

## ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ รถโดยสารประจำทางสายตะวันตก

วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย<sup>1</sup> ชาริสสา หนูเลิศ<sup>2</sup> และ วรากร ตรงศิริ<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ 1. ความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2. ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก ผู้วิจัย เก็บข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกเป็นประชากรจำนวน 400 ราย โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

#### ผลการวิจัยพบว่า

1.ความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน การศึกษา และอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก มีความแตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย ด้านที่มีความแตกต่างกันในสามลำดับแรกได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย=4.44) ด้านการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.23 ) และด้านค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.28) ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ความคาดหวัง; ความพึงพอใจ; คุณภาพการให้บริการ; รถโดยสารประจำทางสายตะวันตก

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถ. มาลัยแมน อ. เมือง จ. นครปฐม 73000, ประเทศไทย

อีเมล: mbakru1@gmail.com

<sup>2,3</sup>นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

## Expectation and Satisfaction with the Quality of the Western Bus Service

Wisit Rittiboonchai<sup>1</sup> Charisa Nuloes<sup>2</sup> and Warakon Trongsir<sup>3</sup>

### Abstract

The purpose of this research is to compare 1. To compare the expectations of passenger towards service quality of western bus by personal factors. 2. To compare the satisfaction of passenger towards service quality of western.

The researcher collected 400 passenger with convenient random sampling. The statistics used in the analysis consist of frequency, percentage, mean, standard deviation. Independent t-test and one-way analysis of variance.

The research found that:

1. The expectations of passenger towards service quality of western bus are significantly different in education and occupation. Passenger satisfaction towards service quality of western bus are significantly different in age, status, education and occupation.

2. Expectations and satisfaction of passenger towards service quality of western bus has significantly different in all aspect with the first three different which are Image (Mean = 4.44), service (Mean = 4.23 ) and Cost (Mean = 4.28) Respectively

**Keywords:** expectations; satisfaction; service quality; western bus

**Type of Article:** Research Article

<sup>1</sup>Lecturer in General Management, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University  
85 Malaiman Rd. Muang Nakhon Pathom 73000, Thailand  
E-mail: mbakru1@gmail.com

<sup>2,3</sup>general management students, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การคมนาคมการขนส่งไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ และทางอากาศล้วนแต่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้าน การจราจร ด้านการค้า ด้านการเคลื่อนย้ายผู้คน สัตว์ และสิ่งของ นิยามเรื่องการขนส่งแต่ละคนอาจมีความหมายแตกต่างกัน การขนส่งเป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องมีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน วัตถุประสงค์ที่ต่างกัน ในการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางกลับภูมิลำเนา บ้านเกิด การประกอบอาชีพ การศึกษา การอุปโภค บริโภค การลงทุนทำธุรกิจ ต่างก็มีบทบาทเพื่ออำนวยความสะดวก และมีความสำคัญต่อชีวิตเป็นอย่างมาก การคมนาคมขนส่งทางบก เป็นช่องทางการขนส่งที่นิยมใช้มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็ว ค่าบริการมีราคาถูก ประกอบกับเส้นทางการเดินทางได้มีการปรับปรุงพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องมากขึ้น

ปัจจุบันการเดินทางของประชาชนส่วนใหญ่เลือกการเดินทางโดยใช้การขนส่งโดยรถตู้โดยสารมากขึ้น เนื่องด้วยการบริการขนส่งมวลชนของรัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ส่งผลทำให้เกิดความล่าช้าในการเดินทางและเกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจ ทำให้บริการการขนส่งรถตู้โดยสารจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่วยแก้ปัญหาต่างๆ (อลิสสา วิชาสธวัช, 2558)

รถตู้โดยสารประจำทางถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน การคมนาคมและการขนส่ง ปัจจุบันธุรกิจรถตู้โดยสารประจำทางมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางทั่วในทุกๆ พื้นที่ ตามอัตราการขยายตัวของประชาชน ความเติบโตของการเดินทาง และความเจริญของการคมนาคม ทำให้ผู้โดยสารเริ่มมีความหลากหลาย มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของรถตู้โดยสารในลักษณะที่แตกต่างกันออก

ไปโดยธรรมชาติของการแข่งขันกันทางธุรกิจบริการ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร ซึ่งต้องอาศัยความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจ และความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำให้ผู้ใช้บริการ มีความประทับใจ จนเกิดความพึงพอใจ กลายเป็นความจงรักภักดี จนเกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางปัจจุบันการให้บริการรถตู้โดยสารประจำทางจะมีปัญหาในเรื่องของคุณภาพของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการเก็บค่าโดยสารเกินกว่าราคาที่กำหนด เรื่องพุดจาไม่สุภาพของพนักงานขายตั๋วกับพนักงานขับรถ เรื่องการขับรถไม่สุภาพของพนักงานขับรถ เรื่องการจอดรับส่งผู้โดยสารไม่ตรงตามป้าย และรถตู้โดยสารประจำทางบางคันมีการดัดแปลงที่นั่งสามารถรับผู้โดยสารได้มากขึ้นทำให้มีพื้นที่ที่นั่งจำกัด (มาริสสา ไกรรุ่ง, 2552)

การให้บริการรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกในจังหวัดนครปฐม ถือเป็นระบบการขนส่งที่มีความสำคัญ เพราะเส้นทางดังกล่าวผ่านสถานศึกษา แหล่งธุรกิจ สถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงสถานที่ทำงานของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น ในยุคที่มีแข่งขันที่รุนแรง การให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารจึงมีความสำคัญยิ่ง การศึกษาความคาดหวังและความพอใจของผู้โดยสารในจังหวัดนครปฐมที่ได้รับการบริการจากผู้ให้บริการรถตู้โดยสารประจำทางในด้านของการบริการต่างๆและด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงด้านพฤติกรรมบริการขับขึ้น เพื่อทราบถึงความคาดหวังและความพอใจของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารประจำทางซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัท ขนส่ง จำกัดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

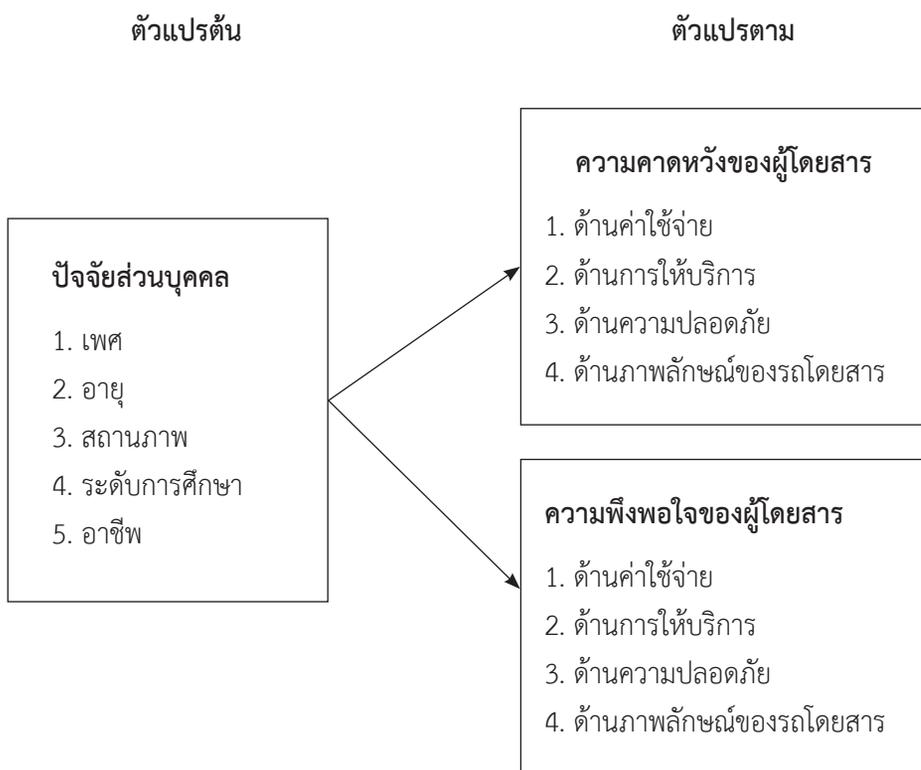
### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกเป็นประชากรจำนวน 400 ราย ในเขตพื้นที่

ท่ารถตู้โดยสารประจำทางหน้ามหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก และเลือกเก็บเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวัง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

1. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกัน
2. ความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกัน
3. ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกัน

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### ความหมายของการบริการ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ โดยส่งมอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ หรือลูกค้า เพื่อให้รับการใช้บริการนั้น โดยทันทีหรือภายใน ระยะเวลาเกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่ง เสนอให้ กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ และไม่ทำให้เกิด ความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถ ตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ ความพึงพอใจได้

การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับ อีกฝ่ายหนึ่ง โดย กระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่สามารถจับต้องได้ หรือไม่ สามารถ จับต้องได้ เพื่อ เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จน

นำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตาม ความคาดหวัง หรือ มากกว่าความคาดหวัง ลักษณะการบริการ การบริการ มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้ (Kotler & Keller, 2008)

- 1) ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า บริการไม่สามารถมองเห็น หรือ เกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ
- 2) ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการไม่ แน่นนอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร
- 3) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) กล่าวคือ การบริโภคบริการจะ เกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ดังนั้น ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้า ได้เพียงหนึ่งเดียวในเวลาใด เวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่ เพียงเท่านั้นผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ไม่สามารถให้คนอื่น ให้บริการแทนได้ เพราะต้อง ผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการ มีข้อจำกัดในเรื่อง ของเวลา
- 4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการ ไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ ถ้าความ ต้องการมี สม่าเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะ ความต้องการมีไม่แน่นอน จะทำให้ เกิดปัญหาคือ บริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ

### แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

เนื่องจากการบริการเป็นงานที่ไม่สามารถจับ ต้องได้ จึงเป็นการยากที่จะทำการประเมิน คุณภาพ ของการบริการ แต่นักวิชาการหลายๆ ท่านได้ให้คำ นิยามและแนวทางในการประเมิน คุณภาพของการ บริการไว้น่าสนใจ ดังนี้

Joewono and Kubota (2007) เสนอว่า คุณภาพการให้บริการเป็นตัววัดระดับการให้บริการที่ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้า ในการส่งมอบบริการที่ มีคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้สามารถ

แบ่งระดับความสำคัญ 2 อันดับ ดังนี้

1. ตัวของผู้รับบริการ เมื่อรับบริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการจะรู้สึกประทับใจ เพื่อจะได้กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

2. ผู้ให้บริการ ให้บริการที่มีคุณภาพ บริการด้วยความเต็มใจ ตั้งใจ ใส่ใจในการให้บริการเพื่อรักษาความจงรักภักดีของลูกค้าเดิมขององค์กร เพื่อให้กลับมาใช้บริการ และสร้างฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กับองค์กรเพื่อวัดผลการเติบโตขององค์กร ซึ่งคุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ทศนคติ ที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า บริการที่ยอดเยียมตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือหวังไว้ ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง บริการที่ลูกค้าได้รับดีกว่าที่หวังไว้ ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ ซึ่งการจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้น ควรจะคำนึงถึง

- 1) การตั้งความคาดหวังของผู้บริโภค
- 2) ครัววัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 3) พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

กนกวรรณ นาสมปอง (2555) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

## แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง (Expectancy)

ความคาดหวัง เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่ตรงกันเสมอไป การคาดหวังทำให้เกิด แรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรม

Greenberg (2011) กล่าวว่า บุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังในหลายสิ่ง หลายอย่าง ดังนั้นจึงต้องพยายามกระทำการด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่ คาดหวังไว้ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ตั้งความหวังไว้นั้น บุคคลก็จะได้รับความพึงพอใจและ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อยๆ

ความคาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการพบเห็นในสิ่งที่สวยงามดังนั้น การให้บริการที่ดีนั้นหาก ผู้ให้บริการประทับใจเมื่อแรกเห็น ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

ทฤษฎีความคาดหวังมีความหมายที่สำคัญบางประการในการจูงใจพนักงาน และลูกค้ารูปแบบดังกล่าวเป็นแนวทางในการเสริมสร้างแรงจูงใจโดยการเปลี่ยนแปลงความคาดหวังความพยายามในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลความคาดหวังจากผลการปฏิบัติงานเพื่อผลตอบแทน (Hellriegel & Slocum 2011; McShane & Von Glinow, 2011)

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบ ต่อ การรับรู้ของเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

## แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

Riadh (2012) เสนอว่า ความพึงพอใจ เป็น ภาวการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของ บุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ คาดหวังเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการ หรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาด หวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

Kotler (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็น ความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความ พึงพอใจที่เป็น ผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ ตามที่เห็น และเข้าใจกับความ คาดหวัง ดังนั้นระดับ ความพอใจจึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่าง การทำงานที่มองเห็นและ ความเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ ต่ำกว่าความคาดหวัง จะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความ ไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) แต่หากระดับของความ เห็น และเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ ตรงกับความ คาดหวังบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจ

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้า คือการ แสดงออกถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของลูกค้าจากสิ่ง ที่ได้รับ โดยตัดสินด้วยผลงานของสินค้าหรือบริการ หลังจากที่ถูกค้ำมีประสบการณ์กับสินค้าหรืองาน บริการที่ตัวเองได้รับ ซึ่งเกิดจากกระบวนการเปรียบเทียบสิ่งที่ตัวลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากงาน บริการ (Service Expectation) กับผลงานที่ถูกค้ำ กำลังได้รับอยู่หรือมีประสบการณ์จากสินค้าหรืองาน บริการนั้นไปแล้ว (Actual Service Performance) (Markovic & Raspor, 2010)

## วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 รายและหาค่าความ เชื่อมั่นจากกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จริงจำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความ พึงพอใจในต่อคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำ ทางสายตะวันตก ในช่วง 0.75-0.82 และเกี่ยวกับความ คาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำ ทางสายตะวันตกในช่วง 0.80-0.85

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่แบบอิสระ การวิเคราะห์ค่าที่แบบไม่ อิสระ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

## ผลการวิจัยสรุปผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.25) มีอายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 57.75) สถานภาพโสด (ร้อยละ 73.50) ระดับการ ศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 57.25) และมีอาชีพนักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 52.75)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการรถ โดยสายตะวันตก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถโดยสารสายตะวันตกเพื่อไปเรียน (ร้อยละ 32.00) ใช้ช่วงเวลาเช้า (ร้อยละ 54.25) ช่วงเวลาที่รอประมาณ 16-20 นาที (ร้อยละ 29.25) และความถี่ในการใช้บริการ 1-2 วัน / สัปดาห์ (ร้อยละ 64.25)

**ตาราง 1**

ความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจําแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

|              | เพศ   | อายุ  | สถานภาพ | การศึกษา | อาชีพ  |
|--------------|-------|-------|---------|----------|--------|
| ค่าใช้จ่าย   | -0.32 | 1.14  | 3.31*   | 33.66**  | 4.96** |
| การให้บริการ | -0.54 | 2.82* | 5.74**  | 31.80**  | 4.80** |
| ความปลอดภัย  | -0.72 | 0.62  | 0.89    | 21.42**  | 1.67   |
| ภาพลักษณ์    | -1.84 | 20.6  | 0.06    | 18.00**  | 1.52   |
| ภาพรวม       | -0.83 | 1.13  | 2.09    | 32.03**  | 3.30** |

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน การศึกษา และอาชีพ

**ตาราง 2**

ความพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกจําแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

|              | เพศ   | อายุ   | สถานภาพ | การศึกษา | อาชีพ   |
|--------------|-------|--------|---------|----------|---------|
| ค่าใช้จ่าย   | -0.89 | 7.88** | 7.60**  | 19.91**  | 11.82** |
| การให้บริการ | 1.00  | 6.48** | 2.89    | 16.57**  | 10.26** |
| ความปลอดภัย  | -0.72 | 1.75   | 1.29    | 4.26*    | 3.28*   |
| ภาพลักษณ์    | -1.54 | 2.88*  | 3.36*   | 9.83**   | 4.98**  |
| ภาพรวม       | -1.17 | 4.93** | 3.87*   | 14.01**  | 8.95**  |

ผลการวิจัยพบว่า ความพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ

**ตาราง 3**

เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก

|              |             | Mean | SD   | t    | sig    |
|--------------|-------------|------|------|------|--------|
| ค่าใช้จ่าย   | ความคาดหวัง | 4.28 | 0.75 | 8.86 | 0.00** |
|              | ความพอใจ    | 3.96 | 0.63 |      |        |
| การให้บริการ | ความคาดหวัง | 4.23 | 0.74 | 9.09 | 0.00** |
|              | ความพอใจ    | 3.88 | 0.69 |      |        |
| ความปลอดภัย  | ความคาดหวัง | 4.36 | 0.75 | 6.63 | 0.00** |
|              | ความพอใจ    | 4.16 | 0.66 |      |        |

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## ตาราง 3

เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก (ต่อ)

|           |             | Mean | SD   | t     | sig    |
|-----------|-------------|------|------|-------|--------|
| ภาพลักษณ์ | ความคาดหวัง | 4.44 | 0.69 | 12.25 | 0.00** |
|           | ความพอใจ    | 4.08 | 0.65 |       |        |
| ภาพรวม    | ความคาดหวัง | 4.33 | 0.66 | 10.73 | 0.00** |
|           | ความพอใจ    | 4.02 | 0.58 |       |        |

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกพบว่ามีความแตกต่างกันในสามลำดับแรกได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.44) ด้านการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) และด้านค่าใช้จ่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.28) ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการศึกษา และอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันท์ นิลพวง (2557) ที่ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสาร สถานีขนส่งสายใต้ ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อความคาดหวังในการใช้บริการรถโดยสาร สถานีขนส่งสายใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในขณะที่ความพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุรัชณี ตันเวทยานนท์ และ กุลเชษฐ มงคล (2558) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลอายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้บริการรถโดยสาร ยกเว้น ด้านเพศ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารประจำทางสายตะวันตก พบว่ามีความแตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ที่พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน มากกว่า ความพึงพอใจในทุกด้าน โดยด้านที่ได้รับความคาดหวังมากที่สุดคือด้านกายภาพ และสิ่งแวดล้อม

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

## ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. อาชีพและการศึกษา มีผลต่อความคาดหวังในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตก โดยผลการเปรียบเทียบรายคู่จะพบว่าอาชีพนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มที่การศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีความคาดหวังในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตกสูงกว่าทุกอาชีพ และที่สำคัญกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการดังนั้นผู้ประกอบการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตกจึงต้องให้ความสำคัญติดตามสอบถาม และพัฒนาคุณภาพบริการให้ตอบสนองกับกลุ่มบุคคลเหล่านี้ให้ได้มากที่สุด

2. สำหรับความพึงพอใจจะพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ หรือกล่าวได้ว่ามีเพียงปัจจัยด้านเพศเท่านั้นที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

นั้นแสดงให้เห็นว่าคุณภาพในการให้บริการของบริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตก ยังไม่สามารถตอบโจทยในหลากหลายของคนที่ต่างอายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจให้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันตกที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอาจจะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อยกระดับความพึงพอใจ โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของรถโดยสาร ซึ่งเป็นปัจจัยแรก ที่พบว่ามีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงเป็นรายด้านจะพบว่าเรื่องที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดได้แก่ภาพลักษณ์ในเรื่องยานพาหนะมีความมั่นคงแข็งแรง และปลอดภัยต่อการเดินทาง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวมุ่งเน้นในการทำวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ที่สนใจอาจต่อยอดโดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม หรืออาจพัฒนาต่อเป็นการทำวิจัยเชิงผสมวิธี (Mixed Method)
2. งานวิจัยมีข้อบกพร่องในเรื่องของการสุ่มตัวอย่างและระยะเวลาการเก็บในช่วงไตรมาสสุดท้าย ดังนั้นผู้ที่สนใจอาจพัฒนาการเก็บข้อมูลที่คำนึงถึงโอกาสทางสถิติ ประกอบกับการจัดเก็บข้อมูลกระจายตลอดทั้งปี ก็น่าจะได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). **สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ**. การค้นคว้าอิสระ. สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). **การตลาดบริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พรรณพร จันทราสากววงศ์ และบุรุษกร ไตรรัตน์. (2558). **ประเมินคุณภาพการบริการประชาชน กรณีศึกษาสำนักงานขนส่งกรุงเทพมหานคร พื้นที่ 2**. วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 6(1), 126-140.
- มาริสา ไกรงู. (2552). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศเส้นทางกรณีศึกษา สายกรุงเทพ-เพชรบุรี หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2553). **คุณภาพในงาน** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.
- สุนันท์ นิลพวง. (2557). **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้**. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 1(2), 96-109.

- สุรัชณี ต้นเวทยานนท์ และกุลเชษฐ์ มงคล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1: กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรีกรุ๊ป 76 จำกัด. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 8(1), 63-74.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 8) กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อลิสา วิภาสวัช. (2558). **การศึกษาคุณภาพการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของรถตู้โดยสาร**. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานคณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Greenberg, J. (2011). **Behavior in organizations** (10<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. W. (2011). **Organizational behavior** (13<sup>th</sup> ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Joewono, T. B., & Kubota, H. (2007). **The multigroup analysis regarding user perception of par transit service**. Paper presented at the Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies The 7<sup>th</sup> International Conference of Eastern Asia Society for Transportation Studies.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. (10<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). **Marketing Management, Global Edition** (15<sup>th</sup> ed.). United Kingdom: Pearson Education .
- Markovic, S., & Raspor, S. (2010). Customer Satisfaction and Customer Loyalty Measurement In Settings: An Empirical Analysis. **Tourism and Hospitality Management**, 2(2), 125-137
- McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2011). **Organizational behavior** (5<sup>th</sup> ed.). New York, NY; McGraw-Hill
- Riadh, L. (2012). The lodging quality index: An independent assessment of validity and dimensions. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 24(4), 628-652. [DOI: 10.1108/09596111211217914].