

องค์ประกอบเชิงยืนยันของคุณภาพการบริการรถโดยสาร
ระหว่างประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
โดยใช้ตัวแบบ P- TRANSQUAL
Confirmatory Factor of Service Quality of Public Bus Transport
between Thailand and Laos by P- TRANSQUAL Model

*Jongkolbordin Saengadsapaviriya**

*Eakkasit Santiparb***

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการ และระดับคุณภาพการบริการรถโดยสารระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยใช้ตัวแบบ P-TRANSQUAL ประชากรที่ศึกษาคือผู้โดยสารรถโดยสารของบริษัทขนส่งจำกัดเส้นทางที่ 8, 14 เชียงใหม่-หลวงพระบาง และหลวงพระบาง วิธีการวิจัยใช้วิธีการเชิงปริมาณ วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้แบบ Convenience Sampling ขนาดตัวอย่าง 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามใน 4 ประเด็นหลักคือ ลักษณะทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ ลักษณะส่วนบุคคล และด้านความสะดวกสบายในการโดยสาร และใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับสำหรับคำถามในแต่ละองค์ประกอบ ค่าทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือพบว่ามีค่า Cronbach's Alpha = 0.928 ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการอยู่ในเกณฑ์พอรับได้ในประเด็นด้านลักษณะส่วนบุคคล ส่วนในประเด็นอื่นพบว่ายังไม่เป็นที่น่าพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับองค์ประกอบเชิงยืนยันคุณภาพการบริการ เรียงตามลำดับค่าถ่วงน้ำหนัก (β_i) คือความสะดวกสบายในการโดยสาร ความเชื่อถือได้ ลักษณะทางกายภาพ และลักษณะส่วนบุคคล มีค่าเท่ากับ 0.97, 0.96, 0.77 และ 0.77 ตามลำดับ นอกจากนี้โมเดลของคุณภาพการบริการ

* Ph.D. (CEM) Assumption University. (2012), Currently a Associate Professor in General Management, Faculty of Business Administration, Maejo University.

** M.B.A. Student (Business Administration) Faculty of Business Administration, Maejo University. (2015)

มีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าดังนี้ CMIN=16.257, Df=5, P-value=0.006, CMIN/df=251, GFI=0.987, AGFI=0.944, NFI=0.982, CFI=0.987, และ RMSEA=0.075

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, หลวงพระบาง, P-TRANSQUAL, องค์ประกอบเชิงยืนยัน

Abstract

This research aims to analyze the confirmatory factor of service quality and service quality level of public bus transport between Thailand and Laos by P-TRANSQUAL model. Population of the study is 400 customers of Transport Cooperation Ltd. on route number 8,14 : Chiang Mai – Longprabang Lei – Longprabang. Quantitative research method is employed and convenience sampling is selected to collect data from the customer in the sample size. Research instrument comprises the questions in the four factors : tangible, reliability , personnel, and comfort. Likert scale is used in the five levels for measurement questions in each factor and the reliability of instrument is 0.928. The results of the study reveal that the service quality of public bus is in fair level in personnel factor but the other factors have low level at significant level 0.05. The service quality has four factors : comfort, reliability, tangible, and personnel. And the factors ' of service quality has regression weights (β_i) = 0.97, 0.96, 0.77 and 0.44 respectively. Moreover, the confirmatory factor analysis report shows that the service quality has goodness of fit to the data with CMIN=16.257, Df=5, P-value=0.006, CMIN/df= 251, GFI = 0.987, AGFI = 0.944, NFI = 0.982, CFI = 0.987, and RMSEA = 0.075.

Keywords: Service Quality, Loungprabang, P – TRANSQUAL, Confirmatory Factor

บทนำ

ประเทศไทยมีจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียนในด้านทำเลที่ตั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา และด้านการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศจึงมุ่งให้ประเทศไทย เป็นประตูสู่ภูมิภาค (Gateway To ASEAN) ของประเทศเศรษฐกิจอาเซียน โดยเลือกเส้นทาง

ที่มีพรมแดนติดกันระหว่างประเทศกับประเทศไทยเพื่อเชื่อมโยงกันให้เพิ่มมากขึ้น ตามนโยบาย การเปิดการค้าเสรี การลงทุน ระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 ประกอบกับกระทรวงต่างประเทศประเทศไทยได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เดินทางผ่านประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) ที่มุ่งอำนวยความสะดวกความสบายให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทาง ผ่านประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง เชื่อมโยงกันระหว่างประเทศ ในรูปแบบของ Package tour ตลอดจน GMS (Greater Mekong Sub region) จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ชาวไทยเดินทางจากประเทศไทยเข้าสู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้ระบบขนส่งทางบก ทางอากาศ เพิ่มมากขึ้น

ประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวหรือ สปป.ลาว มีพรมแดน ติดต่อกัน 1,810 กิโลเมตรของภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจุดผ่านชายแดน 12 จังหวัดจุดผ่านแดนถาวรจำนวน 15 จุด (Department of Economic Relations and Economic Cooperation, Department of Foreign Trade, Ministry of Foreign Affairs, Kingdom of Thailand. (2015): On line) รายงานสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ สปป.ลาว ทางบกและทางอากาศ ของ The tourism Development Department Lao PDR ในปี พ.ศ. 2556 มีค่าเท่ากับ 88.85% และ 11.15% ตามลำดับ เมื่อพิจารณาการเดินทางทางบก พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุดคิดเป็น 64.56% รองลงมาคือ เวียดนาม จีน และกัมพูชา คิดเป็น 18.38% , 5.40% และ 0.50% ตามลำดับ (The Tourism Development Lao PDR, 2013, 13) สำหรับเมืองที่น่าท่องเที่ยวเดินทางไปคือ เวียงจันทน์ หลวงพระบาง สำหรับหลวงพระบาง จะมีนักท่องเที่ยวของประเทศไทยเดินทางเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 2553 – 2556 คิดเป็น 9.51%, 18.79%, 21.30% และ 17.55% เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอาเซียน ที่เดินทางมา กลุ่มประเทศอาเซียน (The Tourism Development Department Lao PDR, 2013, 16)

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2555 บริษัทขนส่ง จำกัด จึงได้สนองนโยบายการจัดการท่องเที่ยว ในกลุ่มประเทศอาเซียนให้มีการเชื่อมโยงกัน โดยมีประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางในการ เดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยการเปิดเส้นทางเดินทางเดินรถไป สปป.ลาว 3 เส้นทาง คือ เชียงใหม่ – เชียงราย – หลวงพระบาง, อุดรธานี – หอนงคาย – วังเวียง กรุงเทพฯ ถึงเวียงจันทน์ สำหรับเส้นทาง เชียงใหม่ – เชียงราย – หลวงพระบาง เป็นเส้นทางสายที่ 8 ของบริษัท ขส. จำกัด ที่เปิดให้บริการประชาชนและนักท่องเที่ยว ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม 2555 เปิดให้บริการ 2 ครั้งต่อสัปดาห์โดยวิ่งจะสลับกับรถโดยสารของ สปป.ลาว และในปี

พ.ศ. 2556 บขส. ได้เปิดเส้นทางไปหลวงพระบางเพิ่มขึ้นอีกคือเส้นทางสายที่ 14 เลข-แขวงไซบุรี – หลวงพระบาง เปิดให้บริการทุกวันโดยวิ่งสลับกับรถโดยสารของ สปป.ลาว จากการประมาณจำนวนผู้โดยสารทั้ง 2 เส้นทางคือเส้นทางที่ 8 และ 14 จะมีผู้โดยสารโดยเฉลี่ยปีละ 20,000 คน โดยประมาณตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556- 2558 ซึ่งสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนหลวงพระบางในช่วง พ.ศ. 2553-2556 พบว่า ที่เดินทางมาจากประเทศไทยมีจำนวนสูงสุด ปีละ 20,000 – 50,000 คน หรือคิดเป็น 80% ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนตามตารางที่ 1 ซึ่งการเดินทางมีทั้งการใช้ระบบเส้นทางบกและทางอากาศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการขนส่งทางบกเป็นหลัก ดังนั้นเส้นทางเดินรถที่บริษัทขนส่ง จำกัด ได้เปิดไปหลวงพระบางทั้งสองเส้นทางซึ่งเป็นเส้นทางส่งเสริมการท่องเที่ยว การค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศลาว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในแผนการตลาดท่องเที่ยว Six Countries One Destination โดยมี Agency for Coordinating Mekong Tourism Activities (AMTA) โดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานประสานงาน หลักด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศในรูปแบบ Package tour รวมทั้งการนำ GMS VISA เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจากนอก (Department of Economic Relations and Economic Cooperation, Department of Foreign Trade, Ministry of Foreign Affairs, Kingdom of Thailand. (2005) :online)

จากการศึกษาวิจัยโครงการการระบบ โลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเห็นว่ามีคามพึงพอใจในการต่อระบบขนส่งสาธารณะของประเทศไทย เรียงลำดับได้ดังนี้ รถไฟ เครื่องบิน รถโดยสาร เรือ และรถตู้ ซึ่งจะพบว่าระหว่างโดยสารสาธารณะเป็นลำดับที่ 3 แต่อย่างไรระบบการขนส่งทางบก เป็นระบบขนส่งที่มีโครงข่ายที่มากที่สุด และมีการเชื่อมต่อไปประเทศในกลุ่มภูมิภาคลุ่มน้ำโขงได้สะดวก (Suttumnwong, N. and Group, 2013) นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะในประเทศไทย โดยศึกษาจากความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะของ บริษัทขนส่ง จำกัด ในเส้นทางทางตะวันออกเฉียงเหนือด้วยโมเดลแบบผสม ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพของส่วนประสมทางการตลาดบริการคุณภาพการบริการโดยสารสาธารณะของ บริษัทขนส่ง จำกัด อยู่ในระดับมากและมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ (Wongsupaluk, N., 2013) ในต่างประเทศเช่น ประเทศไต้หวัน ได้มีการศึกษาวิจัยได้ทำการศึกษาสมการ โครงสร้างเพื่อวัดความจงรักภักดีของผู้โดยสาร (Passenger loyalty)

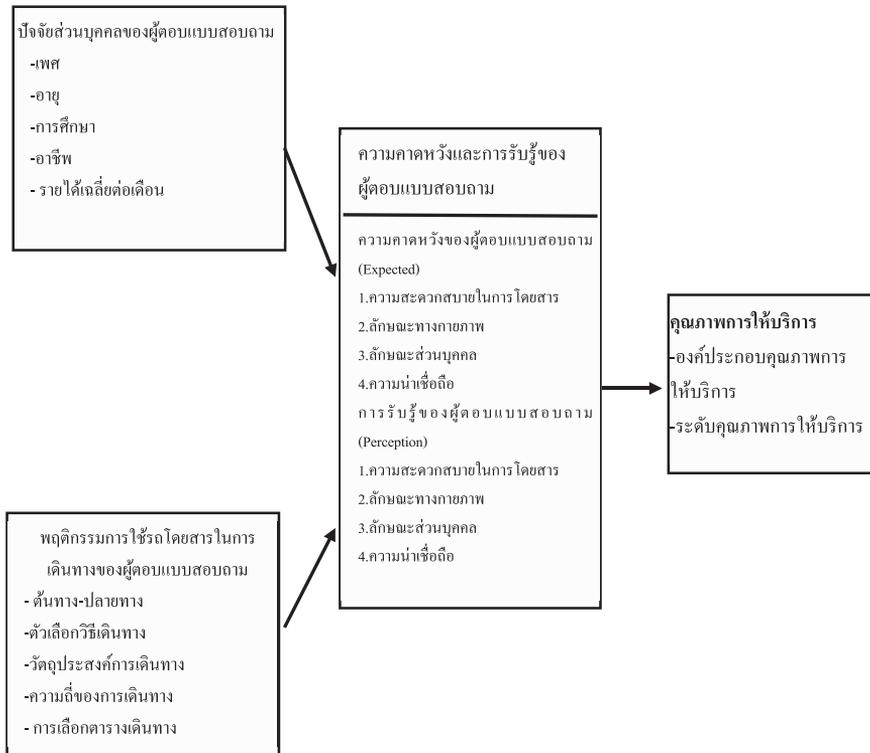
ต่อระบบการให้บริการขนส่งระหว่างเมือง (Intercity Bus Service) ระหว่างเมือง Taipei และ Kaohsiung อยู่ห่าง 350 กิโลเมตร ซึ่งอยู่ทางตะวันตกของประเทศไต้หวัน ในช่วงเดือน สิงหาคม 2546 พบว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปรับเปลี่ยนและคุณค่าของการบริการ (Service Value) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ยังพบว่า ความพึงพอใจและคุณค่าการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีคือธิยานัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกัน (C. H. Wen, L. W. Lan และ H. L. Cheng, 2005) สำหรับประเทศอินโดนีเซีย ได้มีการวิจัยและพัฒนาตัวแบบคุณภาพการบริการสำนักงานรถขนส่งสาธารณะที่เรียกว่า P-TRANSQUAL โดย พัฒนาจากตัวแบบ SERVQUAL มีประเด็นพิจารณาอยู่ 4 ด้าน คือ ความสะดวกสบายในการโดยสาร (Comfort) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) ลักษณะส่วนบุคคล (Personnel) และ ความน่าเชื่อถือ (Personnel) โดยที่การทดลองกับรถขนส่งสาธารณะในประเทศอินโดนีเซีย ผลการทดลองพบว่า ตัวแบบ P-TRANSQUAL มีองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านข้างต้นมีความเที่ยง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ดีอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยวิธีการทางวิเคราะห์ปัจจัยและสมการ โครงสร้าง Mahatma, et al. (2015)

ในภาพรวมจะพบว่าคุณภาพการบริการเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรจึงเป็นประเด็นสำคัญที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการศึกษาค้นคว้าคุณภาพการบริการโดยสารสาธารณะระหว่างประเทศระหว่าง ประเทศไทย กับ สปป.ลาว หลวงพระบางในเส้นทาง ที่ 8 เชียงใหม่ – เชียงราย – หลวงพระบาง และ เส้นทางที่ 14 เลข – แวงไชยบุรี – หลวงพระบาง โดยใช้ ตัวแบบ P-TRANSQUAL เป็นแนวทางการศึกษา เนื่องจากเปิดให้บริการ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึงปัจจุบัน ฯลฯ มีผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 20,000 คน มูลค่าทางการตลาดไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท ให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและตอบสนองความต้องการขยายทั้งสองประเทศและตามแผนพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวที่ทำให้สองประเทศร่วมกัน รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอเพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงานต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาค้นคว้าการให้บริการของรถโดยสารระหว่างประเทศไทย - เมืองหลวงพระบาง สปป. ลาว (เชียงใหม่ – หลวงพระบาง, เลข – หลวงพระบาง)
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันของคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารระหว่างประเทศไทย - เมืองหลวงพระบาง สปป. ลาว (เชียงใหม่ – หลวงพระบาง, เลข – หลวงพระบาง)

กรอบแนวคิด

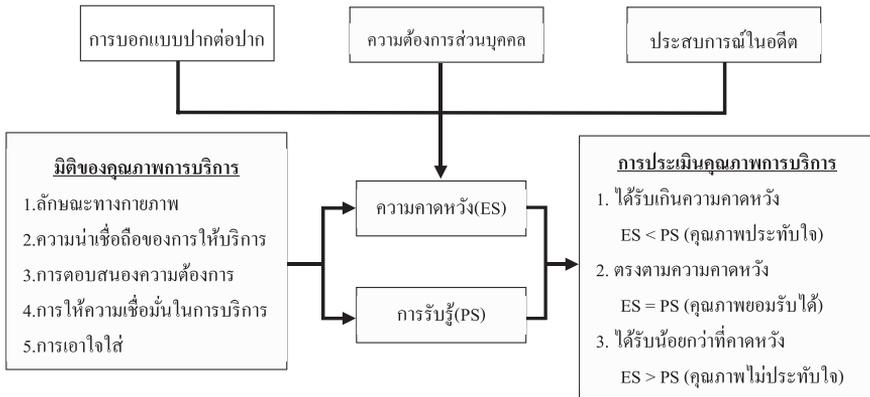


ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบของคุณภาพการบริการ (Service Quality Concept) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการประเมินหาช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ โดยมีองค์ประกอบหลัก 5 ด้านคือ (1) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) (2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) (3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) (4) การให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) และ 5.การเอาใจใส่ (Empathy) โดยผ่านกระบวนการความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เกิดจาก การบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Need)

และประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) โดยจำแนกความเห็นเป็นความคาดหวัง (Expected Service) และการรับรู้ (Perceived Service) ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน แล้วประเมินช่องว่าง (Gap) ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้อธิบายดังรูปที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงการรับรู้คุณภาพการบริการ (Perceived Serviced Quality)

ที่มา: Parasuraman, A., Zeithama, V. A., & Berry, L. L. (1985: 46)

จากภาพที่ 2 แสดงการรับรู้คุณภาพการบริการ มีผลที่เกิดขึ้น 3 ประเภทคือ

1. ได้รับเกินความคาดหวัง $ES < PS$ หรือ $(PS - ES) > 0$ หมายถึง คุณภาพการบริการประทับใจ
2. ได้รับตามความคาดหวัง $ES = PS$ หรือ $(PS - ES) = 0$ หมายถึง คุณภาพการบริการยอมรับได้
3. ได้รับน้อยกว่าความคาดหวัง $ES > PS$ หรือ $(PS - ES) < 0$ หมายถึง คุณภาพการบริการไม่ประทับใจ

งานวิจัยด้านคุณภาพการบริการของรถโดยสารสาธารณะที่ดำเนินการศึกษาถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ มีดังนี้

Wongsupaluk, N. (2013) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับคุณภาพการบริการรถโดยสารสาธารณะด้วยโมเดลผสมของบริษัทขนส่ง จำกัด ในเส้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยใช้ตัวแบบ SERVQUAL พบว่ามีมิติคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับดีมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ความไว้วางใจในการบริการ (Reliability)

(Mean = 3.69, SD = 0.13) ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) (Mean = 3.60, SD=0.53) ความชัดเจนในการบริการ (Tangible) (Mean=3.56, SD=0.64) และการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) (Mean = 3.53,SD = 0.68) สำหรับองค์ประกอบเชิงยืนยันของคุณภาพการบริการพบว่าตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ(β_i) มากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) ($\beta_i = 0.873$) การรู้และเข้าใจลูกค้า (Empathy) ($\beta_i = 0.87$) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ($\beta_i = 0.83$) ความไว้วางใจในการบริการ (Reliability)($\beta_i=0.80$) และความชัดเจนในการบริการ (Tangible)($\beta_i=0.78$) ตามลำดับ

Sreedhar, R., & Babu, K.Nagenra (2012) ได้ศึกษาถึงคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้โดยสารโดยใช้ตัวแบบ SERVQUAL ทำศึกษาระบบรถโดยสารสาธารณะที่เมือง Karnataka โดยใช้ข้อมูลผู้ใช้รถโดยสารจำนวน 250 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร เรียงลำดับได้ดังนี้ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ($\beta_i=0.424$) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ($\beta_i=0.333$) ความไว้วางใจในการบริการ (Reliability)($\beta_i=0.154$) ความชัดเจนในการบริการ (Convenience) ($\beta_i=0.014$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Suttumnuwong, N. and Group. (2013) ทำการศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ตัวแบบ Service Quality Gap Model หรือ 5 Gaps Model เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการประเมินระบบขนส่งสาธารณะโดยผู้ตัวอย่างใน 4 จังหวัดหลักของประเทศคือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี(พัทยา) สุราษฎร์ธานี(สมุย) รวม 1,200 คน พบว่าระบบขนส่งสาธารณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจเรียงลำดับจากอันดับ 1 ถึง 5 คือ รถไฟ เครื่องบิน รถโดยสาร เรือ และรถตู้รถโดยสารถูกเลือกเป็นอันดับ 3 โดยเมื่อทำการศึกษาคูณภาพการบริการรถโดยสารในส่วนของผู้บริการมีความเข้าใจต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ในเกณฑ์สูงมาก แต่ในส่วนของความสอดคล้องระเบียบมาตรฐานการบริการและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับได้คะแนนน้อยอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง สำหรับคุณภาพการบริการของรถโดยสารในส่วนของพนักงานบริการ ความสามารถของพนักงานอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีเท่านั้น โดยพนักงานมีความเข้าใจในมาตรฐานของหน่วยงาน แต่ขาดแรงจูงใจในการทำงาน และความเหมาะสมของตำแหน่งงานกับความสามารถยังไม่สอดคล้องกันเท่าที่ควร

2. แนวคิดคุณภาพให้บริการระบบขนส่งที่สาธารณะทางบก P-TRANSOVAL

แนวคิดคุณภาพบริการ (Service Quality) SERVQUAL เป็นแนวคิดที่นักวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการใช้อย่างกว้างขวาง โดยมีอาศัยประกอบหลักอยู่ 5 ด้าน ประกอบด้วย ลักษณะทางการภาพ (Tangible) ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความเชื่อมั่นในการบริการ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) (Parasuraman et al, 1985) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาหลักแนวคิด SERVQUAL เป็นแนวคิดที่ประยุกต์ใช้การกับหลายศาสตร์ แต่พบว่ากรอบแบบการวัดคุณภาพในงานเฉพาะด้าน ผู้วิจัยต้องมีความเข้าใจในการสร้างแบบประยุกต์ วิธีการพรรณนาเชิงคุณภาพของประเด็นที่จะต้องเข้าไปศึกษา (LeBlanc and Nguyer, 1997 อ้างใน Mahatma, et al., 2015, p. 535) ดังนั้นการใช้ SERVQUAL ในการศึกษาเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการศึกษาคุณภาพการบริการ และสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาเฉพาะด้านที่จำเป็นได้ (Parasuraman et al, 1993 อ้างใน Mahatma, et al, 2015, p. 536)

Mahatma, et al. (2015) ได้เสนอตัวแบบการวัดคุณภาพการบริการของระบบขนส่งสาธารณะทางบก P-TRANSQUAL โดยใช้แนวทางจาก ตัวแบบ SERVQUAL ปรับเพิ่มเติมในบริบทที่เกี่ยวข้องเฉพาะด้านที่ต้องการศึกษา โดยใช้ข้อมูลของผู้โดยสารจำนวน 880 คน มีตัวแปรย่อยจำนวน 23 ตัวแปร พัฒนาให้ได้ตัวแบบที่เสถียร ด้วยวิธีการ Factor Analysis และ Structural Equation Model ตัวแปรทั้ง 4 ปัจจัย ผลการศึกษา พบว่า P-TRANSQUAL เป็นตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการบริการโดยสาธารณะเมืองประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักดังนี้คือ

1. ความสะดวกสบายในการโดยสาร (Comfort) เป็นการศึกษาทั้งประสิทธิภาพของการทำงานระบบขนส่งสาธารณะ ในการให้บริการที่สะดวกสบายและสภาพความปลอดภัยให้กับผู้โดยสาร

2. ลักษณะทางการกายภาพ (Tangible) เป็นการศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของระบบขนส่งลักษณะในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกายภาพที่สามารถรับรู้และสัมผัสได้

3. ลักษณะส่วนบุคคล (Personnel) เป็นการศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของระบบขนส่งสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรที่ให้บริการและผู้โดยสารรวมทั้งมารยาทความเต็มใจที่จะช่วยและเข้าใจในความต้องการของผู้โดยสาร

4. ความเชื่อถือ (Reliability) เป็นการศึกษาถึงวิธีการที่สร้างความเชื่อถือของผู้โดยสารการให้บริการขนส่งสาธารณะในการส่งผู้โดยสารไปยังจุดหมายปลายทางโดยปลอดภัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

(1) ขอบเขตการศึกษา

- ขอบเขตเชิงพื้นที่ ศึกษาเส้นทางเดินรถ 2 เส้นทางคือ
เส้นทาง เชียงใหม่-เชียงใหม่-หลวงพระบาง
เส้นทาง เลย-แขวงไซยะบุรี-หลวงพระบาง

- ขอบเขตเนื้อหา ใช้ตัวแบบ P-TRANSQUAL เป็นตัวแบบในการศึกษาคุณภาพในการให้บริการ 4 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านลักษณะส่วนบุคคล และด้านความสะดวกสบายในการโดยสาร

(2) ประชากรและตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้โดยสารระหว่างประเทศไทยและ สปป.ลาว หลวงพระบาง โดยพิจารณาเก็บข้อมูลในบริเวณ สถานีขนส่งผู้โดยสาร บริเวณตลาดสด และพื้นที่สาธารณะของทั้ง 2 ประเทศที่นักท่องเที่ยวที่โดยสารพัก โดยเก็บข้อมูลเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558 – มกราคม พ.ศ. 2559 โดยพิจารณาจากสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปหลวงพระบาง ในปี 2556 จำนวน 342,537 คน (The Tourism Development Department Lao PDR) กำหนดขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 400 ราย และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เส้นทางละ 200 ราย

(3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 เส้นทางคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตามแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทาง ประกอบด้วย เส้นทางการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ส่วนที่ 3 แบบวัด ความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการโดยสาร ใน 4 ประเด็นตามตั้งแต่ P – TRANSQUAL

ประกอบด้วยศึกษาจำนวน 23 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนนจัดเป็นช่วง

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการวัดคุณภาพการบริการ ดำเนินการพิจารณาจากค่า P, E, Q

P = คะแนนการรับรู้การให้บริการต่อคุณภาพการบริการรถโดยสาร

E = คะแนนความคาดหวังการให้บริการต่อคุณภาพการบริการรถโดยสาร

Q = คะแนนคุณภาพการให้บริการ

$P - E > 0$ หมายถึง คุณภาพบริการที่ดี เป็นที่พอใจ

$P - E < 0$ หมายถึง คุณภาพบริการที่ไม่ดี ไม่เป็นที่พอใจ

$P - E = 0$ หมายถึง คุณภาพบริการที่พอเพียง ยอมรับได้

(Pasasuraman A., Zeithaml, V.A., & Berry L'L, 1988 อ้างในครุฑจิต ษพรไพบุลย์)

ความเชื่อถือทางเครื่องมือ ในการวิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Reliability) โดยทำ Pilot Survey จำนวน 34 ชุด ได้ผล การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ด้วยสูตร Cronbach' Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.928 รายละเอียดในแต่ละด้านตามตารางที่ 2 ซึ่งค่าที่คำนวณได้มีค่าสูงแสดงถึงความสอดคล้องกันภายในคำถามมีค่าสูง (Vanichbuncha, K., 2012)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ สถิติเชิงอนุมาน เพื่อวัดระดับคุณภาพการบริการ

2. วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อดำเนินการหาองค์ประกอบ จัดหากลุ่มขององค์ประกอบ โดยวิธี Exploratory Factor Analysis (EFA) และองค์ประกอบ การยืนยัน โดยใช้ Confirmatory Factor Analysis (CFA) เพื่อหาโมเดลและความสอดคล้อง ค่าโมเดล เพื่อหาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการ และองค์ประกอบเชิงยืนยันของ คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารระหว่างประเทศไทย - เมืองหลวงพระบาง สปป. ลาว (เชียงใหม่ – หลวงพระบาง, เลข – หลวงพระบาง) มีผลการศึกษารูปประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นคือ

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ โดยสารระหว่างประเทศ เป็นเพศชาย

206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 เพศหญิง 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 อายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 อยู่ช่วง ต่ำกว่า 25 ปี 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 อยู่ช่วง 36-45 ปี 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อยู่ช่วง 46-55 ปี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

- อาชีพ เป็นพนักงานเอกชน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 เจ้าของกิจการ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 นักเรียน/นักศึกษา 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และอื่นๆ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

- รายได้ อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 อยู่ช่วง มากกว่า 40,001 บาท 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อยู่ช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อยู่ช่วง 30,001-40,000 บาท 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และอยู่ช่วง 10,001-20,000 บาท 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75

- สัญชาติ เป็นคนไทย 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 เป็นคนลาว 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 เป็นคนยุโรป 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 เป็นคนเอเชีย (ไม่รวม ไทย-ลาว) 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 แอฟริกา/ตะวันออกกลาง 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 (รายละเอียดปรากฏตารางที่ 3)

1.2 พฤติกรรมการใช้รถโดยสาร ความถี่ในการเดินทาง เดินทางนานๆ ครั้ง 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 เดินทางเป็นประจำทุกเดือน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเดินทางเป็นประจำทุกสัปดาห์ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

- วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ท่องเที่ยว 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 ทำงาน/ทำธุรกิจ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และการศึกษา 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

- วิธีการเดินทาง เดินทางทั้งขาไปและจากกลับ 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 เฉพาะจากกลับ 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และเฉพาะขาไป 65 คน คิดเป็น 16.25

- สถานที่ซื้อตั๋วรถโดยสาร สถานีขนส่ง 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ตัวแทน/สำนักงานบริการ 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และอินเทอร์เน็ต 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 (รายละเอียดปรากฏตารางที่ 4)

2. คุณภาพการให้บริการ โดยพิจารณาจากความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้ใช้บริการ

2.1 ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของการรับรู้ และความคาดหวังจำแนกตามปัจจัย 4 ด้าน พบว่าการรับรู้ของผู้โดยสาร ในประเด็นลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ประเด็น ความสะดวกสบายในการโดยสาร ลักษณะส่วนบุคคล และความเชื่อถือ มีค่าอยู่ในระดับสูง เรียงตามลำดับ ความคาดหวังของผู้โดยสารในประเด็น ทั้ง 4 ประเด็นมีค่าอยู่ในระดับสูงทั้งหมด (รายละเอียดปรากฏตารางที่ 5)

2.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการ โดยคำนวณหาผลต่างระหว่าง การรับรู้และความคาดหวัง พบว่า คุณภาพการบริการอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ในประเด็น ลักษณะส่วนบุคคล ส่วนประเด็น ความเชื่อถือ ลักษณะทางกายภาพ และความสะดวกสบาย ในการโดยสารอยู่ในระดับไม่เป็นที่พอใจ และเมื่อทำการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยวิธี Pair-t-test พบว่า คุณภาพการบริการ อยู่ในเกณฑ์บริการ ยอมรับได้คือ ลักษณะส่วนบุคคล สำหรับลักษณะอื่นอยู่ในเกณฑ์การบริการไม่เป็นที่พอใจที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (รายละเอียด ตามตารางที่ 6)

3. องค์ประกอบเชิงของคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารฯ มีผลการดำเนินการศึกษา ตามขั้นตอนตามลำดับ ตั้งแต่ การวิเคราะห์เชิงสำรวจ (EFA) และการพิจารณา ความกลมกลืนในภาพรวม (Overall Fit) และ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) มีผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

(1) พบว่าค่า KMO = 0.749 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 และค่า Bartlett test มีค่าเท่ากับ 7799.544 df = 253 sig = 0.000 แสดงว่าข้อมูลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าตัวแปรชุดที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ องค์ประกอบ (Tirakanan, S., 2010)

(2) ค่าองค์ประกอบจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่ม แยกตามคุณภาพการบริการได้ 4 ด้านคือ ลักษณะส่วนบุคคล (Personal) เป็นองค์ประกอบ กลุ่มที่ 1 Eigenvalue 8.2 ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) เป็นองค์ประกอบ กลุ่มที่ 2 Eigenvalue 3.799 ความเชื่อถือ (Reliability) เป็นองค์ประกอบ กลุ่มที่ 3, 5 Eigenvalue 1.553 และ 1.24 ความสะดวกสบาย (Comfort) เป็นองค์ประกอบ กลุ่มที่ 4, 6 Eigenvalue 1.50 และ 1.037

โดยมีค่าความแปรปรวนที่ใช้อธิบายเหตุผลที่เกิดขึ้นเท่ากับ 75.50 % รายละเอียด ตามตารางที่ 7 และค่าความกลมกลืนในภาพรวม (Overall Fit) ของคุณภาพการบริการ พบว่าค่า CMIN = 15.391, DF = 4 P-Value = 0.004, CMIN/DF = 3.848, GFI = 0.987 AGFI = 0.934, NFI = 0.983 , RMSEA = 0.084 รายละเอียดตามภาพที่ 3

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า

(1) ค่าน้ำหนักปัจจัย Standardized Regression (β) ที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ เรียงลำดับจากมากไปน้อย มีศัพท์คือ ความสะดวกสบาย (Comfort) ความเชื่อถือ (Reliability) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) และ ลักษณะส่วนบุคคล (Personal)

มีค่าเท่ากับ 0.97, 0.96, 0.77, 0.44 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดตามตารางที่ 8

(2) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของตัวแปรแฝง ความสะดวกสบาย (Comfort) พบว่ามี 2 องค์ประกอบย่อยคือ พนักงานมีความชำนาญ (COMF_1) สภาพรถโดยสารความสะดวกสบายและความปลอดภัย (COMF_2) สามารถอธิบายองค์ประกอบความสะดวกสบายได้ถึง 95% ($R^2 = 0.95$) โดยทั้งสององค์ประกอบมีค่าของ $\beta_i = 0.76$ และ $\beta_i = 0.73$ ตามลำดับ

(3) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบตัวแปรแฝง ความเชื่อถือ (Reliability) พบว่ามี 2 องค์ประกอบ คือ การออกรถโดยสารตรงเวลาและถึงที่หมายตรงตามที่กำหนด (RELIA2) ความถี่ของรถโดยสารและระยะเวลาเดินทางที่เหมาะสม (RELIA1) สามารถอธิบายองค์ประกอบความเชื่อถือได้ถึง 93% ($R^2 = 0.93$) โดยทั้งสององค์ประกอบมีค่า $\beta_i = 0.63$ และ 0.68 ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 9

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียนที่เดินทางไป หลวงพระบาง

กลุ่มประเทศอาเซียน	2553		2554		2555		2556	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไทย	22,603	71.50	44,565	80.00	50,636	79.80	71,725	79.70
เวียดนาม	3,288	10.40	3,836	6.90	2,976	4.70	2,989	5.70
มาเลเซีย	3,291	10.40	3,695	6.60	1,646	2.60	2,153	4.10
ฟิลิปปินส์	273	0.90	504	0.90	913	1.44	1,087	2.07
อินโดนีเซีย	381	1.20	650	1.16	608	0.96	484	0.92
กัมพูชา	269	0.85	476	0.85	532	0.84	377	0.71
บรูไน	254	0.80	304	0.54	584	0.92	303	0.58
พม่า	203	0.58	305	0.54	372	0.54	412	0.80
สิงคโปร์	1,067	3.37	1,418	2.50	5,205	8.20	2,843	5.42
รวม	31,629	100	55,844	100	63,472	100	52,371	100

ที่มา : Tourism Development Department, 2013

ตารางที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นของคำถาม

คำถาม	จำนวนข้อ (ตัวแปร)	Alpha Coefficient
ความคาดหวังของผู้โดยสาร	23	0.947
ลักษณะทางกายภาพ	6	0.857
ด้านความเชื่อมั่น	4	0.823
ลักษณะส่วนบุคคล	6	0.912
ด้านความสะดวกสบายในการโดยสาร	7	0.907
การเรียนรู้ของผู้โดยสาร	23	0.928
ลักษณะทางกายภาพ	6	0.844
ด้านความน่าเชื่อถือ	4	0.752
ลักษณะส่วนบุคคล	6	0.932
ความสะดวกสบายในการโดยสาร	7	0.915

ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

n=400

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	206	51.50
หญิง	194	48.50
ชาย		
ต่ำกว่า 25 ปี	113	28.25
25-35 ปี	163	40.75
36-45 ปี	66	16.50
46-55 ปี	34	8.50
56 ปี ขึ้นไป	24	6.0
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	41	10.25
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	10.25
พนักงาน/บริษัทเอกชน	184	46.00
เจ้าของกิจการ	120	30.00
อื่นๆ	14	3.50

ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

n=400

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	70	17.50
10,001-20,000	63	15.75
20,001-30,000	116	29.00
30,001-40,000	65	16.25
มากกว่า 40,001	86	21.50
สัญชาติ		
ไทย	322	80.50
ลาว	31	7.75
เอเชีย(ไม่รวม ไทย-ลาว)	15	3.75
ยุโรป	19	4.75
อเมริกา	4	1.00
แอฟริกา/ตะวันออกกลาง	9	2.25

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้รถโดยสาร

พฤติกรรมการใช้รถโดยสาร	ความถี่	ร้อยละ
ความถี่		
เดินทางเป็นประจำทุกสัปดาห์	2	0.50
เดินทางเป็นประจำทุกเดือน	50	12.50
เดินทางนานๆ ครั้ง	348	87.00
วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
ท่องเที่ยว	322	80.50
ทำงาน/ทำธุรกิจ	75	18.75
การศึกษา	3	0.75
วิธีเดินทาง		
เฉพาะขาไป	65	16.25
เฉพาะขากลับ	115	28.75
ทั้งขาไป และขากลับ	220	55.00
สถานที่ซื้อตั๋วรถโดยสาร		
สถานีขนส่ง	242	60.50
ตัวแทน/สำนักงานบริการ	135	33.75
อินเทอร์เน็ต	23	5.75

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการรับรู้ และความคาดหวัง

ประเด็น	การรับรู้		ความหมาย	ความคาดหวัง		ความหมาย
	Mean	SD		Mean	SD	
ลักษณะทางกายภาพ	3.311	0.587	ปานกลาง	3.877	0.622	สูง
ความเชื่อถือ	2.948	0.644	สูง	3.638	0.974	สูง
ลักษณะส่วนบุคคล	3.715	0.512	สูง	3.742	0.679	สูง
ความสะดวกสบายในการโดยสาร	3.690	0.605	สูง	3.934	0.724	สูง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย คุณภาพบริการ, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Pair-T-Test

	คุณภาพการบริการ		ความหมาย	Pair t-test	SIG	ผลการศึกษา
	Mean	SD				
ลักษณะทางกายภาพ	-0.566	0.856	ไม่เป็นที่พอใจ	-13.228	0.000*	คุณภาพการบริการไม่ดี
ความเชื่อถือ	-0.689	0.851	ไม่เป็นที่พอใจ	-16.187	0.000*	คุณภาพการบริการไม่ดี
ลักษณะส่วนบุคคล	-0.027	0.665	ยอมรับได้	-0.839	0.402	คุณภาพการบริการพอใช้
ความสะดวกสบายในการโดยสาร	-0.244	0.687	ไม่เป็นที่พอใจ	-7.105	0.000*	คุณภาพการบริการไม่ดี

* : ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 7 วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis : EFA)

Factor	Item	Loading Factor	Component	Eigen Value	Variance (%)	Cumulative Variance (%)
ลักษณะส่วนบุคคล (Personal) : PERSON_SUM	Q11	0.886	1	8.243	35.84	38.84
	Q12	0.850				
	Q14	0.885				
	Q15	0.756				
	Q16	0.642				
	Q13	0.536				
ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) : TANG_SUM	Q4	0.856	2	3.799	16.519	52.35
	Q3	0.812				
	Q5	0.714				
	Q1	0.703				
	Q6	0.543				
	Q2	0.538				
ความเชื่อถือ (Reliability) RELIA 1 : ความถี่ของรถโดยสาร และ ระยะเวลาเดินทางที่เหมาะสม	Q9	0.757	3	1.553	6.751	59.11
	Q10	0.757				
	RELIA 2 : การออกรถโดยสารตรงเวลา และ สิ่งอำนวยความสะดวก	Q7	0.834	5	1.244	5.410
	Q8	0.709				
	Q23	0.362				

ตารางที่ 7 วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis : EFA) (ต่อ)

Factor	Item	Loading Factor	Component	Eigen Value	Variance (%)	Cumulative Variance (%)
ความสะดวกสบาย (Comfort)						
COMF_1 พนักงานมีความชำนาญ						
	Q22	0.585	6	1.037	6.523	71.04
	Q21	0.311				
COMF_2 สภาพรถโดยสาร ความสะดวกสบายและความปลอดภัย						
	Q19	0.804	4	1.50	4.510	75.50
	Q18	0.724				
	Q17	0.573				
	Q20	0.510				
Kaiser-Meyer Olkin = 0.749,						
Bastlett's Test of Splicity Approx. Chi-Squa = 7799.544 , df= 253, Sig = 0.000						

ตารางที่ 8 แสดงน้ำหนักปัจจัย b_i , B_i ของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน

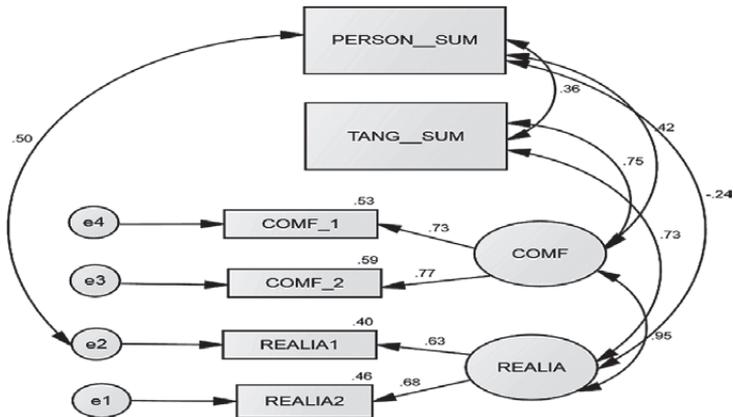
	Estimate(b_i)	S.E	C.R	P-value	B_i
ลักษณะส่วนบุคคล (PERSON_SUM)	1.00				0.44
ลักษณะทางกายภาพ (TANG_SUM)	2.243	0.280	8.03	***	0.77
ความสะดวกสบาย (COMF)	2.359	0.301	7.84	***	0.97
ความเชื่อถือ (RELIA)	2.404	0.301	6.032	***	0.96

* : ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 9 แสดงน้ำหนักปัจจัย b_i , B_i ของ ตัวแปรแฝง ความสะดวกสบาย และ ความเชื่อถือ

	Estimate(b_i)	S.E	C.R	P-value	B_i	R^2
ความสะดวกสบาย (COMF)						
พนักงานมีความชำนาญ (COMF_1)	1.00				0.76	0.53
สภาพรถโดยสาร ความสะดวกสบายและความปลอดภัย (COMF_2)	0.673	0.048	14.035	***	0.73	0.58
ความเชื่อถือ (RELIA)						
การออกรถโดยสารตรงเวลา และถึงที่หมายตรงตามกำหนด (RELIA2)	1.00				0.63	0.46
ความถี่ขอรอดโดยสาร และระยะเวลาเดินทางที่เหมาะสม (RELIA1)	0.789	0.076	10.381	***	0.68	0.40

* : ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

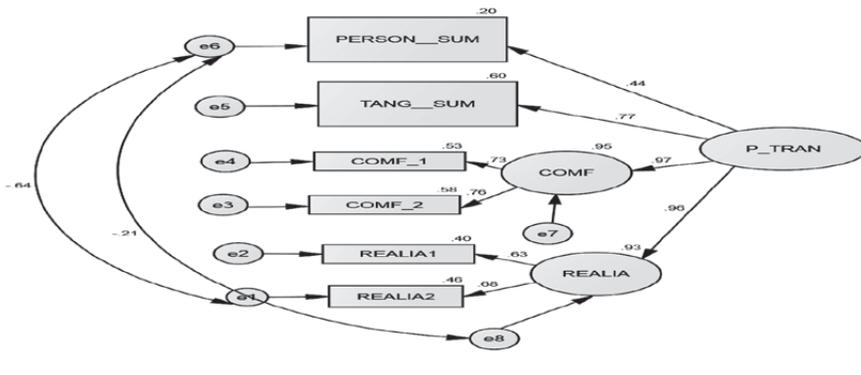


Standardized Model Over all fit of P-TRANSERVQL Model

Model Fit Summary CMIN = 15.391 , Df = 4 , P-value=0.004 CMIN/DF = 3.848

GFI =0.987 , AGFI=0.934 , CFI =0.987 , NFI=0.983 , RMSEA =0.084

ภาพที่ 3 Over all fit of P-TRANSERVQL Model



Standardized Model of P-TRANSERVQL MODEL

Model Fit Summary CMIN = 16.257 , Df = 5 , P-value=0.006 CMIN/DF = 3.251

GFI =0.987 , AGFI=0.944 , NFI =0.982 , CFI=0.987 , RMSEA =0.075

ภาพที่ 4 Confirmatory Factor 2nd Order of P-TRANSERVQL

อภิปรายผล

ผลการศึกษาคูณภาพการบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารระหว่างประเทศ ประเทศไทยและ สปป.ลาว ขส. สายที่ 8, 14 เชียงใหม่-หลวงพระบาง และ เลข-หลวงพระบาง มีประเด็นที่อภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสัญชาติไทยร้อยละ 80 สัญชาติลาวร้อยละ 7.75 สัญชาติยุโรปร้อยละ 4.759 โดยมีวัตถุประสงค์เป็นการท่องเที่ยวถึงร้อยละ 80.50 โดยพิจารณาซื้อตั๋วรถโดยสารที่สถานีขนส่งร้อยละ 60.5 ผ่านตัวแทน ร้อยละ 33.75 อินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 5.75 ซึ่งยังมีการใช้ที่ต่ำมาก ควรส่งเสริมใช้ช่องทางจำหน่ายผ่านทางนี้ให้สูงขึ้นเนื่องประหยัดเวลาและต้นทุนการดำเนินงานและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

2. คุณภาพการบริการของรถโดยสารระหว่างประเทศยังอยู่ในเกณฑ์พอยอมรับได้ในด้านบุคลากรที่ให้บริการ ส่วนลักษณะความเชื่อถือ ลักษณะทางกายภาพ และความสะอาดสบายในรถโดยสาร ยังอยู่ในเกณฑ์คุณภาพการบริการไม่ดี ผลของการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัย (β) ขององค์ประกอบคุณภาพการให้บริการพบว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการคือ ความสะอาดสบาย ความน่าเชื่อถือ ลักษณะทางกายภาพ และ ลักษณะส่วนบุคคลตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Sreehar, R., & Babu, K. Nagenra (2012) ที่พบว่าความไว้วางใจในการบริการ เป็นปัจจัยหนึ่งของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร รวมทั้ง และของ Wongsupaluk, N. (2013) ที่พบว่าความไว้วางใจในการบริการเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ รถโดยสารสาธารณะ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mahatma, et al. (2015) ได้เสนอตัวแบบการวัดคุณภาพการบริการของระบบขนส่งสาธารณะทางบก P-TRANSQUAL ที่พบว่าองค์ประกอบด้านความสะอาดสบาย เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ลักษณะส่วนบุคคล และ ความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทขนส่ง จำกัด ควรปรับปรุงระบบ การจองตั๋ว โดยสารในระบบออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวก ในการซื้อตั๋ว โดยปรับปรุง Websites, Software Application ผ่าน Smart Phone ให้ตอบสนองผู้ใช้บริการชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2. บริษัทขนส่ง จำกัด ควรปรับปรุง ในประเด็น เรื่องความสะอาดสบาย (Comfortable) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) และลักษณะส่วนบุคคล

(Personnel) ตามลำดับ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่ามีผลสำคัญต่อ คุณภาพ การบริการ ซึ่งจะส่งเสริม

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมให้เอกชน มีส่วนร่วม ในการเดินทางเพื่อให้มีการแข่งขันทางธุรกิจ เพิ่มขึ้นและเป็นทางเลือกให้แก่ผู้ใช้บริการ

4. ควรดำเนินการศึกษาวิจัย เส้นทางเดินรถระหว่างประเทศไทย และ สปป.ลาว เพื่อวิเคราะห์ผลคุณภาพ ในภาพรวมให้ได้ภาพที่ชัด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ กลยุทธ์ การตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวของประเทศ ตามยุทธศาสตร์ ที่การพัฒนาการการท่องเที่ยว ของประเทศให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดได้

References

- C-H Wen, L.W. Lan and H.- L. Cheng (2005). Structural Equation Modeling to Determine Passenger Loyalty Toward Intercity Bus Service. *Journal of the Transportation Research Board* No. 1927, 249-255.
- Department of Economic Relations and Economic Cooperation, Department of Foreign Trade, Ministry of Foreign Affairs, Kingdom of Thailand. (2011). [*The Development of Economic Cooperation in the Greater Mekong Subregion*]. Retrieved [11][8], 2016, from <http://www.prachin.ru.ac.th/phd/GB718/9%20EMS.doc>.
- Mahatma, I.G., Bakti, Y., & Sumaedi. (2015). P-TRANSOVAL a service quality model of public land transport services. *International journal of Quality & Reliability Management*, 32(6), 534-558.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A Conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of marketing*, 49, 41-50.
- Sreedhar, R., Babu, K.N. (2012). Service Quality and Passenger Satisfaction An Empirical Study. *BVIMR Management Edge*, 5(2), 45-52.
- Suttumnuwong, N. and Group. (2013). *Education for Public Service Quality Improvement For foreign tourists in Thailand*. The Thailand Research Fund. Bangkok.
- Tirakanan, S. (2010). *Multivariate analysis in social science research*. (Edition 1). Bangkok: Chulalongkorn Printing House University.
- Vanichbuncha, K. (2012). *Statistics for Research*. (Edition 6). Bangkok: Chulalongkorn Printing House University.
- Wongsupaluk, N. (2013). *The Study of Relationship Between Service Marketing Mix and Service Quality of Public Transportation by Mixture Model*. *Modern Management Journal*. 11(1), 61-72. (in Thai)
- Yousapronpaiboon, K. (2008). *Measuring Service Quality in Fast Food Restaurants for Five Dimensions of SERVQUAL: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles*. *VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science*, 3(2/2551), 37-49. (in Thai)