



ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความไว้วางใจ และความตั้งใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าของลูกค้าในจังหวัดระยอง FACTOR OF SERVICE QUALITY AFFECTING RENTERS OF AERIAL PLATFORM IN RAYONG PROVINCE

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 10 กันยายน 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 15 ธันวาคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 ธันวาคม 2563

ลักขณา กรดแก้ว*

Lagkana Grodkeaw

ชลธิศ ดาราวงษ์**

Chonlatis Darawong

บุญเกียรติ วิสิทธิ์ภาศ***

Boonkiat Wisittigars

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง เปรียบเทียบความไว้วางใจและการตัดสินใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าสำหรับงานรับเหมาก่อสร้างจำแนกตามปัจจัยองค์กร และศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มลูกค้าของบริษัทให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้าแห่งหนึ่งจำนวน 300 ราย ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการของบริษัทให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนความไว้วางใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้ามีความแตกต่างกันตามปัจจัยองค์กรด้านลักษณะกิจการและจำนวนพนักงาน ความตั้งใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้ามีความแตกต่างกันตามปัจจัยองค์กรด้านลักษณะกิจการ ด้านสัญญาติขององค์กร และด้านจำนวนพนักงาน และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความไว้วางใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านการตอบสนอง และด้านการสื่อสาร ส่วนปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านการรับประกัน และด้านความรู้ทักษะ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความไว้วางใจ, ความตั้งใจเช่า, เครื่องจักรรถกระเช้า

* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2563 e-Mail: g_lagkana@rentall.co.th

** ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต และ รักษาการผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุชนวัตกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี e-Mail: chonlatis@gmail.com

*** นักวิจัยอิสระ



ABSTRACT

The objectives of this research were to study the level of service quality of aerial platform rental companies in Rayong province, to compare the rental behavior of machinery, aerial platform for construction work classified organization, and to study the impact of service quality on trust and intention to rent aerial platform in Rayong province. The samples of this research were 300 customer who currently rented aerial platform. The findings showed that the level of service quality of aerial platform rental companies in Rayong province was high. The trust to rent aerial platform was different due to organizational factors in dimensions of company type and size whereas intention to rent was different in terms of company type, nationality, and size. Also, the service quality dimensions that have impacts on trust were responsiveness and communication whereas service quality dimensions that have impacts on intention to rent were assurance and competence.

Keywords: service quality, trust, intention to rent, aerial platform.

บทนำ

ในช่วงปี 2552-2561 มูลค่าการลงทุนก่อสร้างมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 8.10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (gross domestic product: GDP) มีผลต่อการจ้างงานและมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจต่อเนื่องที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง และธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ธุรกิจก่อสร้างในประเทศไทยแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของผู้ว่าจ้าง ได้แก่ โครงการของภาครัฐและภาคเอกชน โดยสัดส่วนของมูลค่าการลงทุนเฉลี่ยเท่ากับ 53 ต่อ 47 และโครงการของรัฐจะมีมูลค่าสูงกว่าโครงการขนาดใหญ่ของภาคเอกชน งานก่อสร้างของภาครัฐส่วนใหญ่เป็นโครงการการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.00 ของโครงการภาครัฐทั้งหมด ส่วนที่เหลือจะเป็นโครงการสร้างอาคารที่พักอาศัยของภาครัฐและข้าราชการ ส่วนงานก่อสร้างภาคเอกชนส่วนใหญ่จะเป็นงานก่อสร้างที่อยู่อาศัย เฉลี่ยร้อยละ 56.00 ของมูลค่างานภาคเอกชนทั้งหมด (ธเนศ มหัทธนาลัย, ออนไลน์, 2562)



ผู้รับเหมาที่ได้รับงานโครงการขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ ความชำนาญ เฉพาะด้าน และศักยภาพด้านการเงิน รวมทั้งความทันสมัยทางด้านเทคโนโลยีในการก่อสร้าง เพื่อสร้างความไว้วางใจจากเจ้าของโครงการทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งการลงทุนในเทคโนโลยี การก่อสร้างจะประกอบด้วยเครื่องจักรและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณ ของโครงการ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ มีความสำคัญมากต่อ โครงการก่อสร้างในประเทศ เพราะเป็นเครื่องมือในการผลิต สามารถใช้แก้ปัญหาการผลิต ทดแทนแรงงานฝีมือที่นับวันจะขาดแคลนมากขึ้น หรือแม้แต่การลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ ประเทศไทยยังนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศมูลค่าไม่ต่ำกว่า 5 แสนล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นทุกปี ทำให้ประเทศไทยต้องขาดดุลการค้าอย่างต่อเนื่อง (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ออนไลน์, 2554)

ในการทำงานก่อสร้างต้องใช้เครื่องจักรรถกระเช้าทำงานเพื่อให้เสร็จลุล่วงได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งการซื้อเครื่องจักรรถกระเช้าเหล่านี้เพื่อใช้ทำงานช่วงระยะเวลาสั้น ๆ จะไม่คุ้มค่า เพราะ มีราคาสูง การเช่าจึงน่าจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด ซึ่งปัจจุบันนี้มีเครื่องจักรหลากหลายรูปแบบ การทำงาน เป็นการสนับสนุนกระบวนการผลิต การลดต้นทุน และการเพิ่มผลกำไรให้กับ องค์กร ดังนั้น บริษัทก่อสร้างจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจความต้องการ ของผู้ซื้อ หลักปฏิบัติในการเลือกซื้อ และความสามารถในการตอบสนองลูกค้าในด้านคุณภาพ ของด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานระดับสากล จัดส่งและการให้บริการ อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่ม ศักยภาพและความสามารถในการผลิต รวมทั้งความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด

งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทยมีอยู่หลากหลาย บริบท ได้แก่ สภาพและปัญหาการบริหารธุรกิจโครงการก่อสร้างในนิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุด (จุฑาทิพย์ อาจโยธา, 2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการงานก่อสร้างที่ยั่งยืนของ ผู้รับเหมาในจังหวัดตราด (อ้อย สุข, 2561) รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจรับเหมา ก่อสร้าง หจก.เล่าจุ่นฮะก่อสร้าง (อนุพันธ์ ปทุมมาสูตร, 2558) สมรรถนะผู้นำกับการบริหาร จัดการโครงการก่อสร้างในประเทศไทย (ชยุตพงศ์ แจ่มจันทร์วงศ์, 2552) การศึกษา แนวทางแก้ไขความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของผู้รับ เหมาก่อสร้างในเขตอำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช (อนันต์ แก้วชื่น, 2558) แต่ ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการของบริษัทให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้า สำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง ซึ่งในปัจจุบันงานก่อสร้างสมัยใหม่มีผู้ประกอบการเข้ามาใน ตลาดธุรกิจเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากการขยายตัวเพิ่มขึ้นของธุรกิจนี้ ผู้วิจัยจึงศึกษาคุณภาพ



การให้บริการของบริษัทให้เข้าเครื่องจักรรถกระเช้าสำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง และศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างที่แตกต่างจากอดีต รวมถึงศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง เพื่อนำมาวิเคราะห์กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจบริษัทให้เข้าเครื่องจักรรถกระเช้าสำหรับงานรับเหมาก่อสร้างต่อไป

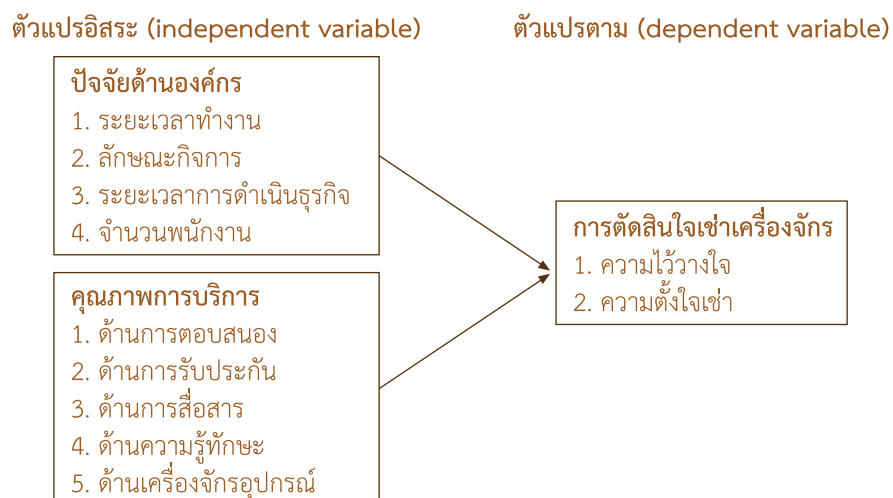
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัทให้เข้าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง
2. เพื่อเปรียบเทียบความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าเครื่องจักรรถกระเช้าจำแนกตามลักษณะองค์กร
3. เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าเครื่องจักรรถกระเช้าในจังหวัดระยอง

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะองค์กร ด้านตำแหน่งงาน ด้านระยะเวลาทำงาน ด้านลักษณะกิจการ ด้านสัญญาติขององค์กร ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และด้านจำนวนพนักงาน ที่แตกต่างกัน จะมีความไว้วางใจของลูกค้าแตกต่างกัน
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการสื่อสาร ด้านความรู้ทักษะ และด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ มีผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าเครื่องจักรผู้เช่าในจังหวัดระยอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานบริษัทที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าในเขตจังหวัดระยอง จำนวน 30 แห่ง ทั้งหมด 300 ราย สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ วิศวกร หัวหน้าโครงการก่อสร้าง เจ้าของโครงการซึ่งเป็นลูกค้าที่เคยใช้บริการเช่าเครื่องจักรรถกระเช้าสำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง และมีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม 2563

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัย		จำนวน	ร้อยละ
อายุโครงการ	ต่ำกว่า 1-2 ปี	35	11.70
	1-2 ปี	105	35.00
	3-5 ปี	82	27.30
	มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	78	26.00
	รวม	300	100.00
ลักษณะองค์กร	เจ้าของคนเดียว	25	8.30
	บริษัทมหาชนจำกัด	93	31.00
	บริษัทจำกัด (มหาชน)	117	39.00
	ห้างหุ้นส่วน	40	13.30
	รัฐวิสาหกิจ/ราชการ	25	8.30
	รวม	300	100.00
จำนวนพนักงาน	น้อยกว่า 50 คน	146	48.70
	51-200 คน	97	32.30
	201-500 คน	48	16.00
	501-2,000 คน	9	3.00
	รวม	300	100.00



ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
ระยะดำเนินการธุรกิจ 1-5 ปี	85	28.30
5-15 ปี	95	31.70
15-20 ปี	50	16.70
20-40 ปี	46	15.30
40 ปีขึ้นไป	24	8.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุของโครงการ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 มีสถานะเป็นบริษัทจำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีจำนวนพนักงานในองค์กรน้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 48.70 และมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจขององค์กร 5-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.70

ระดับคุณภาพการบริการพบว่า ด้านความรู้ทักษะอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการรับประกัน ($\bar{X} = 3.86$) ด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ ($\bar{X} = 3.75$) ด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.66$) และด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.63$)

ระดับความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าพบว่า ความตั้งใจเข้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าของผู้เช่าในจังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะองค์กรในด้านลักษณะกิจการ ด้านสัญชาติขององค์กร ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และด้านจำนวนพนักงาน ที่แตกต่างกัน จะมีความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าของลูกค้ายที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ความไว้วางใจและความตั้งใจเข้า จำแนกตามลักษณะองค์กร

	ลักษณะกิจการ	สัญชาติขององค์กร	ระยะเวลาการดำเนินงาน ดำเนินธุรกิจ	จำนวนพนักงาน
ความไว้วางใจ	10.04*	1.33	1.39	4.02*
ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม	เจ้าของคนเดียว ($\bar{X}=3.07$) บริษัทมหาชนจำกัด ($\bar{X}=3.67$) บริษัทจำกัด (มหาชน) ($\bar{X}=3.82$) ห้างหุ้นส่วน ($\bar{X}=3.72$) รัฐวิสาหกิจ/ราชการ ($\bar{X}=4.30$)			น้อยกว่า 50 คน ($\bar{X}=3.87$) 51-200 คน ($\bar{X}=3.67$) 201-500 คน ($\bar{X}=3.55$) 501-2000 คน ($\bar{X}=3.27$)
ความตั้งใจเข้า	4.20*	3.27*	1.55	4.26*
ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม	กิจการเจ้าของคนเดียว ($\bar{X}=3.63$) บริษัทมหาชนจำกัด ($\bar{X}=3.90$) บริษัทจำกัด (มหาชน) ($\bar{X}=4.00$) ห้างหุ้นส่วน ($\bar{X}=3.86$) รัฐวิสาหกิจ/ราชการ ($\bar{X}=4.39$)	ญี่ปุ่น ($\bar{X}=4.04$) สิงคโปร์ ($\bar{X}=3.85$) จีน ($\bar{X}=4.26$) เกาหลี ($\bar{X}=3.82$) ไทย ($\bar{X}=3.92$)		น้อยกว่า 50 คน ($\bar{X}=4.01$) 51-200 คน ($\bar{X}=4.02$) 201-500 คน ($\bar{X}=3.80$) 501-2000 คน ($\bar{X}=3.22$)

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่าความไว้วางใจของลูกค้าแตกต่างกันตามลักษณะขององค์กร ได้แก่ 1) ลักษณะกิจการ โดยกิจการเจ้าของคนเดียวมีความไว้วางใจโดยรวมน้อยกว่าบริษัทมหาชนจำกัด บริษัทจำกัด (มหาชน) ห้างหุ้นส่วน และรัฐวิสาหกิจ/ราชการ และ 2) ด้านจำนวนพนักงาน พบว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน จะมีความไว้วางใจโดยรวมมากกว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงาน 51 คนขึ้นไป

ส่วนปัจจัยองค์กรมีผลต่อความตั้งใจเข้า ได้แก่ 1) ด้านลักษณะกิจการ พบว่ารัฐวิสาหกิจ/ราชการจะมีความตั้งใจเข้าโดยรวมมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว บริษัทมหาชนจำกัด บริษัทจำกัด (มหาชน) และห้างหุ้นส่วน 2) ด้านสัญชาติ พบว่าบริษัทสัญชาติสิงคโปร์มีความตั้งใจเข้าโดยรวมน้อยกว่าสัญชาติจีน และ 3) ด้านจำนวนพนักงาน พบว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน จะมีความตั้งใจเข้าโดยรวมมากกว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงาน 51 คนขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการสื่อสาร ด้านความรู้ทักษะ และด้านเครื่องจักรอุปกรณ์ มีผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเข้าเครื่องจักรผู้เช่าในจังหวัดระยอง ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจเช่าของลูกค้า

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ	ด้านความไว้วางใจ		ด้านความตั้งใจเช่า	
	B	t	B	t
(constant)	0.40	1.43	0.36	1.39
ด้านการตอบสนองของพนักงานขาย	0.45	7.00*	0.07	1.20
ด้านการรับประกัน	0.03	0.45	0.33	4.86*
ด้านการสื่อสาร	0.33	4.41*	0.12	1.69
ด้านความรู้ทักษะ	0.11	1.75	0.41	6.85*
ด้านเครื่องจักรอุปกรณ์	-0.04	-0.86	-0.00	-0.01
R^2	0.49		0.51	

* $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านการตอบสนองของพนักงานขาย และด้านการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\text{ความไว้วางใจ} = 0.45 (\text{ด้านการตอบสนอง}) + 0.33 (\text{ด้านการสื่อสาร})$$

นอกจากนี้ยังพบว่าระดับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าของลูกค้า ได้แก่ ด้านการรับประกัน และด้านความรู้ทักษะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{ความตั้งใจเช่า} = 0.45 (\text{ด้านการรับประกัน}) + 0.33 (\text{ด้านความรู้ทักษะ})$$

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะองค์กรที่มาใช้บริการแตกต่างกัน ความไว้วางใจและความตั้งใจเช่าของลูกค้าย่อมแตกต่างกัน โดยที่ปัจจัยด้านองค์การของผู้เช่า ได้แก่ ลักษณะกิจการ สัญชาติขององค์กร และจำนวนพนักงาน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ กาญจนนาบุญภักดี (2554) ที่ศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องจักรของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด พบว่าผู้เช่าที่มีกิจการต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกเครื่องจักรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจ
เช่าในจังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านการรับประกัน ด้านการสื่อสาร ด้าน
ความรู้ทักษะ และด้านเครื่องจักร ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรพงษ์
เฉลิมจิรรัตน์ (2543) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการมีความไว้วางใจในด้านการตอบสนอง
ด้านการรับประกัน ด้านการสื่อสารของพนักงานขาย และด้านความรู้ทักษะ คือเข้าใจความ
ต้องการของผู้รับบริการ มีความสามารถในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ
และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมวดี สวัสดิ์เรียวกุล และชลธิศ ดาราวงษ์ (2561) ที่ศึกษา
ปัจจัยด้านการบริการที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นรภัยส่วนบุคคล พบว่าความถูกต้องของการบริการและการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานขาย ส่งผลต่อ
ความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านการตอบ
สนองของพนักงานขาย และด้านการสื่อสารของพนักงานขาย ผู้ทำธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรรถ
กระเช้าควรให้ความสำคัญกับพนักงานขาย โดยอาจจัดฝึกอบรมให้พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรรถกระเช้า เพื่อสามารถอธิบายหรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้อย่างครบถ้วน
สมบูรณ์ อธิบายเงื่อนไขของการเช่าและนำเสนอระบบความปลอดภัยและสิทธิประโยชน์
ที่ลูกค้าจะได้รับจากการเช่าได้อย่างชัดเจน และพนักงานขายควรหมั่นพบปะพูดคุยกับลูกค้า
เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อบริษัทที่ทำธุรกิจ
ให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้า การที่ลูกค้าให้ความไว้วางใจในตัวพนักงานขายจะเป็นโอกาส
สร้างยอดขายต่อไปในอนาคตได้

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความตั้งใจเช่าของลูกค้า ได้แก่ ด้านการ
รับประกัน และด้านความรู้ทักษะ ผู้ทำธุรกิจให้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้าควรมีการรับประกัน
แก่ลูกค้าในการใช้บริการเช่าเครื่องจักรรถกระเช้า เช่น มีใบรับรองความปลอดภัยที่อนุมัติ
โดยวิศวกรอาชีพ รวมถึงมีการบริการตรวจสอบสภาพเครื่องจักรก่อนส่งต่อไปยังลูกค้า และ
มีการบริการซ่อมบำรุงเครื่องจักรรถกระเช้าที่ลูกค้าใช้งานอยู่ และบริษัทควรส่งทีมช่างเข้าไป
ซ่อมเครื่องจักรรถกระเช้าอย่างรวดเร็ว ช่างซ่อมบำรุงควรมีความสามารถแก้ไขปัญหอย่าง
เหมาะสม ถูกวิธี และปลอดภัย ควรทำระบบตรวจสอบบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างสม่ำเสมอ
เพื่อลดความเสี่ยงการเกิดปัญหาในการใช้งานเครื่องจักรรถกระเช้าด้วย



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจอื่น ๆ นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างหรือศึกษาในพื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและนำไปใช้ในการตัดสินใจทำธุรกิจเช่าเครื่องจักรรถกระเช้า
2. ควรศึกษาความต้องการของผู้เช่าเครื่องจักรรถกระเช้าสำหรับงานก่อสร้างว่าในอนาคตมีความต้องการอะไรเพิ่มขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนประยุกต์และปรับปรุงการให้บริการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น
3. ควรวิเคราะห์การกำหนดราคา การทำความเข้าใจในความต้องการของผู้เช่าเพื่อหาราคาที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเช่าใช้บริการเช่าเครื่องจักรรถกระเช้า

บรรณานุกรม

- กาญจนา บุญภักดี. (2554). *รายงานการวิจัย การเลือกใช้บริการเครื่องจักรของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- จุฑาทิพย์ อัจฉริยะ. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพและปัญหาการบริหารธุรกิจงานก่อสร้างอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ชยุตพงศ์ แจ่มจันทร์วงศ์. (2552). *สมรรถนะผู้นำกับการบริหารจัดการโครงการก่อสร้างในประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ธเนศ มัทธนาลัย. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Construction-Construction-Materials/Construction-Contractors/IO/Industry-Outlook-Construction-Contractors> [2563, 1 กุมภาพันธ์].
- เมวดี สวัสดิ์เรียวกุล และชลธิศ ดาราวงษ์. (2561). ปัจจัยด้านการบริการที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นिरภัยส่วนบุคคล. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 14(4), หน้า 183-192.



- วีรพงษ์ เฉลิเมจิรรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2554). **แผนยุทธศาสตร์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พ.ศ. 2554-2559** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://oldweb.most.go.th/main/attachments/2353_plan-year2555-2559.pdf [2563, 1 กุมภาพันธ์].
- อนันต์ แก้วชื่น. (2558). **แนวทางแก้ไขความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานธุรกิจรับเหมาก่อสร้างของผู้รับเหมาก่อสร้างในเขตอำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- อนุพันธ์ ปทุมสูตร. (2558). **รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้างกรณีศึกษา หจก. เล้าจุ่นฮะก่อสร้าง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อ้อย สุข. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการงานก่อสร้างที่ยั่งยืนของผู้รับเหมาในจังหวัดตราด**. งานนิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีวิศวกรรม, คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.