

ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการ
รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2559

ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการ
รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการ
รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร



บทคัดย่อ
ของ
ไตรรักษ์ เล็กเริงสินธุ์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2559

ไตรรักษ์ เล็กเรณสินธุ์. (2559). ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21 – 40 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 5,000 – 10,000 บาท มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และมีความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อคุณภาพบริการของรถประจำทางเล็ก อยู่ในระดับปานกลาง
3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ในด้าน ความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมการบริการ สภาพรถโดยสาร พนักงานขับรถ และ พนักงานเก็บค่าโดยสาร อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.05 พบว่า

1. ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมต่อรถโดยสารประจำทางเล็กแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก ประกอบด้วย ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

CORRELATION OF MINIBUSES' SERVICE QUALITY PERCEPTION AND PASSENGERS'
SATISFACTION IN BANGKOK METROPOLIS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

May 2016

Triruk Lekroungsin. (2016). *Correlation of Minibuses' Service Quality Perception and Passengers' Satisfaction in Bangkok Metropolis*. Master Project M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr.Tanapoom Ativetin.

This research aimed at studying the correlation between service quality perceptions in terms of tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy toward satisfaction and service of Minibuses in Bangkok , with 400 research samples. Questionnaires were used for data collection. Descriptive statistics used consisted of percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing by independent t-test, One-way Anova, and Pearson Correlation Coefficient.

Research results show as that most respondents were male, aged between 21 - 40 years old , graduated with lower bachelor degrees, Income between 5,000 – 10,000 baht, were mainly university students, and had frequency of Service usage around 1-3 times per week. The respondents perceived the overall service quality of minibuses at a moderate level. The respondents were moderately satisfied with the overall service , the condition of buses, bus drivers, and fare collectors.

At a statistical significance level of 0.05, it was found that the respondents gender, age, education level, income, career and the frequency of using services led different levels of satisfaction. Service quality factors of minibuses in terms of tangibility, reliability, responsiveness, assurance and empathy correlated with passenger's satisfaction at a moderate level.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่ดีในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ จนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์จิตอุษา ขันทอง และ อาจารย์นาฏอนงค์ นามบุตดี ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งให้ความเมตตา ช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกต่างๆ

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่ให้มีมิตรภาพ ความช่วยเหลือ ประสพการณ์ และความทรงจำที่ดีต่างๆ ในการเรียนรู้และในการทำกิจกรรมร่วมกันมา

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดามารดา ผู้ให้ความรัก ความเมตตา และสนับสนุนให้ได้รับการศึกษา เป็นอย่างดีมาโดยตลอด รวมทั้งพระคุณของครูอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้อันเป็นพื้นฐาน ตลอดจนครอบครัวของผู้วิจัยเองที่สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย อันก่อให้เกิดผลสำเร็จในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ไตรรักษ์ เล็กเริงสินธุ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
สมมติฐานในการวิจัย	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ	7
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	10
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	16
เกี่ยวกับบรรทัดฐานโดยมีส่วนร่วมประจำทางเล็ก (มินิบัส)	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	29
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	29
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	36
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	45
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	83
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	83
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	87
อภิปรายผลการวิจัย	89
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	91
ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งต่อไป	92
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	96
ภาคผนวก ก	97
ภาคผนวก ข	103
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	105

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การเดินทางโดยสารร่วมประจำทาง	21
2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	45
3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่มีการปรับกลุ่มใหม่	47
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ	48
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	49
6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ	49
7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง	50
8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ	51
9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ คุณภาพบริการ ด้านการเอาใจใส่	51
10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึง พอใจต่อการให้บริการ	52
11 แสดงความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำ ทางเล็ก ด้านเพศ	53
12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก ด้านเพศ	54
13 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการให้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก จำแนกตามอายุ	55
14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการ ใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามอายุ	56
15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	57
16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	57

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับพนักงานขับรถ	58
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับพนักงานเก็บเงิน	58
19 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับการศึกษา	59
20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับการศึกษาสูงสุด	60
21 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับรายได้	61
22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามระดับรายได้	62
23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	63
24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	63
25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	64
26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	65
27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านอาชีพ	66
28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามอาชีพ	67
29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	68
30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	69
31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	70

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	71
33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์	72
34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการ ใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการบริการต่อ สัปดาห์	73
35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความถี่ที่ใช้ บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	74
36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการ ให้บริการกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ	75
37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	77

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2 แสดงการรับรู้คุณภาพโดยรวม	8
3 แสดงทางเลือกการประเมินคุณภาพ	9
4 ภาพจำแนกช่องว่างคุณภาพการบริการ เลิฟลอค	13



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ความเจริญรุ่งเรืองของสังคมที่มากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลต่อ การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม การสัญจรไปมาของผู้คนก็มีความจำเป็นมีปริมาณมากขึ้นเท่านั้น ปัจจุบันสังคมไทยมีการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข ฯลฯ ทำให้ผู้คนต้องมีความต้องการไปมาหาสู่ มีภารกิจ มีกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ การคมนาคมในช่องทางต่างๆ ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ รวมทั้งการสื่อสารโทรคมนาคมทางออนไลน์ จึงนับวันจะมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น

การบริการทางด้านการขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน เป็นงานหลักที่สำคัญอย่างหนึ่งที่รัฐบาลจะต้องดำเนินการให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในด้านการขนส่งมวลชน ปัจจุบันนอกจากเป็นภารกิจของรัฐบาลแล้วยังมีหน่วยงานเอกชนเข้ามาร่วมดำเนินงาน การเดินทางในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองใหญ่มีประชาชนประมาณ 7.4 ล้านคน (ที่มา: <http://service.nso.go.th/nso/nsocenter/project/searchcenter/23project-th.htm>) มีผู้คนหลังไหลมาจากชนบท จากต่างจังหวัดเพื่อเข้ามาทำงาน มาศึกษาเล่าเรียน มาทำธุรกิจ มาอยู่อาศัย และอื่นๆ อีกมากมาย การบริการด้านการเดินทางจึงเสมือนหัวใจสำคัญของรัฐที่จะต้องเอื้ออำนวยให้เพียงพอ สะดวกสบาย ปลอดภัย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะการเดินทางโดยสารโดยรถโดยสารประจำทาง ปัจจุบันแม้จะมีการพัฒนางานในส่วนนี้มากขึ้น รัฐบาลให้ความสำคัญมากขึ้น มีการส่งเสริมสนับสนุนให้บริษัทเอกชนมาร่วมบริการมากขึ้น แต่การดำเนินงานก็ยังอยู่ในระดับที่ยังไม่บรรลุผลสัมฤทธิ์ ยังไม่เป็นไปตามความคาดหวังของคนกรุงเทพมหานคร ดังประสบการณ์ที่พบเห็นกันอยู่ทุกวันนี้ว่าการบริการขนส่งโดยสารประจำทางยังมีปัญหา อุปสรรคในการให้บริการอีกหลายด้านที่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไขกันอีกต่อไป

ปัญหาการสัญจรในกรุงเทพมหานครคือการขาดแคลนรถโดยสาร ส่งผลให้ผู้โดยสารต้องเสียเวลารอคอยนาน การที่ผู้โดยสารต้องเบียดเสียดกันขึ้นรถโดยสารประจำทาง รถโดยสารบางคันบรรทุกผู้โดยสารเกินจำนวนที่รถสามารถจะบรรทุกได้ ฯลฯ ปัญหาดังกล่าวได้พยายามปรับปรุงแก้ไขโดยการเพิ่มรถโดยสารประจำทางเล็กของเอกชนเข้ามาร่วมให้บริการ เป็นเพียงการบรรเทาปัญหาด้านการขาดแคลนรถโดยสารประจำทางระดับหนึ่งเท่านั้น

รถโดยสารประจำทางเล็กในปัจจุบันมีจำนวน 624 คัน (ข้อมูล ณ เดือน กรกฎาคม 2556) และมีสายวิ่งทั้งหมด 47 สาย (ที่มาจาก: <http://www.bmta.co.th/?q=th/services>) ที่เข้ามาร่วมให้บริการแก่ประชาชนทำให้มีรถโดยสารวิ่งรับ-ส่งผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น โดยมีผู้โดยสารที่ใช้บริการเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ประมาณ 1.02 ล้านคน ต่อวัน ด้วยเหตุที่รถโดยสารประจำทางเล็กเป็นรถขนาดเล็กมีความคล่องตัว เหมาะกับถนนในกรุงเทพมหานครที่มีช่องทางจราจรน้อยและแคบรถเล็กสามารถ

หลบหลีกหาช่องทางการเคลื่อนตัวไปได้ง่ายสะดวกกว่ารถเมล์โดยสารขนาดใหญ่ จึงมีผู้นิยมในการใช้บริการเนื่องจากถึงจุดหมายปลายทางได้ทันเวลาแต่การให้บริการรถโดยสารประจำทางเล็กโดยเฉพาะในด้านความปลอดภัย จะพบเห็นได้บ่อยครั้งที่รถโดยสารประจำทางเล็กที่ขับโดยปราศจากความระมัดระวัง ซึ่งนับเป็นอันตรายต่อผู้โดยสารและบุคคลทั่วไป และประชาชนที่ต้องอาศัยรถเมล์โดยสารประจำทางก็คงไม่มีทางเลือกมากนัก คงจำเป็นต้องใช้บริการเพื่อให้ไปถึงที่หมายทันเวลาแม้จะต้องเสี่ยงต่อความไม่ปลอดภัยก็ตาม

ดังได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งสัมผัสได้ 2. ความน่าเชื่อถือ 3. การตอบสนอง 4. การให้ความมั่นใจ 5. การเอาใจใส่ กับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง (เล็ก) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้เจ้าของธุรกิจที่มีบริษัทรถเมล์เล็กร่วมบริการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการต่อไป

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในการนำไปเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา แนวทางการพัฒนาปรับปรุงบริการรถโดยสารสาธารณะให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. นำประโยชน์ที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแผนงานพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้โดยสาร
3. เป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารรถโดยสารประจำทางเล็กทั่วไปในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารรถโดยสารประจำทางเล็กที่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 28) เพิ่มกลุ่มตัวอย่าง 15 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (No probability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อเลือกที่จะใช้เป็นพื้นที่เก็บข้อมูลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 ที่มีรถโดยสารประจำทางเล็กให้บริการ ได้แก่ บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และ บริเวณวงเวียนใหญ่ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็ก เป็นจำนวนมาก และวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นสถานที่ ละ 200 คน ตามจำนวนการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบด้วย

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ไม่เกิน 20 ปี

1.1.2.2 21-40 ปี

1.1.2.3 41 ปีขึ้นไป

1.1.3 การศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 รายได้

1.1.4.1 5,000 – 10,000 บาท

1.1.4.2 10,001 – 15,000 บาท

1.1.4.3 15,001 บาทขึ้นไป

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน นิสิต นักศึกษา

1.1.5.2 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.1.5.3 พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน

1.1.5.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย

1.1.5.5 เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ

1.1.5.6 อื่นๆ

1.1.6 ความถี่ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็กต่อสัปดาห์

1.1.6.1 1 - 3 ครั้ง

1.1.6.2 4 - 6 ครั้ง

1.1.6.3 7 ครั้งขึ้นไป

1.2 การรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการ

1.2.1 สิ่งสัมผัสได้

1.2.2 ความน่าเชื่อถือ

1.2.3 การตอบสนอง

1.2.4 การให้ความมั่นใจ

1.2.5 การเอาใจใส่

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความพึงพอใจการให้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้คุณภาพบริการ หมายถึง การ ประเมินคุณภาพบริการของรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กอันเป็นผลจากการใช้บริการในปัจจุบัน หรือจากประสบการณ์ในการใช้บริการในอดีต คุณภาพของการบริการนี้จะส่งผลโดยตรงในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งคุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับนั้นขึ้นอยู่กับรับรู้องค์ประกอบ 5 ประการ คือ

1.1 สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง การบริการของรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก มีความเป็นรูปธรรมสามารถจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น ความสวยงามของตัวรถโดยสาร ความสะอาดของตัวรถโดยสาร ความแข็งแรงของตัวรถโดยสาร

1.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การบริการของรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก เป็นไปตามที่นำเสนอแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งบริการที่ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ

1.3 การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง เจ้าหน้าที่ของรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก มีหน้าที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการด้วยความเต็มใจ และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการได้ทันที

1.4 การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้ความสามารถ และทักษะในการทำงานของเจ้าหน้าที่รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดี

1.5 การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง เจ้าหน้าที่รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ ถูกระโยชน์สูงสุดของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ เข้าใจถึงความต้องการ และให้ความสนใจแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการความพึงพอใจในการใช้บริการ

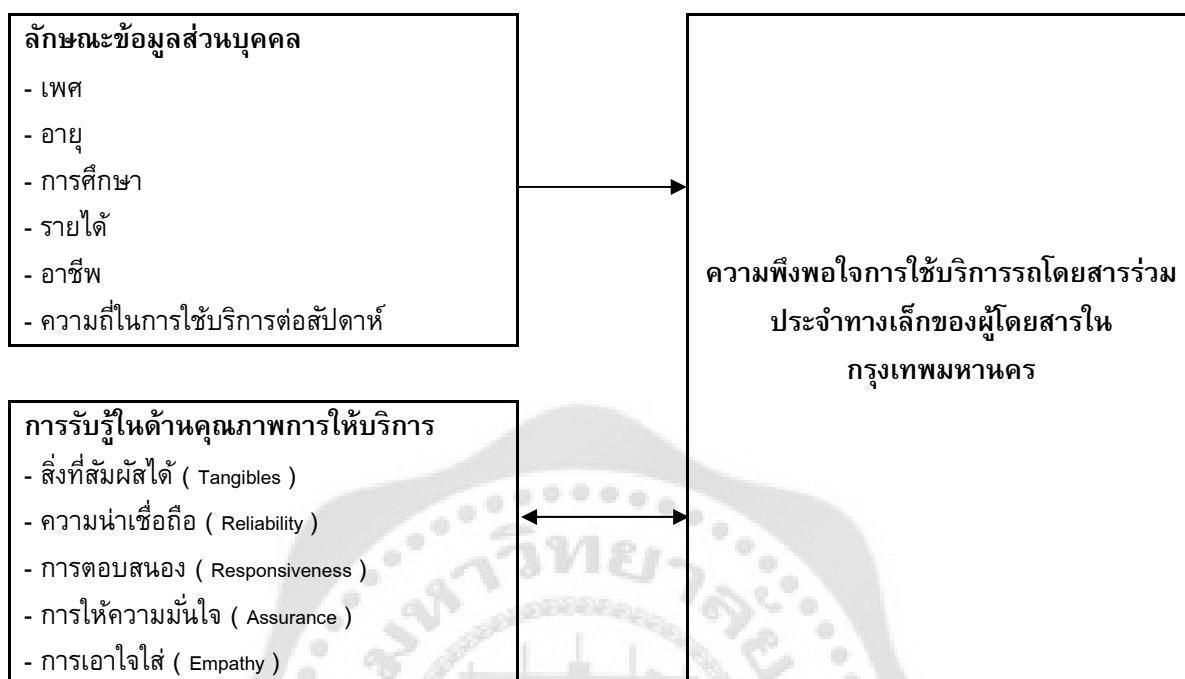
2. ความพึงพอใจในการใช้บริการ หมายถึงระดับความรู้สึกที่แสดงออกถึงความยินดี และความพอใจจากการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ที่เกิดจากการประเมินการบริการของรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่ตรงกับความต้องการ หรือความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้บริการหรือได้รับบริการนั้นๆ โดยหากการบริการตรงตรงกับความคาดหวัง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร” โดยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น กับตัวแปรตามในการวิจัย ได้ดังนี้

ตัวแปรหลัก

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อประกอบการทำงานช่วยชี้แนะแนวทางในการวิจัยความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร ตามหัวข้อดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. เกี่ยวกับรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก (มินิบัส)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ

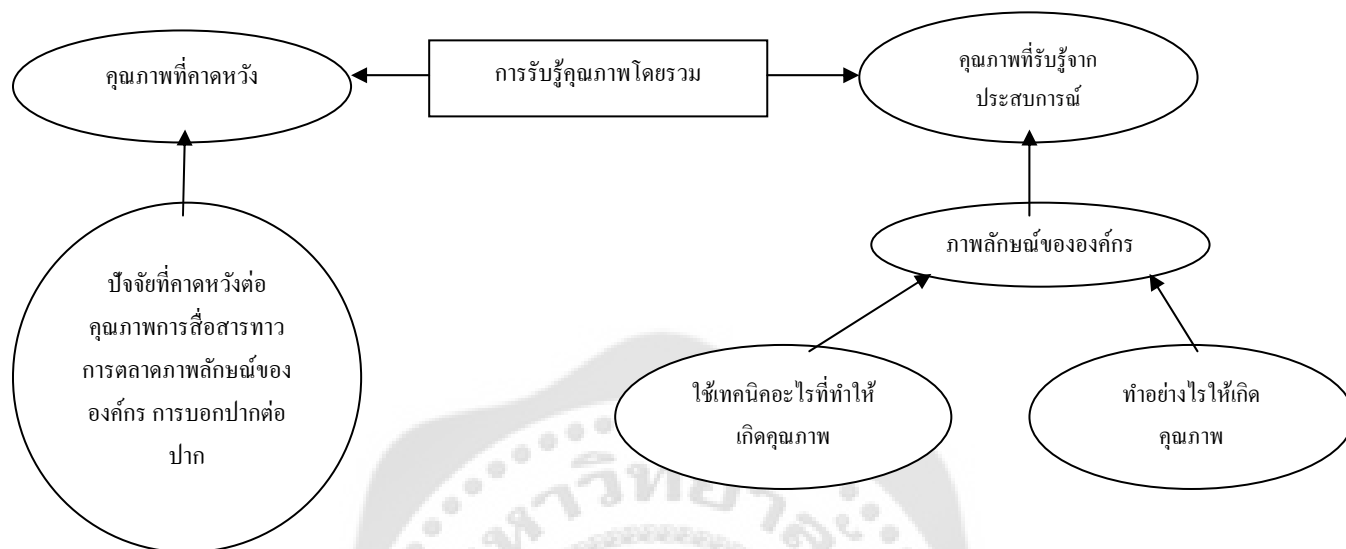
การรับรู้คุณภาพบริการเป็นการเปิดโอกาสสู่การเรียนรู้ โดยจะนำไปสู่ทัศนคติ ความเชื่อ ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการจากผู้ทรงคุณวุฒิต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 การรับรู้คุณภาพบริการ (Perceived Service Quality)

แอนสัน และแวนราอิจ (อินทรีรา จันทรรัฐ. 2552: 34; อ้างอิงจาก Antioned; & Van Raaij. 1988) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพเกิดจากความคาดหวังของลูกค้า สินค้าหรือบริการจะมีคุณภาพสูงก็ต่อเมื่อความต้องการของลูกค้าตรงกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ การรับรู้คุณภาพที่สูงต่อสินค้าหรือบริการลูกค้าจะทำการพิจารณาจากความเหมาะสมของการใช้งาน ความคงทน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความไว้วางใจ ความถี่ในการเสียค่า และบริการหรือสินค้าจะมีคุณภาพเมื่อลูกค้าได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้จริงกับความคาดหวังต่อสินค้าหรือบริการนั้น

กรอนรูส (Gronroos. 1990) กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพการบริการประกอบไปด้วย 2 ลักษณะคือลักษณะทางด้านเทคนิคหรือผลที่ได้และลักษณะตามหน้าที่หรือความสัมพันธ์ของกระบวนการโดยที่คุณภาพด้านเทคนิคเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับผู้ให้บริการจะใช้เทคนิคอะไรที่จะทำให้อุปกรณ์ที่เข้ามาให้บริการเกิดความพอใจตามความต้องการพื้นฐานการรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้นเมื่อความคาดหวังของลูกค้าตรงกับความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาโดยที่ความคาดหวังต่อคุณภาพจะได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารทางตลาดการสื่อสารแบบปากต่อปากภาพลักษณ์ขององค์กร

และความต้องการของลูกค้าเองส่วนลักษณะตามหน้าที่จะเป็นการพิจารณาจากผู้ให้บริการจะหา
อย่างไรให้บริการดีเท่ากับการรับจากประสบการณ์ของลูกค้าที่ผ่านมา



ภาพประกอบ 2 แสดงการรับรู้คุณภาพโดยรวม

ที่มา: Gronroos, C. (1988). *ServiceQuality: The Six Criteria of Good Service Quality*.

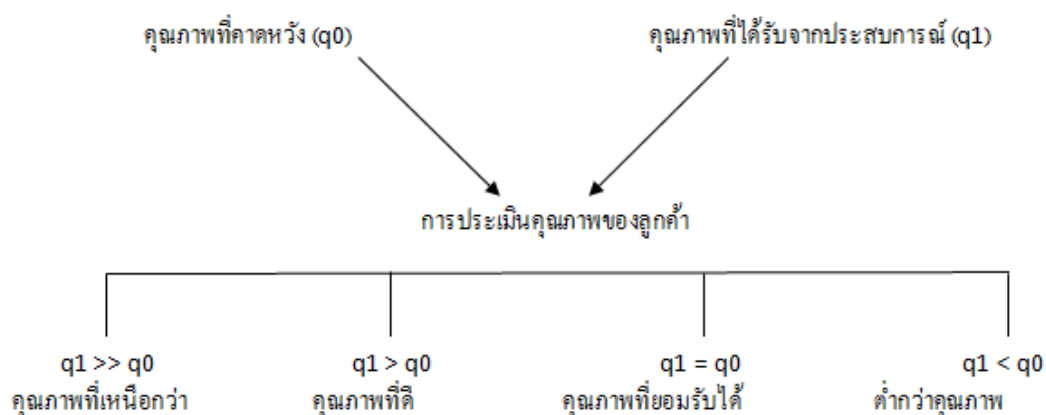
P. 3.

กรอนรูสได้กล่าวเงื่อนไขของการรับรู้คุณภาพบริการที่ดีของลูกค้ามี 6 ประการดังนี้

1. ความเป็นมืออาชีพ และทักษะในการบริการ ลูกค้าจะรับรู้คุณภาพการบริการที่ดีในเมื่อผู้ให้บริการมีความรู้ทักษะในการแก้ปัญหาอย่างมืออาชีพ
2. ทักษะ และพฤติกรรม เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อพนักงานบริการ พิจารณาเกี่ยวกับความเอาใจใส่ในการแก้ปัญหด้วยความเต็มใจโดยทันที
3. การเข้าถึงบริการง่ายและมีความยืดหยุ่น ลูกค้าจะพิจารณาจากผู้ให้บริการประกอบไปด้วยสถานที่ ชั่วโมงการทำงาน ตัวพนักงาน และระบบการทำงานที่ได้ถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึงบริการรวมถึงมีการเตรียมบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
4. ความไว้วางใจและความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ ลูกค้าจะรู้ว่าเมื่อใดก็ตามที่มีการตกลงการใช้บริการเกิดขึ้น สามารถที่จะไว้วางใจผู้ให้บริการได้โดยพนักงานจะทำตามสัญญาที่ตกลงไว้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสนใจเป็นพิเศษ
5. การชดเชย เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่ามีบางอย่างผิดปกติ หรือไม่ปฏิบัติตามคาดหวังผู้ให้บริการจะต้องแก้ไขให้เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างทันที

6. ความมีชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ลูกค้ามักเชื่อว่าการให้บริการของผู้ให้บริการสามารถเชื่อถือได้ และเหมาะสมกับคุณค่าของเงินที่จ่ายไป

สมิท และฮุสตัน (Smith; & Huston. 1983) กล่าวว่า มีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ในการประเมินคุณภาพบริการของลูกค้าหลังจากที่มีการใช้บริการจากผู้ให้บริการ 4 ประการ คือ ต่ำกว่าคุณภาพคุณภาพยอมรับได้ คุณภาพดี และคุณภาพที่เหนือกว่า



ภาพประกอบ 3 แสดงทางเลือกการประเมินคุณภาพ

ที่มา: Smith; & Huston. (1983). *Script-Based Evaluation of Satisfaction with Service*.

จากภาพประกอบ สามารถแปลงผลทางเลือกการประเมินคุณภาพของลูกค้ามาได้ดังนี้

1. ต่ำกว่าคุณภาพ แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ของลูกค้าน้อยกว่าความคาดหวังไว้ เป็นผลทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ
2. คุณภาพที่ยอมรับได้ แสดงถึงลูกค้ารับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ได้เท่ากับความคาดหวังไว้ ถ้าผู้ให้บริการทำให้ลูกค้ามีความสุขกับการใช้บริการ คุณภาพที่ระดับนี้อาจจะไม่พอเพียง
3. คุณภาพที่ดี แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวังซึ่งเป็นผลให้ลูกค้าสนใจที่จะยังใช้บริการต่อไป และมากกว่านั้นยังก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังลูกค้ากลุ่มอื่นๆ
4. คุณภาพเหนือกว่า แสดงถึงการรับรู้คุณภาพจากประสบการณ์ที่เกินกว่าความต้องการจริงของลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจในบริการและยินยอมที่จะจ่ายแพงในการใช้บริการ

2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการบริการ

2.1 ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจกับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547: 18)

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่ให้การบริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถพิจารณาความหมายสำคัญของคำต่างๆได้ดังนี้ กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery activity) หมายถึงการดำเนินการหรือการกระทำ (Performance) ใดๆของธุรกิจให้บริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการ (ลูกค้า) ได้รับการตอบสนองตรงความต้องการ เช่น การที่ลูกค้ามาร้านซ่อมนาฬิกา สิ่งที่ลูกค้าต้องการคือการที่นาฬิกาอยู่ในสภาพใช้งานได้ ดังนั้นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบก็คือ จะต้องแก้ไขนาฬิกานั้นตามความต้องการของลูกค้า

สินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) หมายถึง “การบริการ” ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ ซึ่งได้แก่ คำปรึกษา การรับประกัน การให้บริการความบันเทิง การให้บริการทางการเงิน การให้การรักษายาบาลทางการแพทย์ เป็นต้น

ความต้องการของผู้รับบริการ (Customer need and want) หมายถึง ความจำเป็นและความปรารถนาของลูกค้าที่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการนั้นๆ เช่น ต้องการได้รับประทานอาหารค่ำที่อร่อย บรรยากาศดี พร้อมดนตรีขับกล่อมเบาๆ

2.2 การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพ และคุณค่าในงานบริการ

ปัจจัยที่สำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้านั้นคือ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ที่ผู้ให้บริการหยิบยื่น และส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ภาพที่ดีแก่ลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป (Customer Loyalty)

เราสามารถแบ่งระดับความสำคัญของการบริการได้อยู่ 2 ระดับดังนี้

ระดับแรก ความสำคัญที่มีต่อตัวผู้รับบริการ (ลูกค้า) คือ จะทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการมีความสุข มีความพึงพอใจ และมีความระลึกถึงในการที่จะมาขอรับบริการในครั้งต่อไป

ระดับที่สองความสำคัญในด้านผู้ให้บริการทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าเดิม (Customer Retention) การให้บริการเพื่อจะรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้เป็นลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่มีความจงรักภักดี และนอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) ผู้ให้บริการต้องพยายามกระทำทุกวิถีทางที่จะเพิ่มลูกค้าใหม่ เพราะเป็นการสร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่หน่วยงานด้วย โดยมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวชี้วัด

นอกจากนี้ ธุรกิจบริการยังมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปที่เจ้าของกิจการ และนักการตลาดต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่ไม่อาจจับต้องได้ (Intangibility) บริการโดยทั่วไปมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่าง ดังนั้นจึงเป็นการยากที่เราจะสามารถรับรู้ถึงการบริการผ่านประสาทสัมผัสต่างๆของเราได้ เช่น เราไม่สามารถมองเห็น “รูปร่าง” ของ “การท่องเที่ยว” ดังนั้นความไม่มีตัวตนของการบริการที่ทำให้เราไม่อาจจับต้องบริการได้ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อผู้บริการคือ ทำให้ผู้บริการเกิด “ความเสี่ยง” ในการเลือกซื้อบริการได้

2. มีคุณภาพไม่คงที่ (Variability – Heterogeneity) คุณภาพของการบริการโดยทั่วไปมีความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง เนื่องจากมักจะขึ้นอยู่กับพนักงานที่เป็นผู้ส่งมอบบริการ เวลาที่ให้บริการของผู้ส่งมอบบริการ วิธีการในการให้บริการ และสถานที่ที่ให้บริการแก่ลูกค้า

3. ไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ (Inseparability) โดยทั่วไปการบริการมักถูกเสนอขายก่อน และหลังจากนั้นการผลิต และการบริโภคบริการจะเกิดขึ้นในระยะเวลาเดียวกัน (Simultaneous production and consumption) โดยลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย เช่น บริการร้านตัดผม เมื่อลูกค้าตกลงใจซื้อบริการตัดผม ขั้นตอนการผลิตจะเริ่มตอนที่ลูกค้านั่งลงบนเก้าอี้ตัดผม ช่างตัดผมจะนำผ้ากันเปื้อนมาคลุมเสื้อให้เราและจะถามว่า ต้องการให้ตัดผมทรงแบบไหน และจะเริ่มลงมือตัดผมของลูกค้า โดยจะเห็นว่าขณะที่ช่างตัดผมทำการตัดผม ลูกค้าก็จะทำการบริโภคสินค้าไปพร้อมๆ กัน

4. ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) โดยทั่วไปเราไม่สามารถที่จะเก็บรักษาบริการไว้ในรูปของสินค้าคงคลังได้ ทำให้องค์กรเสียโอกาสในการขายบริการได้ เพราะสาเหตุมาจากเราไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคของลูกค้าได้ ดังนั้นเมื่อลูกค้ามาซื้อในเวลาใด ผู้ขายก็จะเริ่มทำการผลิตได้เมื่อนั้น (ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2547: 14-15)

พฤติกรรมการณ์การบริโภคงานบริการหรือสินค้าบริการของลูกค้า มีความสำคัญที่นักการตลาดต้องทำการศึกษา ทำความเข้าใจความต้องการ (Needs) ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ตลอดจนความคาดหวัง (Expectations) ของคุณภาพที่จะได้รับตามปกติ เมื่อคนเรามีความต้องการขึ้นมา ก็ต้องแสวงหาสินค้ามาตอบสนองความต้องการของตนเอง แล้วจึงประเมินว่าสินค้า หรือบริการนั้นๆ

สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างที่คาดหวังไว้ก่อนการบริโภคหรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินคุณภาพหลังจากที่ผู้รับบริการได้บริโภคบริการไปแล้ว

การประเมินคุณภาพบริการจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่ได้รับเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่เกิดขึ้นจากภายใน ในบางกรณีถ้าลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับบริการมาก่อน ลูกค้ามักจะหาข้อมูลด้วยการสอบถามจากคนที่มีประสบการณ์มาก่อน หรือหาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ เช่น โฆษณา หรือพนักงานขาย แล้วนำมาตั้งเป็นมาตรฐานไว้ เพื่อเปรียบเทียบหลังจากการใช้บริการไปแล้ว

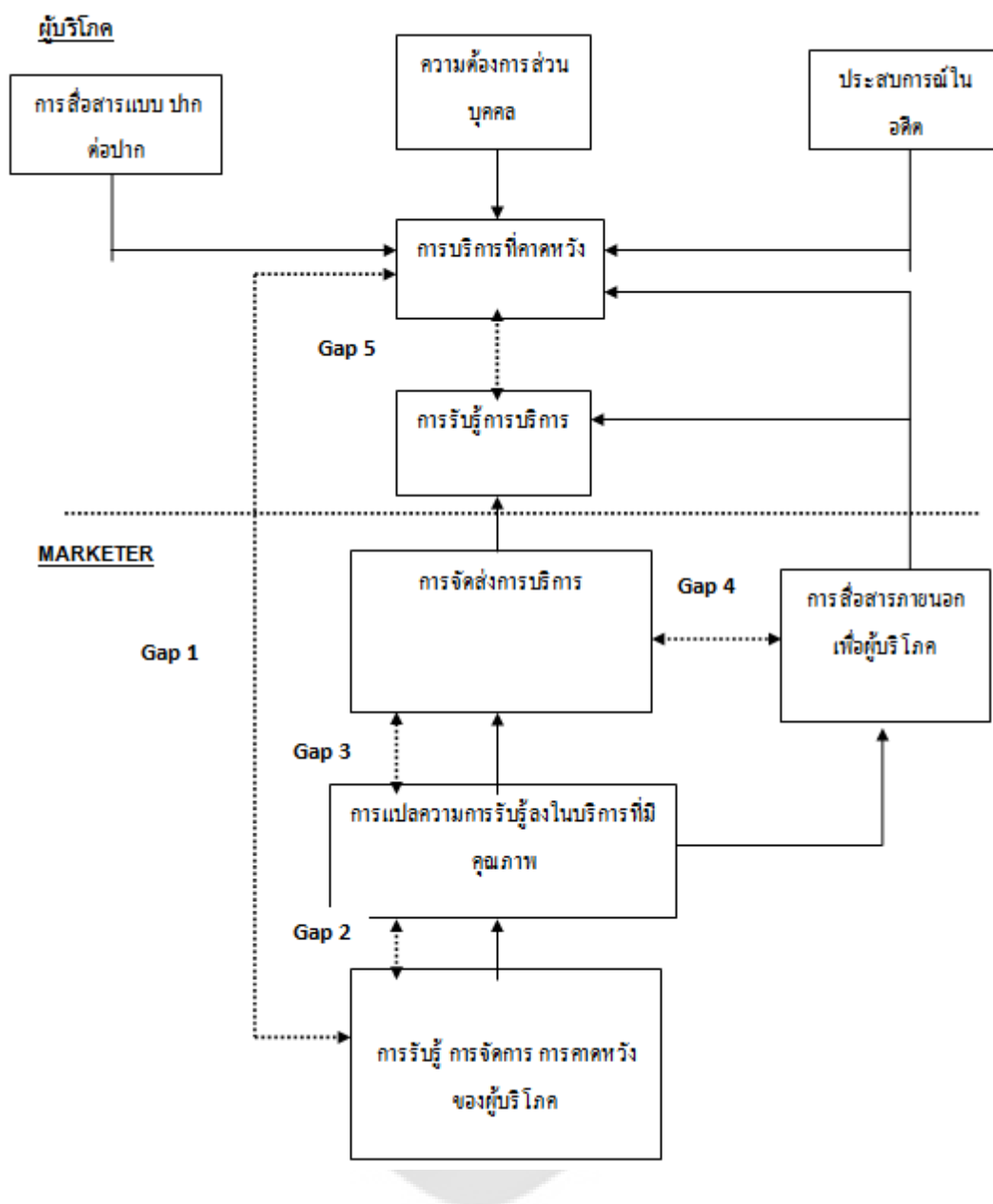
ดังนั้นการสร้างคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศจึงต้องอาศัยจังหวะความละเอียดอ่อนที่จะส่งมอบความประทับใจจากการให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการควรจะต้องตระหนักถึงการส่งมอบบริการที่ดีให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ต้องทำให้การบริการขององค์กรมีความเป็นเลิศในการสร้างคุณภาพ และคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผู้บริการ จึงต้องทำการศึกษเกี่ยวกับหัวข้อดังต่อไปนี้

2.3 คุณภาพการบริการ

ความหมายของ คุณภาพ (Quality) หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Gronroos, 1990)

คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งเพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการ ดังนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการ และมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาด และทำให้ผู้บริการเกิดความไม่พอใจ นักการตลาดจึงต้องทำการศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้การส่งมอบการบริการไม่มีคุณภาพ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานขายหรืองานบริการด้านต่างๆ เพราะการบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก หรือการทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วยความเต็มใจ แต่บางครั้งสิ่งที่เราส่งมอบบริการไปนั้นอาจจะไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้รับบริการได้ จึงทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และไม่กลับมาใช้บริการของเราอีกต่อไป ซึ่งจะทำให้เกิดความสูญเสียของธุรกิจเราได้ ซึ่งเราสามารถจำแนกช่องว่างคุณภาพ (Quality Gap) หรือข้อผิดพลาดที่เกิดจากการส่งมอบบริการอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จมีอยู่ด้วยกัน 5 ช่องว่าง ดังแผนภาพ A Conceptual Model of Service Quality



ภาพประกอบ 4 ภาพจำแนกช่องว่างคุณภาพการบริการ เลิฟลอค

ที่มา: Lovelock. (1996). *Services Marketing*. p.468-471

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริการ และการรับรู้ของผู้บริการกิจการ (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพราะผู้บริหารมีข้อมูลไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้

ตัวอย่าง ผู้จัดการภัตตราคารเข้าใจว่า ลูกค้าต้องการอาหารที่ดีมีคุณภาพ และรสชาติอร่อย แต่ในความเป็นจริงแล้ว ลูกค้าอาจจะให้ความสำคัญกับการดูแลเอาใจใส่จากพนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงวิธีการบริการที่อบอุ่น และเป็นกันเอง

วิธีแก้ไข ผู้บริหารต้องเรียนรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้า โดยการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าโดยการทำวิจัยตลาด การรับข้อร้องเรียน หรือหาทางติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ลูกค้าระบุความต้องการ รวมทั้งปรับปรุงระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

ช่องว่างที่ 2 คือมาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจได้อย่างถูกต้องตามความต้องการของผู้บริการ แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐาน หรือหลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

ตัวอย่าง ผู้จัดการร้านมีคำสั่ง แจ้งให้พนักงานบริการได้ทราบ ว่า ควรให้บริการที่รวดเร็ว กับลูกค้า แต่ไม่ได้กำหนดขั้นตอนการทำงานและคุณภาพของงานว่ารวดเร็วอย่างไร ใช้ระยะเวลา นานเท่าใดในการให้บริการแก่ลูกค้า

วิธีแก้ไข ผู้บริหารต้องเอาใจใส่คุณภาพอย่างจริงจัง มีการฝึกอบรมผู้บริหารในการสั่งการ และควบคุม มีการวัดผลการทำงานและแจ้งให้พนักงานทราบ มีการปรับปรุงการทำงานโดยใช้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ช่องว่างที่ 3 คือ การให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการทำงาน ซึ่งจะรวมถึง แนวความคิดเทคนิค และทักษะในการให้บริการ รวมทั้งการตลาดภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ

ตัวอย่าง ลูกค้าที่มาสั่งอาหารในภัตตราคาร แต่กลับไม่ได้รับบริการที่ดี ตามนโยบาย คุณภาพที่ทางร้านกำหนดไว้ เช่น มีการพูดจาที่ไม่สุภาพ ไม่มีการให้เกียรติแก่ลูกค้า การปฏิบัติงานล่าช้าลูกค้ารอนาน ผู้ให้บริการไม่มีความรู้ความสามารถในงานที่รับผิดชอบ ไม่มีบทสนทนากับลูกค้า (Sales Talk)

วิธีแก้ไข มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานที่ชัดเจน ปรับปรุงประสิทธิภาพ การตลาดภายในองค์กร เช่น การคัดเลือก การสรรหา การอบรมพนักงานในเรื่องของการต้อนรับ การให้บริการที่ดี และการให้อำนาจหน้าที่ (Empowerment) และการจูงใจ การสร้างระบบการทำงาน เป็นทีม

ช่องว่างที่ 4 การนำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้บริการที่ควรจะได้รับบริการ ตามที่องค์กรได้ลงในสื่อโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้บริการไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้

ตัวอย่าง ทางภัตตาคารติดประกาศ แจ้งแก่ลูกค้าของร้านว่าเมื่อมีการสั่งอาหารจากพนักงานแล้วจะได้รับอาหารภายในเวลา 15 นาที แต่ลูกค้าต้องผิดหวัง เพราะรอนานเกินกว่า 15 นาที เป็น 20 – 30 นาที

วิธีแก้ไข ให้ฝ่ายปฏิบัติงานบริการมีส่วนร่วมในการวางแผนสื่อสารทางการตลาด มีการสร้างระบบการประสานงานที่ดีในองค์กร ควบคุมดูแลการให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงการสร้างคามคาดหวังที่ถูกต้องให้กับลูกค้าโดยการให้ข้อมูลที่เป็นจริง

ช่องว่างที่ 5 การบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริการได้รับบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งการบริการต่างๆจะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4

ตัวอย่าง พนักงานของร้านได้เดินมาคอยดูแลการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นระยะๆ เพื่อแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่ แต่ลูกค้าอาจคิดว่าการที่พนักงานเดินมาคอยๆเช่นนี้อาจแสดงถึงการใช้เวลาอยู่ในร้านนานเกินไป

วิธีแก้ไข ในช่องว่างที่ 5 นี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ผู้บริหารองค์กรจะต้องนำการแก้ไขในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4 มาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของงานบริการก่อนที่จะทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้าต่อไป

ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงจากผู้ให้บริการ (Marketer) เพื่อเป็นการปิดกันช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือคุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Customer Expectations)

ตามหลักทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) นั้นเกิดจากปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience)
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน
3. (Word of Mouth Communication = W-O-M)
4. การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง
5. การโฆษณาของกิจการเอง
6. ความต้องการส่วนตัว (Personal needs)

2.4 ระดับคุณภาพการบริการ

ในการซื้อสินค้าบริการแต่ละครั้งลูกค้ามักจะไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าบริการได้อย่างแท้จริง ดังนั้นลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์ในการวัดระดับคุณภาพการบริการก่อนการตัดสินใจซื้อบริการ

พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry. 1998) ได้มีการพัฒนาขั้นตอนการประเมินคุณภาพบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในปี 1998 โดยได้สร้างเครื่องมือชุดคุณภาพการบริการจำแนก 5 ด้านดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ วัสดุ และบุคคลในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้น ช่วยให้ผู้ลูกค้ารับรู้ว่าการปฏิบัติงานมีความตั้งใจให้บริการเห็นภาพได้ชัดเจน
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้า
3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว
4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะในการทำงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดี
5. ความเอาใจใส่ (Empathy) พนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ และให้ความสนใจแก่ผู้มาใช้บริการ

3. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

3.1 แนวคิดความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ นิยมศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติหลัง

คอตเลอร์ (Kotler. 2000: 33-36) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product Perceived Performance) กับการคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ และความรู้สึกในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) โดยการทำงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง ส่วนระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ ได้ 3 ระดับ ดังนี้ กล่าวคือ การทำงานของข้อเสนอ (หรือ

ผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ แต่ถ้าเกินความคาดหวัง ลูกค้ายิ่งพอใจมากขึ้น ความพอใจอย่างเดียวไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับตนได้ตลอดไป ดังนั้นลูกค้าที่ได้รับความพอใจอย่างสูงไม่ใช่กลุ่มที่จะเปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของลูกค้าจะสร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์ความรู้สึกต่อสินค้านั้น ซึ่งไม่ใช่ความชอบธรรมดาทั่วไป ผลที่ตามมาคือ ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

ดัชนีวัดความพึงพอใจผู้บริโภคชาวอเมริกา (ACSI) ได้ให้ความหมายและองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภคอันประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการได้แก่

1. คุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Perceived Quality) หมายถึง การประเมินคุณภาพของสินค้าหรือบริการ อันเป็นผลจากการใช้สินค้าหรือบริการในปัจจุบัน หรือผลสะสมจากประสบการณ์ในการใช้สินค้า และบริการนั้นในอดีต คุณภาพของสินค้าและบริการนี้จะส่งผลโดยตรงในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งคุณภาพของสินค้า และบริการที่ผู้บริโภคได้รับนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสองประการคือ ระดับความเฉพาะเจาะจง (Customize) ของสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เพื่อตอบสนองความต้องการในแต่ละด้านของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน และระดับของความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของสินค้าและบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับของความเชื่อถือได้ความเป็นมาตรฐาน และปราศจากความบกพร่องต่างๆของสินค้าที่นำเสนอ

2. คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับ (Perceived Value) หมายถึง ระดับของการรับรู้ในเชิงเปรียบเทียบ โดยเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้รับกับราคาสินค้านั้นๆ เป็นการช่วยแปลงความแตกต่างในด้านราคาของสินค้า และบริการแต่ละชนิดให้มาอยู่ในรูปแบบที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ดีขึ้น และช่วยลดผลจากความแตกต่างของระดับรายได้และความสามารถในการจ่ายของผู้บริโภค ดังนั้น จึงทำให้สามารถเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการที่มีระดับราคาที่แตกต่างกันได้ คุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้น จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ และระดับความพึงพอใจในเชิงบวก

3. ความคาดหวังของผู้บริโภค (Customer Expectation) ความคาดหวังของผู้บริโภคนี้เป็นทั้งจากประสบการณ์ในการรับรู้ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่างๆ เช่น การโฆษณา หรือการบอกต่อ และจากการคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพของผู้ผลิต ดังนั้น ความคาดหวังนี้จึงเป็นบทสรุปของประสบการณ์เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นความคาดหวังในคุณภาพที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งความคาดหวังนี้จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ (Perceived Quality)

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคล หรือความต้องการที่จะได้บรรลุเป้าหมาย หรือภาวะของการมีอารมณ์ที่มีผลเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ กับความคาดหวัง

ของแต่ละบุคคลก่อนที่จะใช้ หรือได้รับสินค้าและบริการนั้นๆ เป็นพฤติกรรมออกมาว่า มีความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

3.2 ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภัสกร อุดลพัฒน์กิจ (2548: 173) ได้กล่าวว่า เมื่อความพึงพอใจมีความสำคัญสูงมากต่อการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการบริการจะต้องทำความเข้าใจต่อลักษณะ และองค์ประกอบความพึงพอใจอย่างถี่ถ้วน อันได้แก่

- ความพึงพอใจ เป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคล ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการ และคุณภาพของการบริการโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเอง หรือจากการอ้างอิงใดๆตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน เช่น คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน การโฆษณา เป็นต้น ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจากการบริการ หากการบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในบริการนั้น

- ความพึงพอใจ เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในการใช้บริการบุคคลย่อมมีข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงต่างๆ (Reference) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้จากการเรียนรู้ คำบอกเล่าของกลุ่มเพื่อน ข้อมูลที่ได้จากธุรกิจบริการแบบเดียวกัน เป็นต้น เกิดเป็นความคาดหวังต่อสิ่งที่ควรจะได้รับจากการบริการ (Expectation) ซึ่งจะมีอิทธิพลแก่ผู้รับบริการในการที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการ (Performance) หากการบริการเป็นไปตามที่คาดหวังย่อมเกิดการยืนยันความถูกต้อง (Confirmation) ต่อการบริการ และเกิดเป็นความพึงพอใจในการรับบริการ แต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดการยืนยันความไม่ถูกต้อง (Disconfirmation) และเกิดเป็นความไม่พึงพอใจได้

- ความพึงพอใจ เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากในแต่ละช่วงเวลา บุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อนขึ้น-ลงตลอดเวลา ส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไป

สรุปได้ว่าลักษณะของความพึงพอใจในการบริการมี 3 ลักษณะคือ ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่าง และความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

3.3 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ศิริพร ดันติพูลวินัย (2538: 5) ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการ และความคาดหวังในการรับบริการทุกครั้ง เมื่อไปรับบริการแล้วได้ประสบสถานการณ์ที่เป็นจริง เปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการ และแสดงออกเป็นระดับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

- ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความยินดีมีสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ห้องอาหารแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็ว หรือลูกค้าเดินทางด้วยสายการบินถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยตรงตามกำหนดเวลา

- ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มหรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับบริการเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานบริการแห่งหนึ่ง พร้อมได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์ และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง และได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่คาดคิดมาก่อนเพราะเป็นลูกค้าที่กำหนดให้รับรางวัล

3.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538: 24-25) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจในการบริการของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการ เป็นมาตรการที่ใช้วัดประสิทธิภาพในการให้บริการ และในการวัดความพึงพอใจของการให้บริการสามารถวัดได้ 7 ด้านคือ

1. การให้บริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นการให้บริการอย่างกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ไม่โอ้อ้อ พุดคุย ทำธุระอย่างอื่นที่ไม่ใช่บริการลูกค้า นอกจากจะทำงานอย่างรวดเร็วแล้ว ต้องมีความรอบคอบสุขุม ระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานที่ทำเป็นอย่างดี และต้องทำด้วยสมาธิ
2. การให้บริการอย่างเพียงพอโดยคำนึงถึงคนที่เหมาะสม และเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ เพื่อมิให้เกิดการรอคอยในการให้บริการนานเกินไป
3. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วิทยุฒิ คุณวุฒิ เป็นการให้บริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า เป็นการให้บริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทั้งทางด้านผลงาน และให้บริการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงาน
5. การให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นการให้บริการต่อผู้มาใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์ที่ส่งผลเสียต่อความรู้สึกกับผู้มาใช้บริการ
6. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการให้บริการที่มีรูปแบบการให้บริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน
7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน มีสถานที่อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

สรุปความพึงพอใจจากแนวคิดข้างต้น ซึ่งเป็นความพึงพอใจจากการบริการทั้งองค์กรของ รัฐและเอกชนในเรื่องต่างๆ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสรุปความพอใจต่อการบริการ คือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังจากได้รับการให้บริการของพนักงาน ที่เกิดจากความพึงพอใจด้านต่างๆ 5 ด้าน คือ

1. ด้านพนักงานว่าพนักงานมีความกระตือรือร้น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือลูกค้า การให้บริการลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน รวมถึงบุคลิกภาพของพนักงานในการให้บริการ
2. ด้านความสะดวกในการให้บริการ มีการตอบปัญหาข้อสงสัยหรือแก้ปัญหา และความเพียงพอของพนักงานที่จัดไว้สำหรับให้บริการ
3. ด้านสถานที่ มีความสะดวกของสถานที่จอดรถ ห้องสุขา
4. ด้านการบริการข้อมูล มีป้ายประกาศ บอกข้อมูลชัดเจน
5. ด้านระยะเวลาการดำเนินการ มีระยะเวลาในการรอรับบริการต่างๆ เหล่านี้ทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

ความพึงพอใจของลูกค้าสำคัญอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยโดย The American society of Quality (ASQ) พบว่าสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจต้องสูญเสียลูกค้าไปเมื่อคิดเทียบเป็นสัดส่วนพบว่า 2 ใน 3 ส่วนของลูกค้านั้นเลิกซื้อสินค้าและบริการจากบริษัทนั้นมีเหตุผลมาจากความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ รวมถึงพนักงานขาดการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า หรือพูดง่าย ๆ ก็คือบริษัทล้มเหลวในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านั่นเอง ในขณะที่การจากไปของลูกค้าอันเนื่องมาจากถูกคู่แข่งแย่งชิงไปมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 9 และอีกร้อยละ 5 เกิดจากถูกผู้อื่นชักชวนหรือบังคับให้ใช้ผลิตภัณฑ์อื่นแทน

- ร้อยละ 68 ของลูกค้าที่หันไปใช้สินค้าและบริการของกลุ่มคู่แข่ง เพราะพนักงานขาดการเอาใจใส่ลูกค้า
- ร้อยละ 14 เกิดความไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการที่บริษัทนำเสนอ
- ร้อยละ 9 ถูกคู่แข่งแย่งชิงลูกค้าไป
- ร้อยละ 5 ได้รับอิทธิพลจากคนใกล้ชิด ชักชวน/บังคับให้ใช้
- ร้อยละ 1 ลูกค้าเสียชีวิต

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลการสำรวจที่น่าสนใจ คือเหตุผลที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการหนึ่งๆ เกิดจากความประทับใจในการบริการที่ได้รับ และความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการคิดเป็นร้อยละ 50 ในขณะที่มาจากเหตุผลด้านความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคหรือเทคโนโลยี เพียงร้อยละ 7 เท่านั้น ในทางตรงกันข้ามการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเกิดจากความไม่พึงพอใจในการบริการที่ได้รับถึงร้อยละ 40 ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 8 ที่ให้เหตุผลด้านราคา และคุณภาพไม่เหมาะสม จะเห็นได้ว่าการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและใช้บริการ หรือการตัดสินใจเลือกซื้อหรือเลิกใช้ นั้นมีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ได้รับมากกว่าเหตุผลทางด้านคู่แข่ง ราคาและคุณภาพ หรืออิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ หากมองในแง่นี้ย่อมแสดงให้เห็นว่า แท้จริงแล้วผู้ผลิตแต่ละรายมิได้แข่งขันโดยตรงกับคู่แข่งรายอื่นๆ หากแต่เป็นการแข่งขันกับตัวเองในการไล่กวาดความพึงพอใจของลูกค้าให้ทัน และจัดการกับความต้องการดังกล่าวให้ได้ บริษัทใดที่มี

ระบบการรับข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่ดีกว่า และสามารถจัดปัญหาข้อร้องเรียนได้ทันที ย่อมมีความได้เปรียบคู่แข่งชั้น และดึงดูดส่วนแบ่งทางการตลาดมาครอบครองได้

ความพึงพอใจของลูกค้า ยังถือได้ว่าเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญประการหนึ่งของธุรกิจ แม้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจะไม่สามารถจับต้องหรือวัดออกมาในรูปเงินตราได้ (Intangible Asset) เมื่อเทียบกับทรัพย์สินของธุรกิจในอดีตที่มีวัดมูลค่าหรือจับต้องได้ เช่น อาคาร อุปกรณ์ ที่ดิน ฯลฯ (Tangible) แต่การสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าก็ถือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญของธุรกิจที่ต้องสะสมและเสริมสร้างอยู่ตลอดเวลาหากต้องการที่จะรักษาความสามารถทางการแข่งขันไว้ และยังถือเป็นเครื่องยืนยันผลกำไรในอนาคต โดยธุรกิจในยุคปัจจุบันต่างมีแนวโน้มที่จะถือครองสินทรัพย์ที่อยู่ในรูป Intangible Asset มากขึ้นเรื่อยๆ บางรายอาจมี Intangible Asset สูงกว่า Tangible Asset ด้วยซ้ำ

ธุรกิจชั้นนำที่ประสบความสำเร็จมักถือเอาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นดัชนีชี้นำ (Leading Indicators) ถึงแนวโน้มผลประกอบการในอนาคตของบริษัท เพราะการดูแลผลประโยชน์ของบริษัทจากงบการเงินเพียงลำพังเป็นการศึกษาข้อมูลในอดีตหรือสิ่งที่เกิดขึ้นไปแล้ว ไม่สามารถรับประกันได้ว่าในอนาคตจะสามารถขายสินค้าได้ แต่หากลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการก็จะซื้อสินค้าและบริการของบริษัทซ้ำ และแนะนำให้คนใกล้ชิดซื้อด้วยเช่นกัน นำมาซึ่งผลประกอบการที่ดี และผลกำไรของบริษัท สามารถทำนายยอดขายที่จะเกิดในอนาคตได้ในระดับหนึ่ง

4. เกี่ยวกับรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก (มินิบัส)

ในปัจจุบัน รถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก (มินิบัส) ราคาค่าโดยสาร 8 บาทตลอดสายตลอดสาย ซึ่งรถมินิบัสในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 624 คัน และมีสายการวิ่งทั้งหมด 47 สาย รอบกรุงเทพฯ และปริมณฑล รายละเอียดการวิ่งดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 การเดินรถโดยสารร่วมประจำทาง (เล็ก)

สายรถ	เขต การ เดินรถ	ต้นทาง-ปลายทาง	ประเภทรถ	ช่วงเวลาเดินรถ
11	1	ช่วงหมู่บ้านผาสุข - คลองตัน	รถเอกชนร่วมบริการ (รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
29	1	ม.ธรรมศาสตร์(ศูนย์รังสิต) - หัวลำโพง	๐ รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05:00 - 22:00
34	1	รังสิต - หัวลำโพง	๐รถธรรมดา(ครีม - แดง) ๐รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") ๐รถปรับอากาศ(ยูโรทู) ๐รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00

ตาราง 1 (ต่อ)

สายรถ	เขต การ เดินรถ	ต้นทาง-ปลายทาง	ประเภทรถ	ช่วงเวลาเดินรถ
39	1	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(ศูนย์รังสิต) - สนามหลวง	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
52	1	ปากเกร็ด - สถานีรถไฟบางซื่อ	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
ต.81	1	อสมท. - ตลาดสะพานใหม่	รถ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
27	2	มีนบุรี - ถนนลาดพร้าว-อนุสาวรีย์ ชัยฯ	รถเอกชนร่วมบริการปรับอากาศ (ครีมน้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
60	2	ตัดช่วงหมู่บ้านปฐวิกรณ์ - ปากคลองตลาด	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
71	2	สวนสยาม - วัดธาตุทอง	รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
207	2	ช่วงวัดศรีเอี่ยม - แอปป์แลนด์	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
2	3	อู่เมกาบางนา – ปากคลองตลาด	รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
46	3	วิทยาเขตรามคำแหง - หัวลำโพง	รถเอกชนร่วมบริการ(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
1	4	ถนนตก – ท่าเตียน	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถเอกชนร่วมบริการ(มินิบัส)	05.00 – 23.00
12	4	ตัดช่วงห้วยขวาง - กระทรวงพาณิชย์	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
74	4	ห้วยขวาง - คลองเตย	รถเอกชนร่วมบริการ(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
77	4	อู่สาธุประดิษฐ์ - หมอชิตใหม่	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถปรับอากาศ(ขาว - น้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00

ตาราง 1 (ต่อ)

สายรถ	เขต การ เดินรถ	ต้นทาง-ปลายทาง	ประเภทรถ	ช่วงเวลาเดินรถ
89	4	สวนลุมพินี - ดลิ่งชั้น	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
6	5	พระประแดง - บางลำพู	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
17	5	ท่าข้าม - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
20	5	ป้อมพระจุลจอมเกล้า - ทำนาคินแดง	รถปรับอากาศ(ขาว - น้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
68	5	แสมดำ - บางลำพู	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
75	5	วัดพุทธบูชา - หัวลำโพง	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
82	5	พระประแดง - สนามหลวง	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
88	5	อาคารสงเคราะห์ - ถ.กรุงธนบุรี	รถเอกชนร่วมบริการ(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
42	6	วงกลมท่าพระ - เสาชิงช้า	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
43	6	ร.ร.ศึกษานารี2 - เทเวศน์	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
56	6	สะพานกรุงธน(วงกลม) - สะพานกรุง ธน	รถเอกชนร่วมบริการ(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
80	6	ตัดช่วงหนองแขม - สนามหลวง	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา

ตาราง 1 (ต่อ)

สายรถ	เขต การ เดินรถ	เส้นทาง-ปลายทาง	ประเภทรถ	ช่วงเวลาเดินรถ
81	6	สะพานพระปิ่นเกล้า - พุทธมณฑล ลาย(หมู่บ้านกลาโหม)	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
120	6	ตัดช่วงคลองสาน - วัดสิงห์	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
120	6	คลองสาน - ตลาดมหาชัยเมืองใหม่	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
123	6	ท่าราชวรดิฐ - พุทธมณฑลสาย2- หนองแขม	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
124	6	สนามหลวง - ส.ชนสงฆ์สินค้าพุทธ-ส. เทคโนโลยีสาธา	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
125	6	สถานีชุมทางบางซื่อ2 - ร.ร. รัตนโกสินทร์สมโภช	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 23.00
5	7	สถานีขนส่ง(จตุจักร) – จักรวรรดิ	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(มินิบัส)	05.00 – 22.00
14	7	ช่วงศรียาน - ลุมพินี	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
18	7	อุท่าอิฐ - อนุสาวรีย์ชัยฯ	รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
30	7	ตัดช่วงนนทบุรี – สถานีขนส่งฯ (ตลิ่งชัน)	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
66	7	ประชาชนิเวณ2 – สถานีรถไฟฟ้า บางซื่อ	รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	ระบุช่วงเวลา
70	7	ประชาชนิเวณ 3 - สนามหลวง	รถธรรมดา ครีม - แดง(ค่าโดยสาร "ฟรี") รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถปรับอากาศ(ยูโรทู) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
28	8	สถานีขนส่งผู้โดยสาร(จตุจักร) - สถานีขนส่งผู้โดยสาร(ตลิ่งชัน)	•รถเอกชนร่วมบริการ(ครีม - แดง) •รถเอกชนร่วมบริการปรับอากาศ (ครีมน้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00

ตาราง 1 (ต่อ)

สายรถ	เขต การ เดินรถ	ต้นทาง-ปลายทาง	ประเภทรถ	ช่วงเวลาเดินรถ
44	8	ตลาดแอปปีแลนด์ - ท่าเตียน	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถปรับอากาศ(ขาว - น้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
92	8	ช่วงแยกพัฒนาการ - อนุสาวรีย์ชัย	รถธรรมดา(ครีม - แดง) รถปรับอากาศ(ขาว - น้ำเงิน) รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00
122	8	ห้วยขวาง - สถานีขนส่งผู้โดยสาร กรุงเทพ(จตุจักร)	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 05.00
122	8	ช่วงห้วยขวาง - สถานีลาดพร้าว	รถเอกชน รถเอกชนร่วมบริการ(รถมินิบัส)	05.00 – 22.00

ที่มา: <http://www.bmta.co.th/?q=th/services>

เงื่อนไขการยกเว้น หรือ ลดหย่อนค่าโดยสาร

1. ผู้ได้รับการยกเว้นค่าโดยสาร

1.1 ผู้ตรวจการขนส่ง

1.2 พระภิกษุ สามเณร

1.3 แม่ชี (ที่ถือหนังสือรับรองการบวชจากสำนักปฏิบัติธรรมพร้อมบัตรประจำตัว

ประชาชน)

1.4 บุรุษไปรษณีย์ในเครื่องแบบ (ขณะปฏิบัติหน้าที่)

1.5 ผู้ถือบัตรประจำตัวพนักงานองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

1.6 ผู้ถือบัตรหรือเหรียญตราของทางราชการ ที่ระบุไว้ว่ามีสิทธิยกเว้นค่าโดยสาร

ประจำทาง

2. ผู้ได้รับการลดหย่อนค่าโดยสารครึ่งราคา

2.1 คนตาบอด ที่มีหนังสือรับรองของสมาคมคนตาบอด

2.2 ทหาร ตำรวจ ในเครื่องแบบ

2.3 ผู้ถือบัตรหรือเหรียญตราของทางราชการ ที่มีระเบียบระบุไว้ว่ามีสิทธิได้รับการ

ลดหย่อนค่าโดยสาร รถประจำทางครึ่งราคา เสียค่าโดยสารครึ่งราคา ดังนี้

2.3.1 ผู้ถือบัตรประจำตัวเหรียญชัยสมรภูมิ และทายาท

2.3.2 ผู้ถือบัตรประจำตัวเหรียญงานพระราชสงครามในทวีปยุโรป

2.3.3 ผู้ถือบัตรประจำตัวเหรียญราชการชายแดน

2.3.4 ผู้ถือบัตรประจำตัวเหรียญพิทักษ์เสรีชน

2.3.5 ผู้ถือบัตรประจำตัวทหารผ่านศึกนอกประจำการชั้นที่ 1 2 3 และ 4

2.3.6 ผู้ถือบัตรประจำตัวครอบครัวทหารผ่านศึก บัตรชั้นที่ 1

2.3.7 ผู้ถือบัตรประจำตัวครอบครัวทหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติ ราชการสนาม กรณีไปทำการรบในงานพระราชสงครามในทวีปยุโรป กรณีพิพาทกับอินโดจีน กรณีสงครามมหาเอเชียบูรพา กรณีสงครามเกาหลี และกรณีสงครามเวียดนาม

2.3.8 ผู้ถือบัตรประจำตัวครอบครัวทหารผ่านศึกนอกประจำการ บัตรชั้นที่ 1

2.4 ผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พุทธศักราช 2546 แสดงบัตรประจำตัวประชาชนเมื่อมาใช้บริการรถโดยสาร ประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพและรถของผู้ประกอบการที่เดินรถร่วมกับองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

2.5 ผู้พิการทุกประเภท ได้แก่ คนพิการที่เห็นเป็นประจักษ์ หรือคนพิการที่ถือบัตรสมาชิกสมาคมคนพิการสมาคม ไตสมาคมหนึ่ง ในเส้นทางรถโดยสารประจำทาง หมวด 1 ในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดที่มีเส้นทาง ต่อเนื่องและหมวด 4 กรุงเทพมหานคร

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิดา พันธิไชย (2546) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 26 ปี เป็นนักเรียนนักศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ใช้บริการรถปรับอากาศชั้น 1 ช่วงเวลา 20.20 น. – 21.00 น. ในวันศุกร์ – อาทิตย์ ใช้บริการมากกว่าเดือนละ 3 ครั้ง และส่วนใหญ่เคยใช้บริการของบริษัท เชิดชัยทัวร์ จำกัด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร โดยรวมและเป็นรายด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบริการ และ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อาชีพ รายได้ และประเภทของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร โดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศเพื่อใช้ในการปรับปรุงธุรกิจรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ชุตินา ธานีพัฒนานกร (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ในด้านส่วนบุคคล พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานและลูกจ้างพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ในด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศเพื่อเดินทางกลับภูมิลำเนา โดยซื้อตั๋วที่สถานีในวันเดินทาง ลักษณะการซื้อตั๋วแบบซื้อตั๋วเที่ยวเดียวช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดอยู่ระหว่าง 12.01-18.00 น. และส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-2 ครั้ง ต่อเดือน ในด้านปัจจัยการตลาด พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องของรถโดยสารมีสภาพดี เครื่องยนต์ไม่ขัดข้องระหว่างเดินทาง ด้านบริการ ในเรื่องจำนวนรถโดยสารที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องของความสะดวกของสถานที่จอดรถในการเข้าไปซื้อตั๋วและจองตั๋ว ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่างๆ ด้านพนักงานที่ให้บริการในเรื่องการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยในขณะปฏิบัติหน้าที่ ทั้งพนักงานขับรถและพนักงานประจำรถ ด้านกระบวนการการให้บริการในเรื่องของความตรงเวลาของรถโดยสาร และด้านอื่นๆ (จิตวิทยา เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมและวัฒนธรรม) ในเรื่องรู้สึกมั่นใจและความเชื่อมั่นและต่อบริษัทเดินรถ

วรรณิ์ เหล่าเรืองโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-29 ปี มีการศึกษาสูงสุดคือ อนุปริญญา – ปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคคลแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายและด้านคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม และด้านคุณภาพในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

จิตรา วิแก้ว (2546) ศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ขสมก. ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15-23 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท รถโดยสารปรับอากาศ ยูโร 2 มีผู้ใช้บริการน้อยสุด โดยใช้บริการในวันธรรมดา ช่วงเวลาในการใช้บริการน้อยสุดคือ 17.01น. – 21.00 น. การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต้องทำการต่อรถ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 2 ครั้ง เวลาในการคอยรถ

โดยสารประจำทางปรับอากาศ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 21 นาที เวลาอยู่บนรถโดยสารโดยเฉลี่ย 57 นาที
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางรถโดยสารประจำทางปรับอากาศโดยเฉลี่ยเท่ากับ 30 บาท ความถี่ในการ
เดินทางต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 4 วัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยการหากกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-Probability เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ใช้บริการที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 74)

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2}{4e^2}$$

โดยที่ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ Z จะมีค่าเท่ากับ 1.96

e แทน ความคาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 หรือ $e = 0.05$ ในที่นี้จะได้

$$n = \frac{(1.69)^2}{4(0.05)^2} \approx 383$$

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็น 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 Purposive sampling ใช้ในการเลือกเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 เขต ที่มีรถโดยสารประจำทางเล็กให้บริการ ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และวงเวียนใหญ่ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีผู้มารับบริการเป็นจำนวนมาก เป็นจุดเชื่อมต่อมีรถประจำทางผ่านหลายสาย ทั้งในเขตของกรุงเทพมหานคร และ เขตของธนบุรี รถประจำทางเล็กที่ผ่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ได้แก่ สาย 12,17,18 ,27,29, 74,77,92 และ 97 รถประจำทางเล็กที่ผ่านวงเวียนใหญ่ ได้แก่ สาย 20,43,82,89,120

ขั้นตอนที่ 2 Quota Sampling เป็นการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ให้ครบ โดยเป็นผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นเขตละ 200 คน ตามจำนวนการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เต็มใจ และยินดีให้ข้อมูล

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎีแนวความคิดวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้เป็นเครื่องมือวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็ก ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response) แต่ละคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทระดับอันดับ (Ordinal Scale)

1. ไม่เกิน 20 ปี
2. 21-40 ปี
3. 41 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 การศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทระดับอันดับ (Ordinal Scale)

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 รายได้ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทระดับอันดับ (Ordinal Scale)

1. 5,000 – 10,000 บาท
2. 10,001 – 15,000 บาท
3. 15,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 5 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทระดับอันดับ (Nominal Scale)

1. นักเรียน นิสิต นักศึกษา
2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย
5. เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ
6. อื่นๆ

ข้อที่ 6 ความถี่ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็ก ต่อสัปดาห์ (Ordinal Scale)

1. 1 - 3 ครั้ง
2. 4 - 6 ครั้ง
3. 7 ครั้ง ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารรถโดยสารประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 16 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

- | | |
|----------------------------------|-------------|
| 1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) | จำนวน 4 ข้อ |
| 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) | จำนวน 3 ข้อ |

3. การตอบสนอง (Responsiveness) จำนวน 3 ข้อ
4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) จำนวน 3 ข้อ
5. การเอาใจใส่ (Empathy) จำนวน 3 ข้อ

โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในส่วนที่ 2 นี้เป็นเกณฑ์ในการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ (Likert) ลักษณะคำถามเป็นแบบสเกลการจัดประเภทที่เลือก Selected category scales (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541: 166) มีสเกลวัดความคิดเห็น 5 ระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าประเมิน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 25) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญทางด้านปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ (Perceived Service Quality) ด้วยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงความกว้างระดับละ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับดีมาก
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับดี
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับไม่ดี
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะแบบสอบถามแบบ Likert Scale รวม 4 ข้อ

ข้อ 1 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมการให้บริการ มีการให้ค่าคะแนนตามระดับแนวโน้ความพึงพอใจ 1 คะแนน ไปจนถึง 5 คะแนน ตามลำดับดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจอย่างมาก
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจ
- 3 หมายถึง ค่อนข้างพึงพอใจ
- 2 หมายถึง ไม่พึงพอใจ
- 1 หมายถึง ไม่พึงพอใจอย่างมาก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541: 25) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญทางด้านความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็ก ด้วยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ยจะได้ช่วงความกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริการมีความพึงพอใจบริการในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริการมีความพึงพอใจบริการในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริการมีความพึงพอใจบริการในระดับระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริการไม่มีความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริการไม่มีความพึงพอใจอย่างมาก

ข้อที่ 2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อสภาพรถโดยสาร มีการให้ค่าคะแนนตามระดับแนวโน้ความพึงพอใจ 1 คะแนน ไปจนถึง 5 คะแนน ตามลำดับดังนี้

- 5 หมายถึง ดีกว่าที่คาดหวังไว้มาก
- 4 หมายถึง ดีกว่าที่คาดหวัง
- 3 หมายถึง ตามที่คาดหวัง
- 2 หมายถึง ต่ำกว่าที่คาดหวัง
- 1 หมายถึง ต่ำกว่าที่คาดหวังไว้มาก

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 25) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญทางด้านความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็ก ด้วยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงความกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกดีกว่าที่คาดหวังไว้มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกดีกว่าที่คาดหวัง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกเป็นไปตามที่คาดหวัง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกต่ำกว่าที่คาดหวัง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกต่ำกว่าที่คาดหวังไว้มาก

ข้อที่ 3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถ มีการให้ค่าคะแนนตามระดับแนวโน้มความพึงพอใจ 1 คะแนน ไปจนถึง 5 คะแนน ตามลำดับดังนี้

- 5 หมายถึง ไม่มีข้อบกพร่องเลย
- 4 หมายถึง มีข้อบกพร่องน้อย
- 3 หมายถึง มีข้อบกพร่องปานกลาง
- 2 หมายถึง มีข้อบกพร่องมาก
- 1 หมายถึง เต็มไปด้วยข้อบกพร่องทุกอย่าง

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 25) โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญทางด้านความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็ก ด้วยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงความกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกที่ไม่มีข้อบกพร่องเลย
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องน้อย
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องมาก
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องทุกอย่าง

ข้อที่ 4 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเก็บเงิน มีการให้ค่าคะแนนตามระดับ
 แนวโน้มความพึงพอใจ 1 คะแนน ไปจนถึง 5 คะแนน ตามลำดับดังนี้

- 5 หมายถึง ไม่มีข้อบกพร่องเลย
- 4 หมายถึง มีข้อบกพร่องน้อย
- 3 หมายถึง มีข้อบกพร่องปานกลาง
- 2 หมายถึง มีข้อบกพร่องมาก
- 1 หมายถึง เต็มไปด้วยข้อบกพร่องทุกอย่าง

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำถาม (ชุตี วงศ์รัตน์, 2541: 25) โดยมีหลักเกณฑ์
 ในการพิจารณาแบ่งระดับความสำคัญทางด้านความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็ก
 ด้วยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยการคำนวณตามหลักการหา
 ค่าเฉลี่ย จะได้ช่วงความกว้างระดับ 0.8 ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น (Interval)} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น (Class)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกที่ไม่มีข้อบกพร่องเลย
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องน้อย
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องมาก
 ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริการมีความรู้สึกว่ามีข้อบกพร่องทุกอย่าง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความคิดเห็นในการให้บริการ ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ และการประเมินคุณภาพบริการเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถามที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 49)

ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจ และพฤติกรรมการโดยสารรถโดยสารประจำทางเล็ก ของผู้บริการโดยแบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ หรือมีประสบการณ์การโดยสารรถโดยสารประจำทางเล็ก ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการทำการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำราที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย วิทยานิพนธ์ ปริญญานิพนธ์ สารนิพนธ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามที่เก็บได้กลุ่มจากตัวอย่างครบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเพื่อการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานจะนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติต่างๆในการวิเคราะห์

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบาย และวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริกรที่มาใช้ หรือมีประสบการณ์ในการโดยสารรถโดยสารประจำทางเล็ก

- 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ(Percentage)

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

- 1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าครอนบัค แอลฟา (Alpha-Coefficient Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 43)

$$\alpha = \frac{k \text{Covariance/Variance}}{1 + (K - 1) \text{Covariance/Variance}}$$

เมื่อ α	แทน สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
k	แทน จำนวนข้อคำถาม
$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$	แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
$\frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}$	แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาครั้งนี้จะตั้งระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

3.1 ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent Sample) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 135)

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีองศาอิสระ (Degree of freedom) $df = n_1 + n_2 - 2$

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีองศาอิสระ (Degree of freedom)

$$df = \frac{\left[\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right) + \left(\frac{S_2^2}{n_2} \right) \right]^2}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทน สมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 x_1 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$
 s_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

โดยที่ $s_p^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$

s_i^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i ; $i = 1, 2$
 x_1 แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างที่ i ; $i = 1, 2$

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)
แบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา
วานิชย์บัญชา. 2545:293)

3.2.1 ค่า F-Ratio ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มขึ้นไป โดย
การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (กัลยา
วานิชย์บัญชา. 2545:135)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าวิกฤติการแจกแจงแบบ F ทราบ
นัยสำคัญ

MS_b แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
(Mean Square between Groups)

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
(Mean Square within Groups)

โดยที่ $MS_b = \frac{SS_b}{(k-1)}$

$$MS_w = \frac{SS_w}{(n-1)}$$

SS_b แทน ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม
(Between Group sum of Square)

SS_w แทน ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม
(Within Group sum of Square)

k แทน จำนวนกลุ่ม

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

$(k - 1)$ แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันระหว่างกลุ่ม (dfb)

$(n - k)$ แทน Degree of freedom สำหรับการแปรผันภายในกลุ่ม (dfw)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่
ระดับนัยสำคัญ แอลฟา = 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะใช้วิธี Fisher's Least-

Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 258)

$$\text{เมื่อ } n_i \neq n_j; \text{LSD} = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

$$\text{ถ้า } n_i = n_j; \text{LSD} = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $(dfw) = n - k$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean SquareError (MS_w)

k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความคาดเคลื่อน

n_i แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.2.2 สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-Forsythe (B) ใช้ในกรณีที่มีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน (Hartung. 2001: 300) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

$$\text{โดยค่า } MSW' = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSW' แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-Forsythe

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

S_i^2 แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่าคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์. 2543: 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_j}{MS_{(w)} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$MS_{(w)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

(Mean Square within Groups) สำหรับ Brown-Forsythe

$\bar{X}_i$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\bar{X}_j$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

n_i แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ j

3.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 311-312)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนน x

$\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนน y

$\sum x^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum y^2$ แทน ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y

n แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 280)

1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า x เพิ่มขึ้น y จะลด ถ้า x ลด y จะเพิ่ม

2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า x เพิ่มขึ้น y จะเพิ่มขึ้น ถ้า x ลด y จะลดลงด้วย

3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

7) ในการประเมินผล จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอัตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{1 - 0}{5} = 0.2\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ อาชีพ ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์

ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ โดยแบ่งเป็นด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่

ข้อที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยจำแนกตาม ความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 4 ข้อ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย

S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution

SS แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)

MS แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)

r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of freedom)

sig แทน ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการ ซึ่งสามารถเก็บได้จากผู้โดยสารรถโดยสารประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยแจกแจงเป็นจำนวน และค่าร้อยละ ได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไปของลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.1 เพศ		
ชาย	202	50.5
หญิง	198	49.5
รวม	400	100.0
1.2 อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	140	35.0
21-40 ปี	159	39.8
41 ปีขึ้นไป	101	25.3
รวม	400	100.0
1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	201	50.3
ปริญญาตรี	171	42.8
สูงกว่าปริญญาตรี	28	7.0
รวม	400	100.0
1.4 รายได้		
5,000 – 10,000 บาท	159	39.8
10,001 – 15,000 บาท	115	28.8
15,001 บาทขึ้นไป	126	31.5
รวม	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.5 อาชีพ		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	127	31.8
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	118	29.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย	81	20.3
เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ	35	8.8
อื่นๆ	13	3.3
รวม	400	100.0
1.6 ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์		
1-3 ครั้ง	186	46.5
4-6 ครั้ง	125	31.3
7 ครั้งขึ้นไป	89	22.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 จะเห็นว่าจากผู้ให้บริการโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำนวน 400 คน ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวนที่ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่ อยู่ที่ 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

พิจารณาตามเพศ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

พิจารณาตามอายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ อายุ 41 ปี ขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

พิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

พิจารณาตามรายได้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8

พิจารณาตามอาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา พนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ถัดมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ถัดมา เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ถัดมา ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ อาชีพอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

พิจารณาตามความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ใช้บริการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ถัดมา ใช้บริการ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ใช้บริการ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

เนื่องจากข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ด้านระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพของกลุ่มตัวอย่างข้างต้นมีจำนวนความถี่ในบางช่วงข้อมูลน้อยเกินไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้รวมกลุ่มข้อมูลบางช่วง เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่มีการปรับกลุ่มใหม่

ข้อมูลทั่วไปของลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.1 ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	201	50.3
ปริญญาตรี	199	49.8
รวม	400	100.0
1.2 อาชีพ		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	140	35.0
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.5
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	118	29.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย	81	20.3
เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการด้านอายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่มีการปรับกลุ่มใหม่อธิบายได้ดังนี้

พิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 ตามลำดับ

พิจารณาตามอาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา พนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ถัดมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ถัดมา เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ โดยแบ่งเป็นด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ

ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.34	0.69	ปานกลาง
ด้านความน่าเชื่อถือ	3.33	0.74	ปานกลาง
ด้านการตอบสนอง	3.22	0.74	ปานกลาง
ด้านการให้ความมั่นใจ	3.16	0.68	ปานกลาง
ด้านการเอาใจใส่	3.24	0.76	ปานกลาง
โดยรวม	3.25	0.72	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวม มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านการเอาใจใส่ 3.24 ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ภายในตัวรถมีความสะอาด	3.21	0.85	ปานกลาง
2. เบาะที่นั่งอยู่ในสภาพดี	3.20	0.84	ปานกลาง
3. รถอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเสมอ และมีการติดป้ายบอกเส้นทางข้างตัวรถอย่างชัดเจน	3.40	0.87	ปานกลาง
4. ป้ายบอกเบอร์ของสายรถสามารถมองเห็นได้ง่าย	3.56	0.85	ดี
โดยรวม	3.34	0.85	ปานกลาง

จากตาราง 5 พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ป้ายบอกเบอร์ของสายรถสามารถมองเห็นได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา รถอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเสมอ และมีการติดป้ายบอกเส้นทางข้างตัวรถอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.40 ภายในตัวรถมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.21 และ เบาะที่นั่งอยู่ในสภาพดี มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
5.พนักงานขับรถโดยสาร จอดรถตรงบริเวณป้ายทุกครั้งที่มีผู้โดยสารต้องการจะขึ้นหรือลง	3.21	1.02	ปานกลาง
6.พนักงานเก็บเงินและทอนเงินค่าโดยสารได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.59	0.81	ดี
7.มีรถโดยสารเพียงพอไม่วังช้าระยะ	3.19	0.97	ปานกลาง
โดยรวม	3.33	0.93	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ พนักงานเก็บเงินและทอนเงินค่าโดยสารได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ พนักงานขับรถโดยสาร จอดรถตรงบริเวณป้ายทุกครั้งที่มีผู้โดยสารต้องการจะขึ้นหรือลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีรถโดยสารเพียงพอไม่วิ่งขาดระยะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง

ด้านการตอบสนอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
8.พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ มีกิริยามารยาทที่ดี	3.18	0.92	ปานกลาง
9.พนักงานบนรถโดยสารมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ	3.19	0.84	ปานกลาง
10.พนักงานมีการบอกผู้โดยสารเกี่ยวกับป้ายจอดรถข้างหน้า เพื่อให้ผู้โดยสารมีการเตรียมตัวลงจากรถ	3.31	0.85	ปานกลาง
โดยรวม	3.22	0.87	ปานกลาง

จากตาราง 7 พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พนักงานมีการบอกผู้โดยสารเกี่ยวกับป้ายจอดรถข้างหน้า เพื่อให้ผู้โดยสารมีการเตรียมตัวลงจากรถ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.31 รองลงมาคือ พนักงานบนรถโดยสารมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และ พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ มีกิริยามารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
11.พนักงานสามารถบอกเส้นทางหรือป้ายรถที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสารได้	3.56	0.83	ดี
12.การขับรถของพนักงานไม่สร้างความหวาดเสียวให้กับผู้โดยสาร	2.96	0.97	ปานกลาง
13.พนักงานมีการแจ้งเตือนผู้โดยสารที่กำลังรอรถโดยสารว่ารถของตนมีเส้นทางวิ่งไปที่ไหนบ้าง	2.99	0.92	ปานกลาง
โดยรวม	3.17	0.90	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีระดับการรับรู้ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถบอกเส้นทางหรือป้ายรถที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสารได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ พนักงานมีการแจ้งเตือนผู้โดยสารที่กำลังรอรถโดยสารว่ารถของตนมีเส้นทางวิ่งไปที่ไหนบ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และ การขับรถของพนักงานไม่สร้างความหวาดเสียวให้กับผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ ด้านการเอาใจใส่

ด้านการเอาใจใส่	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
14. พนักงานเก็บเงินให้ความใส่ใจกับผู้โดยสารบนรถอย่างทั่วถึง	3.16	0.84	ปานกลาง
15.พนักงานขับรถ รอจนกระทั่งผู้โดยสารขึ้นรถโดยสารเรียบร้อยแล้วจึงค่อยเคลื่อนตัวรถ	3.22	1.01	ปานกลาง
16.พนักงานดูแลผู้โดยสารกลุ่มพิเศษ เช่น พระภิกษุ หญิงมีครรภ์ ผู้พิการ และ ผู้ชรา เป็นอย่างดี	3.34	0.937	ปานกลาง
โดยรวม	3.24	0.92	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความเอาใจใส่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าพนักงานดูแลผู้โดยสารกลุ่มพิเศษ เช่น พระภิกษุ หญิงมีครรภ์ ผู้พิการ และ ผู้ชรา เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือ พนักงานขับรถ รอจนกระทั่งผู้โดยสารขึ้นรถโดยสารเรียบร้อยแล้วจึงค่อยเคลื่อนตัวรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ พนักงานเก็บเงินให้ความใส่ใจกับผู้โดยสารบนรถอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ

ข้อที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ความพึงพอใจที่มีต่อภาพรวม	2.83	0.934	พึงพอใจระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพรถโดยสาร	2.69	0.816	พึงพอใจระดับปานกลาง
3. ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถ	2.73	0.845	พึงพอใจระดับปานกลาง
4. ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเก็บเงิน	2.75	0.867	พึงพอใจระดับปานกลาง

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อภาพรวมสำหรับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.83 รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถ 2.73 และ ความพึงพอใจที่มีต่อรถโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงความแปรปรวนของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กด้านเพศ

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	1.634	0.202
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	8.037	0.005
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	6.334	0.012
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	0.001	0.976

จากตาราง 11 ผลการทดสอบ Levene's Test พบว่า ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 และ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Not Assumed ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ส่วนความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.202 และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.976 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Assumed ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านเพศ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	ชาย	2.87	0.907	0.732	398	0.465
	หญิง	2.80	0.961			
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	ชาย	2.79	0.772	2.417	392.889	0.016
	หญิง	2.59	0.849			
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	ชาย	2.81	0.796	1.843	391.664	0.066
	หญิง	2.65	0.887			
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	ชาย	2.84	0.900	2.262	398	0.24
	หญิง	2.65	0.822			

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบ t-test พบว่า ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.465 , 0.066 และ 0.24 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของอายุแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของอายุแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทาง
เล็ก จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก	แหล่งความ แปรปรวน	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	28.268	2	327.995	0.00
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	14.208	2	327.850	0.00
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	26.682	2	319.226	0.00
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	44.731	2	330.303	0.00

จากตาราง 13 ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทาง
เล็ก จำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถ
โดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า sig เท่ากับ
0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดง
ว่ามีความแปรปรวนในกลุ่มความพึงพอใจโดยรวมสำหรับการให้บริการ จะใช้สถิติ Brown-Forsythe
ในการทดสอบ ดังแสดงในตาราง 14

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามอายุ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	44.801	2	22.400	29.352	.000
	ภายในกลุ่ม	302.977	397	.763		
	รวม	347.777	399			
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	18.442	2	9.221	14.814	.000
	ภายในกลุ่ม	247.118	397	.622		
	รวม	265.560	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	ระหว่างกลุ่ม	34.895	2	17.447	27.712	.000
	ภายในกลุ่ม	249.945	397	.630		
	รวม	284.840	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	ระหว่างกลุ่ม	56.834	2	28.417	46.396	.000
	ภายในกลุ่ม	243.156	397	.612		
	รวม	299.990	399			

จากตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน จำแนกตามอายุ โดยใช้การทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 15,16,17,18

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20 ปี	21-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี	3.18	-	.317 (0.002)	.872 (0.000)
21 – 40 ปี	2.86		-	.555 (0.000)
41 ปีขึ้นไป	2.31			-

จากตาราง 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 21-40 ปี และ กลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.317 และ 0.872 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.555

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20 ปี	21-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี	2.94		.263 (.004)	.559 (.000)
21 – 40 ปี	2.67			.297 (.003)
41 ปีขึ้นไป	2.38			

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 21-40 ปี และ กลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.263 และ 0.559 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับพนักงานขับรถ

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20 ปี	21-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี	3.11		.478 (0.00)	.741 (0.00)
21 – 40 ปี	2.63			.263 (0.01)
41 ปีขึ้นไป	2.37			

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 21-40 ปี และ กลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.478 และ 0.741 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.263

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันกับพนักงานเก็บเงิน

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 20 ปี	21-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี	2.67		0.527 (0.00)	0.972 (0.00)
21 – 40 ปี	2.23			.445 (0.00)
41 ปีขึ้นไป	2.75			

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 21-40 ปี และ กลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.527 และ 0.972 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-40 ปี มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง 41 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.445

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน กัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของการศึกษาแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของการศึกษาแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับการศึกษา

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทาง เล็ก	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	7.309	0.007
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	2.549	0.111
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	30.778	0.000
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	15.571	0.000

จากตาราง 19 ผลการทดสอบ Levene's Test พบว่า ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ มีค่า Sig เท่ากับ 0.007 ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Not Assumed ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง

(H₁) ส่วนความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.111 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Assumed ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀)

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับการศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ	การศึกษา	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวม การให้บริการ	ต่ำกว่า ป.ตรี	3.03	0.916	4.343	397.993	0.000
	ปริญญาตรี	2.63	0.911			
ความพึงพอใจต่อสภาพรถ โดยสาร	ต่ำกว่า ป.ตรี	2.80	0.814	2.631	398	0.009
	ปริญญาตรี	2.58	0.805			
ความพึงพอใจต่อพนักงาน ขับรถ	ต่ำกว่า ป.ตรี	2.96	0.744	5.550	385.776	0.000
	ปริญญาตรี	2.50	0.881			
ความพึงพอใจต่อพนักงาน เก็บเงิน	ต่ำกว่า ป.ตรี	3.00	0.828	6.049	397.875	0.000
	ปริญญาตรี	2.49	0.834			

จากตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบ t-test พบว่า ความพึงพอใจต่อภาพรวม การให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร มีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H₀: รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กไม่แตกต่างกัน

H₁: รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของรายได้แต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของรายได้แต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านระดับรายได้

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก	แหล่ง			
	ความแปรปรวน	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	9.645	2	364.912	.000
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	3.994	2	378.299	.019
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	19.063	2	351.917	.000
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	21.636	2	372.330	.000

จากตาราง 21 ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า sig เท่ากับ 0.00 และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร มีค่า Sig เท่ากับ 0.019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ามีความแปรปรวนในกลุ่มความพึงพอใจโดยรวมสำหรับการให้บริการ จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ดังแสดงในตาราง 21

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามระดับรายได้

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	16.302	2	8.151	9.762	.000
	ภายในกลุ่ม	331.476	397	.835		
	รวม	347.777	399			
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	5.097	2	2.548	3.884	.021
	ภายในกลุ่ม	260.463	397	.656		
	รวม	265.560	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	ระหว่างกลุ่ม	25.541	2	12.771	19.553	.000
	ภายในกลุ่ม	259.299	397	.653		
	รวม	284.840	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	ระหว่างกลุ่ม	29.306	2	14.653	21.491	.000
	ภายในกลุ่ม	270.684	397	.682		
	รวม	299.990	399			

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน จำแนกตามระดับรายได้ โดยใช้การทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินที่แตกต่างกัน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร จำแนกตามระดับรายได้ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 26,27,28,29

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ

ระดับรายได้	$\bar{X}$	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
5,000 -10,000 บาท	3.06	-	0.280 (0.013)	0.476 (0.000)
10,001-15,000 บาท	2.78		-	0.195 (0.098)
15,001 บาทขึ้นไป	2.59			-

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง รายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.280 และ 0.476 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.195

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร

ระดับรายได้	$\bar{X}$	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
5,000 -10,000 บาท	2.80	-	0.086 (0.388)	0.267 (0.006)
10,001-15,000 บาท	2.71		-	0.181 (0.083)
15,001 บาทขึ้นไป	2.53			-

จากตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.267

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ

ระดับรายได้	$\bar{X}$	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
5,000 -10,000 บาท	3.01	-	0.302 (0.002)	0.602 (0.000)
10,001-15,000 บาท	2.70		-	0.300 (0.004)
15,001 บาทขึ้นไป	2.40			-

จากตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง รายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.302 และ 0.602 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.300

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน

ระดับรายได้	$\bar{X}$	5,000 - 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001 บาท ขึ้นไป
5,000 -10,000 บาท	3.08	-	0.502 (0.000)	0.591 (0.000)
10,001-15,000 บาท	2.57		-	0.090 (0.000)
15,001 บาทขึ้นไป	2.48			-

จากตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,000-10,000 มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง รายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.502 และ 0.591 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างรายได้ 15,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.090

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของอาชีพแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของอาชีพแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทาง เล็ก ด้านอาชีพ

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก	แหล่ง ความ แปรปรวน	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	19.961	4	242.087	.000
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	6.345	4	255.137	.000
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	10.606	4	194.333	.000
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	18.108	4	209.227	.000

จากตาราง 27 ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทาง เล็ก จำแนกตามระดับอาชีพ พบว่า ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ามีความแปรปรวนในกลุ่มความพึงพอใจโดยรวมสำหรับการให้บริการ จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ดังแสดงในตาราง 27

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	53.687	4	13.422	18.027	.000
	ภายในกลุ่ม	294.090	395	.745		
	รวม	347.778	399			
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	14.798	4	3.699	5.827	.000
	ภายในกลุ่ม	250.762	395	.635		
	รวม	265.560	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	ระหว่างกลุ่ม	30.067	4	7.517	11.654	.000
	ภายในกลุ่ม	254.773	395	.645		
	รวม	284.840	399			
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	ระหว่างกลุ่ม	47.146	4	11.787	18.413	.000
	ภายในกลุ่ม	252.844	395	.640		
	รวม	299.990	399			

จากตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน จำแนกตามอาชีพ โดยใช้การทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 29,30,31,32

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงาน รัฐ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว อาชีพ อิสระ	เกษียณอายุ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	3.22	-	0.491 (0.008)	0.332 (0.002)	0.802 (0.000)	1.107 (0.000)
ข้าราชการ พนักงานรัฐ พนักงานบริษัท	2.73		-	-0.159 (0.395)	0.311 (0.111)	0.616 (0.006)
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพ อิสระ	2.42				-	0.305 (0.000)
เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2.11					-

จากตาราง 29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท, ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และ เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.491 , 0.332 , 0.082 , 1.107 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่างข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.616

- กลุ่มตัวอย่างพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และ เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.470 , 0.776 ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงาน รัฐ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว อาชีพ อิสระ	เกษียณอายุ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	2.91	-	0.299 (0.080)	0.287 (0.004)	0.309 (0.006)	0.657 (0.000)
ข้าราชการ พนักงานรัฐ พนักงานบริษัท	2.62		-	-0.12 (0.946)	0.010 (0.954)	0.358 (0.083)
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	2.63			-	0.022 (0.847)	0.370 (0.016)
เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2.60				-	0.348 (0.032)
	2.26					-

จากตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารแตกต่างกับกลุ่ม พนักงานบริษัท, ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และ กลุ่มเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ย 0.287 , 0.309 , 0.657 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่าง พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.370

- กลุ่มตัวอย่างธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ย 0.348

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงาน รัฐ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว อาชีพ อิสระ	เกษียณอายุ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	3.07	-	0.495 (0.004)	0.487 (0.000)	0.442 (0.000)	0.871 (0.000)
ข้าราชการ พนักงานรัฐ พนักงานบริษัท	2.58		-	-0.008 (0.964)	-0.053 (0.771)	0.377 (0.071)
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	2.63			-	-0.045 (0.699)	0.385 (0.013)
เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2.20				-	0.430 (0.009)

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท, ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ และ กลุ่มเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.495 , 0.487 , 0.442 , 0.871 ตามลำดับ
- กลุ่มตัวอย่าง พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.385
- กลุ่มตัวอย่างธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.430

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน

อาชีพ	$\bar{X}$	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	ข้าราชการ พนักงาน รัฐ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว อาชีพ อิสระ	เกษียณอายุ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	3.17	-	0.556 (0.001)	0.553 (0.000)	0.653 (0.000)	1.068 (0.000)
ข้าราชการ พนักงานรัฐ	2.62		-	-0.003 (0.985)	0.097 (0.591)	0.530 (0.011)
พนักงานบริษัท	2.62			-	0.100 (0.386)	0.533 (0.001)
ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ	2.52				-	0.433 (0.008)
เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2.09					-

จากตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท, ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ , และกลุ่มเกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.556 , 0.553 , 0.653 , 1.068 ตามลำดับ

- กลุ่มตัวอย่าง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.530

- กลุ่มตัวอย่าง พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.533

- กลุ่มตัวอย่างธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่าง เกษียณอายุ ไม่ได้ประกอบอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.433

สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้คือ

H_0 : ความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของความถี่ในการใช้บริการแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของความถี่ในการใช้บริการแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วม ประจำทางเล็ก	แหล่ง ความ แปรปรวน	df1	df2	Sig.
ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ	4.690	2	356.956	.010
ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร	2.026	2	361.274	.133
ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ	.798	2	315.587	.451
ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน	2.219	2	337.909	.110

จากตาราง 33 ความแปรปรวนความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามระดับความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ พบว่า ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ มีค่า sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ามีความแปรปรวนในกลุ่มความพึงพอใจต่อภาพรวมสำหรับการให้บริการ จะใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ดังแสดงในตาราง 33

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการบริการต่อสัปดาห์

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.526	2	3.763	4.390	.013
	ภายในกลุ่ม	340.252	397	.857		
	รวม	347.778	399			
ความพึงพอใจต่อ สภาพรถโดยสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.466	2	1.233	1.860	.157
	ภายในกลุ่ม	263.094	397	.663		
	รวม	265.560	399			
ความพึงพอใจต่อ พนักงานขับรถ	ระหว่างกลุ่ม	1.149	2	.574	.804	.448
	ภายในกลุ่ม	283.691	397	.715		
	รวม	284.840	399			
ความพึงพอใจต่อ พนักงานเก็บเงิน	ระหว่างกลุ่ม	3.220	2	1.610	2.154	.117
	ภายในกลุ่ม	296.770	397	.748		
	รวม	299.990	399			

จากตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ โดยใช้การทดสอบด้วยสถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 38

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความถี่ที่ใช้บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์	$\bar{X}$	1-3 ครั้ง	4-6 ครั้ง	7 ครั้งขึ้นไป
1-3 ครั้ง	2.94	-	0.079 (0.458)	0.351 (0.003)
4-6 ครั้ง	2.86		-	0.272 (0.035)
7 ครั้งขึ้นไป	2.58			-

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างความถี่ในการใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.351

- กลุ่มตัวอย่างความถี่ในการใช้บริการ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.272

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยสำรวจประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยสำรวจประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโดยสำรวจประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า 2-tailed Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 โดยผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติดังกล่าวเป็นดังนี้

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการ กับความพึงพอใจในด้านต่างๆ

ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการ			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
ด้านสิ่งที่สัมผัสได้				
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	0.392	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	0.433	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน ขับรถ	0.387	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน เก็บเงิน	0.388	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
โดยรวม	0.463	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ด้านความน่าเชื่อถือ				
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	0.383	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	0.363	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน ขับรถ	0.391	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน เก็บเงิน	0.395	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
โดยรวม	0.444	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ด้านการตอบสนอง				
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	0.412	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	0.403	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน ขับรถ	0.408	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงาน เก็บเงิน	0.468	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
โดยรวม	0.490	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน

ตาราง 36 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้าน คุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจในการใช้บริการ			
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทางความสัมพันธ์
ด้านการให้ความมั่นใจ				
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	0.422	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	0.425	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	0.471	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	0.467	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
โดยรวม	0.517	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ด้านความเอาใจใส่				
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	0.425	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	0.389	0.000	ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	0.447	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	0.431	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
โดยรวม	0.491	0.000	ระดับปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน

จากตาราง 36 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ พบว่ามีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ปัจจัยด้านการสิ่งที่สัมผัสได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.463 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่ามีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.444 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ด้านการตอบสนอง พบว่ามีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองมี

ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.490 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ด้านการให้ความมั่นใจ พบว่ามีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.517 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ด้านการเอาใจใส่ พบว่ามีค่า sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ปัจจัยด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านต่างๆ โดยค่าความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง เท่ากับ 0.491 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	เป็นไปตามสมมติฐาน	T-Test
สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพแตกต่างกันที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กที่แตกต่างกัน		
ความพึงพอใจภาพรวมการให้บริการ	เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	One Way ANOVA

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
----------	--------------------	-------------

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก

ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

ความพึงพอใจภาพรวมการบริการ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
โดยรวม	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
ด้านความน่าเชื่อถือ		
ความพึงพอใจภาพรวมการบริการ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
โดยรวม	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ด้านการตอบสนอง		
ความพึงพอใจภาพรวมการบริการ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
โดยรวม	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
ด้านการให้ความมั่นใจ		
ความพึงพอใจภาพรวมการบริการ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
โดยรวม	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ด้านการเอาใจใส่		
ความพึงพอใจภาพรวมการบริการ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานขับรถ	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงิน	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation
โดยรวม	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง	Pearson correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร ในการนี้ผู้วิจัยได้สังเขป ความมุ่งหมายสมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในการนำไปเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา แนวทางการพัฒนาปรับปรุงบริการรถโดยสารสาธารณะให้มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น
2. นำประโยชน์ที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแผนงานพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้โดยสาร
3. เป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างโดยการหากลุ่มตัวอย่างแบบ Non-Probability เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ใช้บริการที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 74) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็น 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 Purposive sampling ใช้ในการเลือกเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 เขต ที่มีรถโดยสารประจำทางเล็กให้บริการ ได้แก่ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และวงเวียนใหญ่ เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีผู้มารับบริการเป็นจำนวนมาก เป็นจุดเชื่อมต่อมีรถประจำทางผ่านหลายสาย ทั้งในเขตของกรุงเทพมหานคร และ เขตของธนบุรี รถประจำทางเล็กที่ผ่านวงอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ได้แก่ สาย 12, 17, 18, 27, 29, 74, 77, 92 และ 97 รถประจำทางเล็กที่ผ่านวงเวียนใหญ่ ได้แก่ สาย 20, 43, 82, 89, 120

ขั้นตอนที่ 2 Quota Sampling เป็นการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ให้ครบ โดยเป็นผู้ที่รับบริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นเขตละ 200 คน ตามจำนวนการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เต็มใจ และยินดีให้ข้อมูล

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ และขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ทฤษฎีแนวความคิดวิทยานิพนธ์

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้เป็นเครื่องมือวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็กซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษารายได้ อาชีพ ความถี่ในการใช้บริการ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารรถโดยสารประจำทางเล็กในกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) จำนวน 16 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการโดยสารรถประจำทางเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะแบบสอบถามแบบ Likert Scale รวม 4 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ความคิดเห็นในการให้บริการ ความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ และการประเมินคุณภาพบริการเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ปรับปรุงและดัดแปลงเป็นแบบสอบถามที่มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและเสนอแนะเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง และนำเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546:49)

ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งค่าความเชื่อถือแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านสิ่งที่

สัมพัทธ์ได้ 0.859 ด้านความน่าเชื่อถือ 0.749 ด้านการตอบสนอง 0.769 ด้านความมั่นใจ 0.731 ด้านการเอาใจใส่ 0.761 และ ความพึงพอใจด้านต่างๆ 0.964

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจ และพฤติกรรมการโดยสารรถโดยสารประจำทางเล็ก ของผู้บริการโดยแบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ หรือมีประสบการณ์การโดยสารรถโดยสารประจำทางเล็ก ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

2. ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการทำการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำราที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย วิทยานิพนธ์ ปรินทิพนิพนธ์

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามที่เก็บได้กลุ่มจากตัวอย่างครบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Checking) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเพื่อการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล โดยนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และนำเสนอเป็นร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานจะนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติต่างๆในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจการให้บริการ โดยสำรวจประจำทางเล็ก ของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลตาม

พิจารณาตามเพศ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ส่วนเพศหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5

พิจารณาตามอายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ มีอายุ ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ อายุ 41 ปี ขึ้นไป จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

พิจารณาตามระดับการศึกษาสูงสุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 ตามลำดับ

พิจารณาตามรายได้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ 5, 000 – 10, 000 บาท จำนวน 159คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา รายได้ 15, 001 บาทขึ้นไป จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ รายได้ 10, 001 – 15, 000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8

พิจารณาตามอาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา พนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ถัดมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ค้าขาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ถัดมา เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

พิจารณาตามความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ ใช้บริการ 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ถัดมา ใช้บริการ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และ ใช้บริการ 7 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพบริการ โดยแบ่งเป็นด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ สามารถสรุปได้ดังนี้

การรับรู้คุณภาพบริการโดยรวม มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านการเอาใจใส่ 3.24 ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ ด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ และเมื่อทำการศึกษารายละเอียดรายด้าน พบว่า

การรับรู้คุณภาพบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ป้ายบอกเบอร์ของสายรถสามารถมองเห็นได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมา รถอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเสมอ และมีการติดป้ายบอกเส้นทางข้างตัวรถอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.40 ภายในตัวรถมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.21 และ เบาะที่นั่งอยู่ในสภาพดี มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

การรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ พนักงานเก็บเงินและทอนเงินค่าโดยสารได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ พนักงานขับรถโดยสาร จอดรถตรงบริเวณป้ายทุกครั้งที่มีผู้โดยสารต้องการจะขึ้นหรือลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีรถโดยสารเพียงพอไม่วิ่งขาดระยะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ตามลำดับ

การรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนอง พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พนักงานมีการบอกผู้โดยสารเกี่ยวกับป้ายจอดรถข้างหน้า เพื่อให้ผู้โดยสารมีการเตรียมตัวลงจากรถ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.31 รองลงมาคือ พนักงานบนรถโดยสารมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 และ พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ มีกริยามารยาทที่ดี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า พนักงานสามารถบอกเส้นทางหรือป้ายรถที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสารได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ พนักงานมีการแจ้งเตือนผู้โดยสารที่กำลังรอรถโดยสารว่ารถของตนมีเส้นทางวิ่งไปที่ไหนบ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 และการขับรถของพนักงานไม่สร้างความหวาดเสียวให้กับผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

การรับรู้คุณภาพบริการด้านการให้ความเอาใจใส่ พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการด้านการเอาใจใส่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าพนักงานดูแลผู้โดยสารกลุ่มพิเศษ เช่น พระภิกษุ หญิงมีครรภ์ ผู้พิการ และ ผู้ชรา เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.34 รองลงมาคือ พนักงานขับรถ รอจนกระทั่งผู้โดยสารขึ้นรถโดยสารเรียบร้อยแล้วจึงค่อยเคลื่อนตัวรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ พนักงานเก็บเงินให้ความใส่ใจกับผู้โดยสารบนรถอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ

ข้อที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อภาพรวมสำหรับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.83

รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานเก็บเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานขับรถ 2.73 และ ความพึงพอใจที่มีต่อรถโดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ ภาพรวมในการให้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์สมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็ก ที่แตกต่างกัน

จากข้อมูลพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร และ พนักงานขับรถที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา พันธุ์ไชย (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า เพศ อาชีพ รายได้ และประเภทของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานครโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ วรรัตน์ เหล่าเรืองโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน

ในด้านอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงินที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วรรัตน์ เหล่าเรืองโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT) พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านบุคคลแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน แตกต่างกัน สอดคล้องกับ วรรัตน์ เหล่าเรืองโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร แตกต่างกัน สอดคล้องกับ นิดา พันธุ์ไชย (2546) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของการวิจัยพบว่า เพศ อาชีพ รายได้ และประเภทของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายร้อยเอ็ด-กรุงเทพมหานครโดยรวมและเป็นรายด้านทั้ง 7 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ และไม่สอดคล้องกับ วรรัตน์ เหล่าเรืองโรจน์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม และด้านคุณภาพในการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ ภาพรวมในการให้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คอทเลอร์ (Kotler, 2000: 33-36) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่าง

ผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product Perceived Performance) กับการคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ และความรู้สึกในอดีตของผู้ซื้อ ซึ่งผู้โดยสารที่มีความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกัน จะมีความคาดหวัง และประสบการณ์ความรู้สึกในอดีตที่ไม่เท่ากัน

2. ปัจจัยด้านการรับรู้ในด้านคุณภาพการให้บริการซึ่งประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การเอาใจใส่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารร่วมประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ ความพึงพอใจต่อภาพรวมการให้บริการ ความพึงพอใจต่อพนักงานขับรถ ความพึงพอใจต่อพนักงานเก็บเงิน และความพึงพอใจต่อสภาพรถโดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับ พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry. 1998) ซึ่งได้มีการพัฒนาขั้นตอนการประเมินคุณภาพบริการที่ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จำแนกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) สอดคล้องกับ ศิริพร ตันติพลูวินัย (2538: 5) ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและความคาดหวังในการรับบริการทุกครั้ง เมื่อไปรับบริการแล้วได้ประสบสถานการณ์ที่เป็นจริงเปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการ และแสดงออกเป็นระดับความพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณะ พูนทองชัย (2556: บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารขาออก พบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารขาออกที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ในด้านการขับรถของพนักงาน ดังนั้น ทางบริษัทรถโดยสาร ควรอบรมพนักงานเกี่ยวกับการขับรถ และมีวินัยกวดขันหรือกฎระเบียบข้อบังคับในการขับรถของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น ส่วนปัจจัยด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ในเรื่องของป้ายบอกเบอร์ของสายรถมองเห็นได้ง่ายและชัดเจน ดังนั้นก็ควรรักษามาตรฐานของป้ายรถไว้ ไม่ควรเปลี่ยนสีหรือขนาดของป้าย

และจากการทดสอบสมมติฐาน จึงมีข้อเสนอแนะปรับปรุงคุณภาพการบริการของรถโดยสาร ดังนี้

1. ผู้โดยสารในกลุ่มของ รายได้ 15, 001 บาทขึ้นไป อาชีพ เกษียณอายุ และ ใช้บริการมากกว่า 7 ครั้งต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการน้อยที่สุด โดยเฉพาะในด้านสภาพรถโดยสาร ดังนั้น ทางบริษัทจึงควรปรับปรุงสภาพรถโดยสาร และอบรมและพัฒนาศักยภาพของ

พนักงานขับรถ และ พนักงานเก็บเงิน รวมถึงเอาใจใส่การให้บริการและอำนวยความสะดวกกับ ผู้โดยสารในกลุ่มนี้ให้มากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจภาพรวม ความพึงพอใจพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจพนักงานเก็บเงินมีความสัมพันธ์ ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเมื่อค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ในเรื่องของเบาะที่นั่งของตัวรถมีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้นทางบริษัทจึงควรปรับปรุงเบาะที่นั่งให้มีสภาพที่ดีขึ้น หรือนั่งสบายมากยิ่งขึ้น

3. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีความพึงพอใจภาพรวม การให้บริการ ความพึงพอใจสภาพรถโดยสาร ความพึงพอใจพนักงานขับรถ และ ความพึงพอใจ พนักงานเก็บเงิน มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ซึ่งเมื่อค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ในเรื่องของจำนวน รถโดยสารเพียงพอไม่วิ่งขาดระยะมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงควรเพิ่มจุดบริการ ผู้โดยสารตามป้ายขนาดใหญ่ เช่น อนุสาวรีย์ชัย วงเวียนใหญ่ เป็นต้น เพื่อตอบสนองเกี่ยวกับการ ให้บริการของรถโดยสาร เช่น ขณะนี้รถโดยสารอยู่ ณ จุดใด หรือ อีกประมาณกี่นาทีรถจะมาถึง เป็นต้น จึงจะทำให้ความพึงพอใจด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น

4. ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ มีความพึงพอใจสภาพรถ โดยสาร มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน ซึ่งเมื่อค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ในเรื่องของ พนักงานเก็บเงิน ให้ความใส่ใจกับผู้โดยสารบนรถมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงควรอบรมพนักงานเก็บ เงินให้ใส่ใจผู้โดยสารทุกๆท่าน ให้มากยิ่งขึ้น จึงจะทำให้มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมตัวแปรอิสระสำหรับงานวิจัย เช่น ปัจจัยด้านสังคม ด้าน วัฒนธรรม ด้านจิตวิทยา และรูปแบบการดำรงชีวิตที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ และ ความพึงพอใจ

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาบุคลากร และ ประสิทธิภาพในการให้บริการ

3. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการ กับ พฤติกรรมการใช้บริการ ของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการพึงพอใจการใช้บริการ

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- . (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิตรา วีแก้ว. (2546). ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ ขสมก. ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชวลิต เหล่ารุ่งการณฺญ. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จ.กาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชุตินา ธานีพัฒนานกร (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เนรมิตการพิมพ์.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา พันธไชย. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศสาย ร้อยเอ็ด – กรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2541). ประชากรศาสตร์และประชากรวิทยา หน่วยที่ 1-7. เอกสารการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช
- วรรัตน์ เหล่าเรืองโรจน์. (2554). ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการที่มีต่อรถโดยสารด่วนพิเศษ (BRT). ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริพร ตันติพลวินัย. (2538). กลยุทธ์การสร้างคุณภาพบริการ. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่องกลยุทธ์บริหารพยาบาลเพื่อคุณภาพและความพึงพอใจในยุคการแข่งขันคณะพยาบาล ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วันที่ 21-23 สิงหาคม 2538. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ: เดช-เอนการพิมพ์.

- อินทรา จันทรรัฐ (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่่เที่ยวบินภายในประเทศ*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: อุดลพัฒน์กิจ.
- Gronroos, C. (1988). *Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality*. Review of Bussiness 3. New York: St. Jonh's University Press.
- Kotler Philips. (2000). *Marketing Management The Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (1996). *Services Marketing, Third Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V.A.; & Berry, L.L. (1998). SERQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of retailing*. 64: 12-40
- Smith, R; & Huston, M. (1983). *Script-Based Evaluation of Satisfaction with Service*. New Jersey: Prentice Hall.

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสาร ประจำทางเล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณภาพบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง เล็กของผู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการด้านต่างๆ ดังนั้นผู้วิจัย จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านกรุณากรอกแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านโดย แบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมข้อมูลไว้เป็น ความลับ ฉะนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด โดย การเสนอผลการวิจัยจะเป็นการเสนอภาพรวมเท่านั้น

ส่วนที่ 1

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ เพียงข้อเดียวที่ตรงกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของท่าน

1. เพศ

- ☐ ชาย
☐ หญิง

2. อายุ

- ☐ ไม่เกิน 20 ปี
☐ 21-40 ปี
☐ 41 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 5,000 - 10,000 บาท
☐ 10,001 - 15,000 บาท
☐ 15,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

- ☐ นักเรียน นิสิต นักศึกษา
☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน
☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัวอาชีพอิสระค้าขาย
☐ เกษียณอายุ / ไม่ได้ประกอบอาชีพ
☐ อื่นๆ

6. ความถี่ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเล็ก ต่อสัปดาห์

- ☐ 1-3 ครั้ง
☐ 4-6 ครั้ง
☐ 7 ครั้งขึ้นไป

ส่วนที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 เฉยๆ	2 ไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)					
1. ภายในตัวรถมีความสะอาด					
2. เบาะที่นั่งอยู่ในสภาพดี					
3. รถอยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการเสมอ และมีการติดป้ายบอกเส้นทางข้างตัวรถอย่างชัดเจน					
4. ป้ายบอกเบอร์สายของรถสามารถมองเห็นได้ง่าย					
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)					
5. พนักงานขับรถโดยสาร จอดรถตรงบริเวณป้ายทุกครั้งที่มีผู้โดยสารต้องการจะขึ้นหรือลงรถ					
6. พนักงานเก็บและทอนเงินค่าโดยสารได้ถูกต้อง และ รวดเร็ว					
7. มีรถโดยสารเพียงพอไม่วิ่งขาดระยะ					
การตอบสนอง (Responsive)					
8. พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพ มีกิริยามารยาทที่ดี					
9. พนักงานบนรถโดยสารให้ความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ					
10. พนักงานมีการบอกผู้โดยสารเกี่ยวกับป้ายจอดรถข้างหน้า เพื่อให้ผู้โดยสารมีการเตรียมตัวลงจากรถ					

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4 เห็นด้วย	3 เฉย ๆ	2 ไม่เห็นด้วย	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การให้ความมั่นใจ (Assurance)					
11 พนักงานสามารถบอกเส้นทางหรือป้ายรถที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสารได้					
12. การขับรถของพนักงานไม่สร้างความหวาดเสียวให้กับผู้โดยสาร					
13. พนักงานมีการแจ้งเตือนผู้โดยสารที่กำลังรอรถโดยสารว่ารถของตนมีเส้นทางวิ่งไปที่ไหนบ้าง					
การเอาใจใส่ (Empathy)					
14. พนักงานเก็บเงินให้ความใส่ใจกับผู้โดยสารบนรถอย่างทั่วถึง					
15. พนักงานขับรถ รอจนกระทั่งผู้โดยสารขึ้นรถโดยสารเรียบร้อยแล้วจึงค่อยเคลื่อนตัวรถ					
16.พนักงานดูแลผู้โดยสารกลุ่มพิเศษ เช่น พระภิกษุ หญิงมีครรภ์ ผู้พิการ และ ผู้ชรา เป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 3

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเล็ก

คำชี้แจง โปรดประเมินความพึงพอใจของการให้บริการ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่เห็นว่า
ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อภาพรวมการให้บริการ

พึงพอใจอย่างมาก						ไม่พึงพอใจอย่างมาก
	5	4	3	2	1	

2. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อสภาพรถโดยสาร

พึงพอใจอย่างมาก						ไม่พึงพอใจอย่างมาก
	5	4	3	2	1	

3. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อพนักงานขับรถ

พึงพอใจอย่างมาก						ไม่พึงพอใจอย่างมาก
	5	4	3	2	1	

4. ระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อพนักงานเก็บเงิน

พึงพอใจอย่างมาก						ไม่พึงพอใจอย่างมาก
	5	4	3	2	1	

ข้อเสนอแนะ / ข้อบกพร่องอื่นๆ ที่อยากจะแนะนำ

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุก ๆ ท่านครับ

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ จิตอุษา ชันทอง	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ นาฏอนงค์ นามบุตดี	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายไตรรักษ์ เล็กเริงสินธุ์
วันเดือนปีเกิด	18 กุมภาพันธ์ 2530
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	239 ซ.สวนผัก 44 ถ.สวนผัก แขวงฉิมพลี เขตตลิ่งชัน กทม. 10170
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บมจ.ธนาคารทหารไทย
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	นายหน้าอิสระขายสินเชื่อบ้าน

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552	ปริญญาตรี (ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาจิตวิทยา) จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
พ.ศ. 2559	ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

