถนะ ความกระตือรือร้น ความมีไมตรีจิต การติดต่อสื่อสาร ความปลอดภัย ลักษณะของการบริการ และการเข้าใจผู้รับบริการ นักวิชาการที่ทำการวิจัยทั้ง 3 ท่าน Zithaml, Parasuraman & Berry พบว่าตัวกำหนดคุณภาพบริการทั้ง 10 ด้าน มีความซับซ้อนกัน จึงได้ พัฒนาเครื่องมือการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งด้านได้เป็น 5 ด้านหลักและยังคงมี ความสัมพันธ์กันในด้านคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 ด้าน เครื่องมือวัดคุณภาพ หรือ SERVQUAL ที่พัฒนาใหม่ 5 ด้านที่เรียกว่า RATER ดังนี้

สำหรับงานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือการวัดคุณภาพการให้บริการที่พัฒนาใหม่ 5 ด้าน ซึ่งใช้สำหรับการวัด คุณภาพการให้บริการกำจัดปลวก เนื่องจากมีบริบทการให้บริการซึ่งสอดคล้องกันที่สามารถวัดการคุณภาพการ ให้บริการในด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่ สามารถจับต้องได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1. Reliability ลูกค้ายูู้สึกว่า วางใจได้ มิตินี้เกิดจากการให้ บริการได้ อย่าง ถูกต้อง แม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง 2. Assurance ลูกค้ายูู้สึกมั่นใจ (ประกันความมั่นใจให้ได้) มิตินี้ เกิดจากความรู้และอัธยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้ายูู้สึกมั่นใจต่อสถานบริการ 3. Tangibles ลูกค้ายูู้ได้มองเห็นความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่าง ๆ มิตินี้เกี่ยวข้องกับเรื่องเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ ทุกอย่างที ลูกค้ายูู้เห็น ห้องรับรอง การจัดสถานบริการ เครื่องแบบการมองเห็นสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับพนักงานบริการ 4. Empathy ลูกค้ายูู้สึกว่าสถานบริการเอาใจใส่ มิตินี้คือ “เอาใจเขามา ใส่ใจเรา” คือการเอาใจใส่ ลูกค้ายูู้แต่ละ บุคคลเป็นอย่างดีเอาใจใส่ ในความต้องการเฉพาะรายสามารถ จดจำชื่อลูกค้ายูู้รวมถึงการเปิดให้บริการในวันเวลาที่ สอดคล้องกับความต้องการใช้บริการของลูกค้ายูู้ เป็นต้น 5. Responsiveness ลูกค้ายูู้สึกว่าได้รับการตอบสนอง มิตินี้หมายถึงการไม่เคยปฏิเสธลูกค้ายูู้ก่อนทีจะพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้ายูู้แบบทันทีที เห็นลูกค้ายูู้ร้องขออีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ

Phuphane (2012) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งระดับของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับคือ การตัดสินใจตามความเคยชิน การตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

Meejinda (2010) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying decisionmaking process) เป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก โดยผู้บริโภคอาจข้ามหรือสลับขั้นตอนตามความเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนการซื้อจริงและยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อด้วย

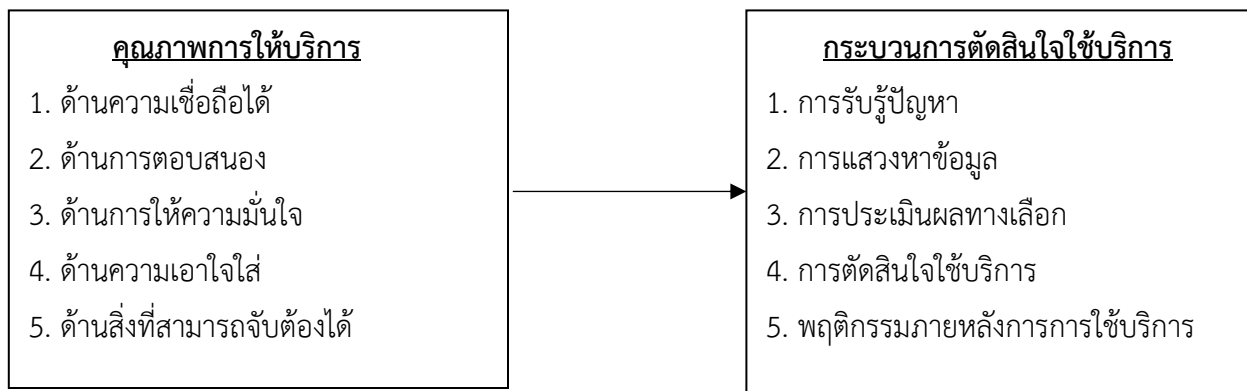
Johnston (2023) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย

Orji & Goodhope (2013) กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Five-Stage Model of The Consumer Buying Process) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)

แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) กระบวนการตัดสินใจซื้อหมายถึง การปฏิบัติการซื้อรวมทั้งสิ่งต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ณ ช่วงเวลาใดเวลาดังกล่าว Chaturongkhakun (2003) กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบไปด้วย 1. ความตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือ การรับรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) คือการที่บุคคลได้รับรู้ถึงความต้องการภายในของตนเอง ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกในระดับที่สูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับ (Driver) 2. การแสวงหาข่าวสาร (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่ต้องการอยู่ ใกล้ ผู้ถูกกระตุ้นมักจะตัดสินใจซื้อสิ่งนั้น แต่ถ้าไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ในทันทีนั้น ความต้องการก็จะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการนั้นในภายหลังหรือไม่เช่นนั้นก็จะทำการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการนั้น 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารมาแล้วก็จะนำมาใช้ประกอบการประเมินทางเลือก ซึ่งการประเมินทางเลือกของผู้บริโภคนั้นมีหลายวิธี เช่น ตัวผู้ประเมินสถานการณ์สินค้า เป็นต้น 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินทางเลือกจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความชอบในสินค้าต่างๆ และสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นปกติแล้ว ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่ชื่นชอบมากที่สุด แต่ถ้าหากมีปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งหรือทั้งสองตัวนี้ คือ ทศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) และ/หรือปัจจัยสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง (Unanticipated situational factors) เกิดขึ้นก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ และ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior) เป็นสิ่งที่นักการตลาด

จะต้องติดตามและคอยให้ความสนใจกับความพึงพอใจในสินค้าที่ผู้บริโภคได้ซื้อไปใช้ ถ้าหากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าที่ซื้อไปใช้ก็จะก่อให้เกิดความซื้อซ้ำต่อตราสินค้ามากยิ่งขึ้น แต่ถ้าหากไม่พึงพอใจก็จะเลิกซื้อสินค้าตัวนั้นไปเลย หรือไม่ทำการบอกต่อแก่คนรู้จัก

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คือ ผู้ใช้บริการกำจัดปลวกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran (1977) โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ด้วยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหา การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมภายหลังการการใช้บริการ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item – Objective Congruence : IOC) จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ของตัวแปรคุณภาพการบริการประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ อยู่ระหว่าง 0.73 – 0.87 และของตัวแปร กระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังจากใช้บริการ อยู่ระหว่าง 0.72 – 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามแจกให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ชุด จากนั้นรวบรวมแบบสอบถามได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้วผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามอีกครั้ง และนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสและบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการวิเคราะห์ด้วยความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ โดยภาพรวมเป็นรายด้านและเป็นรายข้อ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) หรือการถดถอยพหุแบบ Enter เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการ ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัวที่ส่งผลมาจากตัวแปรอิสระตั้งแต่สองตัวขึ้นไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการกำจัดปลวกเป็นเพศหญิง มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 40,000 บาทขึ้นไป และใช้บริการ 11 – 15 ปี ส่วนผลการศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.60, S.D. = 0.41) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (\bar{x} = 4.75, S.D. = 0.38) ด้านความเอาใจใส่ (\bar{x} = 4.63, S.D. = 0.46) ด้านการ

ตอบสนอง ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.48) ด้านการให้ความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.43) และด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.32) ตามลำดับ และระดับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.42) เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ การรับรู้ปัญหา ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.37) พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.44) การตัดสินใจใช้บริการ ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.38) การประเมินผลทางเลือก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.53) และการแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.38) ตามลำดับ

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพการใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1: แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของลูกค้าในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คุณภาพบริการ	กระบวนการตัดสินใจใช้บริการ		β	t	p - Value
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (a)	2.39				
1. ด้านความเชื่อถือได้	0.35	0.03	0.254	3.03	0.07
2. ด้านการตอบสนอง	0.63	0.03	0.118	2.08	0.03**
3. ด้านการให้ความมั่นใจ	0.38	0.04	0.636	9.93	0.00**
4. ด้านความเอาใจใส่	0.32	0.04	0.583	7.12	0.00**
5. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้	0.33	0.04	0.493	7.70	0.00**
R = 0.747		R ² = 0.45	Adjusted R ² = 0.45		SEE = 0.37
F = 139.42					

*ระดับนัยสำคัญ p < 0.05, **ระดับนัยสำคัญ p < 0.01, ***ระดับนัยสำคัญ p < 0.001

จากตารางที่ 1 พบว่า ด้านความเชื่อถือได้ ไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวก ส่วนด้านการตอบสนอง (B = 0.63, p < 0.05) ด้านการให้ความมั่นใจ (B = 0.38, p < 0.01) ด้านการเอาใจใส่ (B = 0.32, p < 0.01) และด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (B = 0.33, p < 0.01) มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการ ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำหรับการทดสอบความเหมาะสมของเส้นถดถอยนี้ มีค่าสถิติ F เท่ากับ 139.42 และจากการพิจารณาค่า R² เท่ากับ 0.60 ซึ่งสามารถ

อธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้อยละ 60.00 และพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.45 แสดงว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันอภิปรายการกระบวนการตัดสินใจใช้บริการได้ร้อยละ 45.00 นอกจากนี้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่าพิจารณาที่ค่า Std. Error of the Estimate เท่ากับ 0.37

อภิปรายผลและสรุป

ความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ด้านความเชื่อถือได้ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะ ระบบการกำจัดปลวกแบบเคมีหรือระบบเหยื่อมีความเชื่อถือได้ สารเคมีที่ใช้กำจัดปลวกมีความเชื่อถือได้ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก ตามแผนปฏิบัติงาน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Waraphat (2022) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจการพยาบาลโรคชะตาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเชื่อถือได้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจการพยาบาลของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ด้านการตอบสนอง พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด อันเนื่องมาจากพนักงานมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด โดยมีการนัดทำนัดหมายล่วงหน้า พนักงานบริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการโดยส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะให้บริการ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raksasil & Sukpan (2022) ที่ศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา Budget Thailand ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการด้านตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว

3. ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ไขปัญหาปัญหาทางานบริการให้กับลูกค้าพนักงานสามารถตอบสนองข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในเรื่องปัญหาบริการให้กับลูกค้าได้ มีความมั่นใจว่าได้รับบริการอย่างถูกวิธีตั้งแต่ครั้งแรก ตามแผนปฏิบัติงาน และ พนักงานบริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Limthaweesomkiat (2020) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความไว้วางใจ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ด้านความเอาใจใส่ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานบริการให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า พนักงานบริการถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด พนักงานบริการสามารถจดจำรายละเอียดการบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เช่น การจดจำข้อมูลการใช้บริการในอดีตจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นคุณค่าด้านการให้ความเอาใจใส่อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raksasil & Sukpan (2022) ที่ศึกษาคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา Budget Thailand ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว

5. ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้บริโภคทราบว่า พนักงานบริการมีเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการทำงาน พนักงานบริการมีกิจกรรมรยาท สุภาพ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับการให้บริการ และมีความใส่ใจในมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อระดับความคิดเห็นคุณค่าด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boriponmongkol & Chianwattanasuk (2022) ที่ศึกษาการรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำเครื่องทำความสะอาดอุตสาหกรรม

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือได้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านความเชื่อถือได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อันเนื่องมาจากกระบวนการกำจัดปลวกแบบเคมีหรือระบบเหยื่อมีความเชื่อถือได้ สารเคมีที่ใช้กำจัดปลวกมีความเชื่อถือได้ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรก ตามแผนปฏิบัติงาน จึงทำให้ความเชื่อถือได้ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังที่ Limthaweesomkiat (2020) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจ Nail Spa ในกรุงเทพมหานครมีมากขึ้น ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการใช้บริการร้าน Nail Spa ที่มีชื่อเสียงหรือร้านที่มีความพร้อมในการให้บริการ โดยพิจารณาจากอัตราค่าบริการ ตลอดจนพนักงานที่มีความรอบคอบชำนาญ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านการตอบสนองมีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า พนักงานมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบอย่างชัดเจนว่าจะได้รับบริการนั้นเมื่อใด โดยมีการนัดหมายนัดหมายล่วงหน้า พนักงานบริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้า การบริการเป็นไปด้วยความรวดเร็ว พนักงานบริการโดยส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะให้บริการ ดังที่ Raksasil & Sukpan (2022) กล่าวว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อการท่องเที่ยว โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อช่องทางติดต่อเพื่อใช้บริการหลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ สำนักงาน

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อาจเป็นเพราะพนักงานสามารถให้คำแนะนำหรือแก้ไขปัญหาบริการให้กับลูกค้า พนักงานสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในเรื่องปัญหาบริการให้กับลูกค้าได้ มีความมั่นใจว่าได้รับบริการอย่างถูกวิธีตั้งแต่ครั้งแรก ตามแผนปฏิบัติงาน และพนักงานบริการสามารถให้บริการได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ จึงทำให้การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังที่ Waraphat (2023) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจการพยาบาลวิชาชีพเฉพาะของผู้ใช้บริการ เนื่องจากคำทำนายของนักพยากรณ์นับว่ามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพจิตใจ พฤติกรรม ความคิด และทัศนคติของผู้ใช้บริการในทิศทางที่ดีขึ้น ที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความสบายใจคลายกังวล Korjaruen et al. (2022) กล่าวว่า เราจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า จำเป็นต้องมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์และความมั่นคงปลอดภัย

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อาจเป็นเพราะพนักงานบริการให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า พนักงานบริการถือว่าผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด พนักงานบริการสามารถจดจำรายละเอียดการบริการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี เช่น การจดจำข้อมูลการใช้บริการในอดีต จึงทำให้การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังที่ Korjaruen et al. (2022) กล่าวว่า การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละคนสำคัญมากในการบริการ รวมถึงพนักงานควรใส่ใจลูกค้า มีการสื่อสารที่ชัดเจน สนใจลูกค้าอย่างแท้จริง และสามารถเข้าใจความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้อย่างชัดเจน

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำกัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ด้านสิ่งที่สามารถ

จำเป็นต้องได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคทราบว่าพนักงานบริการมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการทำงาน พนักงานบริการมีกิจกรรมรยาท สุภาพ พนักงานบริการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการให้บริการ และมีความใส่ใจในมาตรฐานการบริการเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จึงทำให้การรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการกำจัดปลวกของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังที่ Sornsawansakul (2016) ได้กล่าวว่า เกสเซอร์ควรมีใบประกอบวิชาชีพ อยู่ทำการที่ร้านตลอดเวลาที่การเปิด เพื่อคอยให้คำแนะนำผู้ใช้บริการ การบริการที่รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างความได้เปรียบทางการค้า

การนำไปใช้เชิงปฏิบัติ

1. ผู้ใช้บริการสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อพิจารณาทำบริการกำจัดปลวกได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทกำจัดปลวก บริษัทที่จำหน่ายสารเคมีกำจัดปลวก สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนางานบริการได้ดียิ่งขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

การเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญในบางส่วนของผู้ใช้บริการอาจยังไม่ครอบคลุม อาจจะต้องจำเป็นมีการสัมภาษณ์เชิงลึกศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ควบคู่ไปกับการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ เพื่อสามารถนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Boriponmongkol, R. & Chianwattanasuk, K. (2022). *Perception of product quality and service quality that affects Decision to purchase repeat industrial cleaning machines*. [Master's degree thesis]. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Chalermjirarat, W. (2010). *Quality in service* (5th printing). Bangkok: Pim Dee.
- Chaturongkhakun, (2003). *Marketing management*. Bangkok: Thammasat University.
- Chawprasert, C. (2009). *Service Marketing* (10th edition). Bangkok, Se-Education.
- Cochran, W . G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: Wiley.
- Douglas, C. M. (2007). *Design and Analysis of Experiments* (6th ed.). New York: John Willey & Sons Inc.
- Johnston, E. (2023, 15 May). *5 Steps to understanding your customer's buying process*.
<https://www.b2marketing.net/en-gb/resources/blogs>

- Kitlertpaioj, W. (2007). *Service business marketing*. Bangkok: SE-ED Education.
- Korjaruen et al. (2022). Service quality that affects material purchasing decisions Construction case study: Charoentham Watsadu Partnership 2. *Walailalongkorn Review of Management Science*, 3(3), 25-38.
- Limthaweesomkiat, A. (2020). *Service quality that influences the decision to use Nail Spa services. Gen Y consumers in Bangkok*. [Master's degree thesis]. Srinakharinwirot University.
- Meejinda, P. (2010). *Consumer behavior*. Bangkok: Thammasan.
- Mutusri, S., Limyotin, P., & Rattanaphan, P. (2016). *Marketing mix factors affecting the decision to choose termite extermination services with the Xterm bait system: Pest Guard Company Limited, Phuket Province*. [Master's degree thesis]. Hat Yai University.
- Nilphat, R. (2019). *Service quality and satisfaction that are related to repeat use of services by Paolo Rangsit Hospital recipients*. [Master's degree thesis]. Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Orji & Goodhope, O. (2013). Major Classic Consumer Buying Behavior Models: Implications For Marketing Decision-making. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(4): 164-172.
- Phuphanee, W. (2012). *Consumer decision*. Teaching materials on consumer decision making. Faculty of Accounting and Management. Maha Sarakham: Maha Sarakham University.
- Power Place Group Company Limited. (2024, 8 June). *Problems with termites*.
<https://www.powerpestgroup.com/index.php?lay=show&ac=article&id=95844&Ntype=3>
- Raksasil, B. & Sukpan, P. (2022). *Service quality that affects the decision to use repeat services by users of car rental services for tourism: a case study of Budget Thailand*. Academic conference presentation National research result. 4th.
- Siam Business. (2023, 8 June). *Termite extermination business spreads 8 billion*.
www.pluakclick.com/?action=news-detail&id=62
- Sornsawansakul, S. (2016). *Service quality factors that affect the decision-making process for choosing to use a sales shop Medicine in Mueang Trang District, Trang Province*. [Master's Thesis]. Prince of Songkla University
- Waraphat, K. (2023). Service quality that affects Decided to use the fortune telling business service of Service users in Bangkok. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruerk University*. 9(1), 75-88.



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