

คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Quality of Services affecting the satisfaction towards the Bangkok Mass Transit Authority Public Transportation in Bangkok, Thailand

ศิริชัย สมิตธิพิริชาวงษ์¹ และ ปัญญา ศรีสิงห์²

Sirichai Samithtiphechawong¹ and Panya Srising²

Received April 16, 2020 & Retrieved May 14, 2020 & Accepted December 30, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบง่าย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One -Way ANOVA) และสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แสดงให้เห็นว่า องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความถูกต้อง เที่ยงตรงของการบริการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากรหรือพนักงาน รวมถึงปรับปรุงการให้บริการสายด่วนเพื่อร้องเรียนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, รถโดยสารประจำทาง, องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

¹ นิสิตปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-mail : sirichai.sam@ku.ac.th

¹ Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, e-mail: panya_toy@yahoo.com

² Lecturer, Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

Abstract

The purpose of this research, the quality of services affecting the satisfaction towards the Bangkok Mass Transit Authority Public Transportation in Bangkok, Thailand, is to study quality of services comparing to the customer satisfaction based on demography.. The participants' target of this research is the group of people who uses Bangkok Mass Transit Authority Public Transportation in Bangkok, Thailand with the group of example, 400 people. The statistics tools used in this research are Percentage, Mean, Standard deviation, t-test, One -Way ANOVA, Multiple Linear Regression The research found that the difference of demographics' factor such as gender, level of education, occupation, could lead to the difference in term of customer's satisfaction level for people using the Bangkok Mass Transit Authority public transportation by 0.05 in statistic significantly. While the quality of services in term of Reliability, KYC (Know Your Customer) and Meeting customer expectation not being the key factors. Therefore, Bangkok Mass Transit Authority should concern on the accuracy as well as Employee Development (Human Resources Development), including the call center services in order to improve reliability and handle on customer complaint efficiently, leading to meet the customer expectation.

Keywords: Quality of services, Public transportation, Bangkok Mass Transit Authority

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ระบบขนส่งมวลชนเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการเจริญเติบโตของสังคม การเดินทางในชีวิตประจำวันของผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครไปยังสถานที่ต่างๆ นั้น จึงมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับระบบขนส่งมวลชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะรถโดยสารประจำทาง ซึ่งเป็นระบบขนส่งมวลชนหลักในการเชื่อมต่อกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน และมีจำนวนผู้ใช้บริการมากกว่าระบบขนส่งมวลชนทุกประเภทที่ให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งดำเนินการโดยองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) โดยเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม จัดตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ พ.ศ.2519 มีภารกิจ และขอบเขตรับผิดชอบในการจัดบริการรถโดยสารประจำทางวิ่ง รับ-ส่ง ผู้โดยสาร ในเส้นทางต่าง ๆ รวม 511 เส้นทางทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง 5 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนครปฐม มีจำนวนรถทั้งสิ้น 2,771 คัน แยกเป็นประเภทรถธรรมดา จำนวน 1,543 คัน รถปรับอากาศ จำนวน 1,111 คัน รถเช่า จำนวน 117 คัน มีจำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ยต่อวัน จำนวน 701,728 คน (รายงานประจำปี 2561 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ) โดยองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ได้มีความพยายามที่จะดำเนินการควบคุมดูแลกิจการรถโดยสารประจำทางทุกประเภทให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประชาชน ทั้งด้านอัตราค่าโดยสาร ความสะอาด ความปลอดภัย ช่วงเวลาในการให้บริการ มารยาทในการให้บริการของคนขับและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

แต่อย่างไรก็ตาม สถิติการร้องเรียนเรื่องรถเมล์ ผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะสายด่วน 1584 ในส่วนกลาง พบว่า มีจำนวน 22,427 ครั้ง แบ่งประเภทเป็น รถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) จำนวน 4,290 ราย โดยเรื่องร้องเรียน 3 อันดับมากที่สุด อันดับ 1 คือ ไม่หยุดรถรับ-ส่งผู้โดยสารที่ป้ายจำนวน 1,250 ครั้ง อันดับ 2 คือ ขับรถประมาท นำหวาดเสียว จำนวน 1,201 ครั้ง และอันดับ 3 คือ สภาพรถไม่สมบูรณ์ (ควันท่า)

จำนวน 749 ครั้ง (รายงานสถิติการขนส่งประจำปี 2562 ของกรมขนส่งทางบก)

จากปัญหาและข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการที่เกิดขึ้น ประกอบกับความพยายามปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้บริการจริง สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของรถโดยสารประจำทาง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงทำให้ระบบขนส่งมวลชนโดยรถโดยสารประจำทางมีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นทางเลือกในการเดินทางที่สำคัญของประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการ

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม คือ ประชากรที่เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

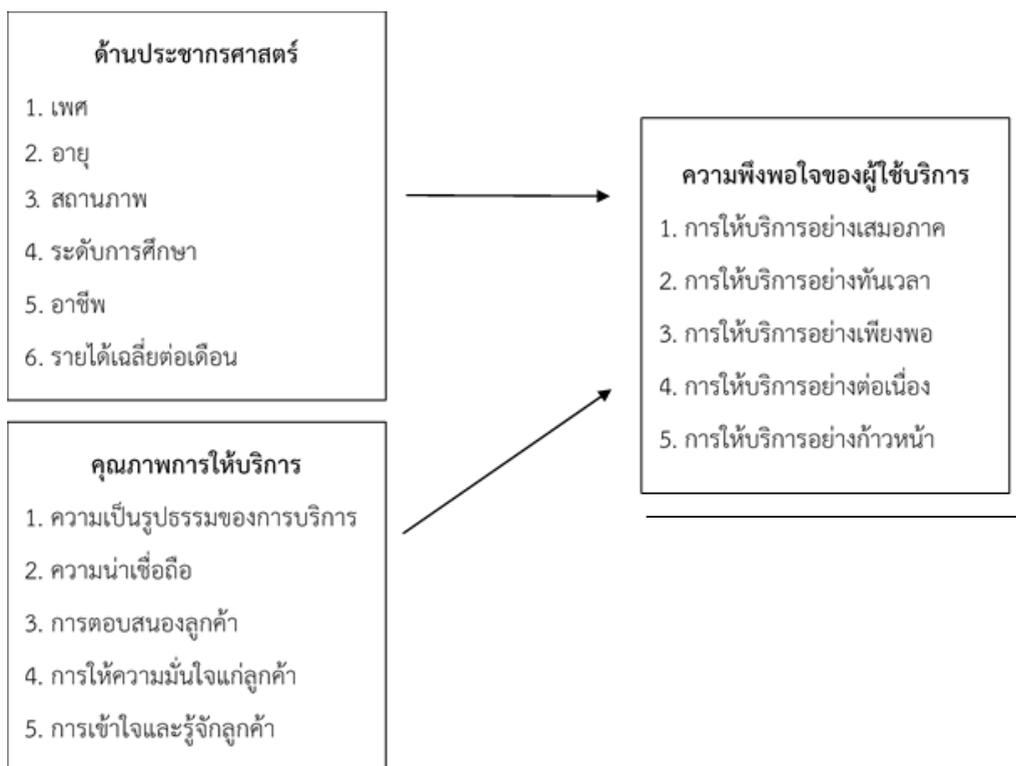
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยทำการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามและมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2563 รวมระยะเวลา 2 เดือน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บททวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพหลังจากที่เขาได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น รวมทั้งการที่เขาได้ทำการประเมินและเลือกที่จะใช้บริการ (Zineldin, 1996) โดยการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น ต้องมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อสิ่งใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ (รัชวลี วรวุฒิ, 2548)

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับและจะเกิดขึ้นต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลทางสถิติที่สำคัญของประชากรที่จะช่วยในการกำหนดหรือจำแนกกลุ่มเป้าหมาย โดยลักษณะประชากรศาสตร์ ใช้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อเป็นการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิผลในการกำหนดตลาดเป้าหมาย และง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

1. เพศ มีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรม
2. อายุ กลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกันทำให้มีความชื่นชอบหรือนิยมที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน
3. สถานภาพ เป็นสิ่งที่แสดงถึงคามอิสระของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตในแต่ละวัน การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ย่อมมีความแตกต่างกัน
4. ระดับการศึกษา ผู้ที่ได้รับในระดับสูงส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า รวมถึงมีราคาสูงกว่า การบริโภคสินค้าของผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำ
5. อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้ความต้องการในด้านสินค้าและบริการ ที่ต่างกัน
6. ระดับรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำมีขนาดตลาดใหญ่กว่าผู้บริโภค ที่มีรายได้สูง สินค้าและบริการต่างๆจึงมีการแบ่งส่วนตลาดตามรายได้

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อ พฤติกรรม ความต้องการ ค่านิยม ทัศนคติ และการตัดสินใจ ดังนั้น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีลักษณะแตกต่างกัน อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่ละรายมีความแตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุวัฏ บรรลุทางธรรม (2554) (Banluthangtham, A. 2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลจากการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ทางด้านความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจลูกค้า สิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ และการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับสูง ผู้ใช้บริการที่มีเพศ สถานภาพทางครอบครัว การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการบริการ และคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน และผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน รับรู้เรื่องคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านอาชีพ และสถานภาพครอบครัว

อนุรักษ์ เจนสิริผล และเนตรนภา ไหวทย์เลิศศักดิ์ (2558) (Chensiripon, A. and Wailerdsak, N. 2015) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถทัวร์สายตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษานครชัยแอร์และบริษัทอื่น พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การมีทัศนคติที่ดี สามารถแก้ปัญหาได้และสร้างค่านิยมที่ดีต่อองค์กรได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางนครชัยแอร์อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศในจังหวัดพิษณุโลกของภฤติยา พุทธวงค์ (2558) (Puttawong, K. 2015) ที่พบว่า การแต่งกายที่สะอาดสุภาพเรียบร้อย ความมีอัธยาศัยดีและการพูดจาสุภาพอ่อนน้อมของบุคลากรส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นและดุษยพินิจ เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่และไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากรแน่นอน ตามวิธีการของ Cochran ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง โดยได้เก็บตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้คอมพิวเตอร์คำนวณค่าสถิติที่ใช้ในการพรรณนาและอธิบายผลการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

มีการตรวจสอบเครื่องมือสำหรับการวิจัย ด้วยวิธีหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยนำแบบสอบถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อความถามกับนิยามตามที่ระบุไว้ในแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อความเฉพาะที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถาม และวัตถุประสงค์ ระหว่าง 0.6 -1 มาใช้กับแบบสอบถามเท่านั้น และมีการทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อให้แน่ใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในคำถามและคำตอบในแบบสอบถามตรงกันกับที่ผู้ศึกษาต้องการสื่อ ซึ่งผลการทดสอบพบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาเท่ากับ 0.904 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่ปรากฏในแบบสอบถาม โดยการอธิบายข้อมูลในส่วนทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สำหรับการอธิบายข้อมูลในส่วนระดับความเห็นเกี่ยวกับด้านคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอในรูปแบบของการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ใช้เครื่องมือ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย สำหรับการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95% เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.3 มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 42.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 75.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.3 ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 64.0 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 25.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อไปสถานที่ทำงาน ร้อยละ 41.0 มีเหตุผลในการใช้บริการ เนื่องจากอัตราค่าเดินทาง ร้อยละ 66.8 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 56.0 จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์น้อยกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ

50.7 จะใช้บริการในช่วงวันจันทร์ – ศุกร์ ร้อยละ 43.0 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางโดยเฉลี่ย 31 – 40 นาที ร้อยละ 23.0 และจะใช้บริการช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 28.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด และเมื่อทำการศึกษาแต่ละด้านเป็นรายข้อ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ เรื่องอัตราค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทาง มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาพนักงานมีอัธยาศัยดี สุภาพและเป็นมิตร โดยสภาพรถโดยสารโดยทั่วไป มีความสะอาดและมีความทันสมัย มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ด้านความน่าเชื่อถือ เรื่องให้บริการในเส้นทางที่กำหนดไว้ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาพนักงานมีความคล่องในการปฏิบัติงาน และเรื่องสามารถกำหนดเวลาในการเดินทางไปถึงที่หมายได้ มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เรื่องพนักงานบริการผู้โดยสารทุกรายด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาพนักงานมีความเอาใจใส่ ให้คำแนะนำกับผู้โดยสารเป็นอย่างดี และมีช่องทางการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการเดินทางในหลายช่องทาง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า เรื่องพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการเดินทาง มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาพนักงานมีความสามารถในการสื่อสารเป็นอย่างดี และมีสภาพของรถโดยสารดูแล้วมีความปลอดภัยในการเดินทาง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า เรื่องอัตราค่าโดยสารของผู้โดยสารแต่ละประเภทมีความเหมาะสม เช่น ราคาสำหรับผู้สูงอายุ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาได้รับคำตอบเป็นที่น่าพอใจจากพนักงานทุกครั้งที่มีข้อสงสัยหรือมีปัญหา และการนำความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนของผู้โดยสารมาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือก มีระดับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาสามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนอื่นๆ ได้อย่างสะดวกและระยะเวลารอคอยรถโดยสารมีความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกัน

ตาราง 1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชน
กรุงเทพ (ขสมก.) จำแนกตามเพศ

ลักษณะประชากรศาสตร์	n	t	F	Sig.
เพศ		2.271		0.004*
ชาย	119			
หญิง	281			
อายุ			0.828	0.479
21 – 30 ปี	169			
31 – 40 ปี	155			
41 – 50 ปี	41			
มากกว่า 50 ปี	35			
สถานภาพ			1.255	0.286
โสด	303			
สมรส	90			
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	7			
ระดับการศึกษา			5.802	0.003*
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22			
ปริญญาตรี	245			
สูงกว่าปริญญาตรี	133			
อาชีพ			4.640	0.003*
นักเรียน/นักศึกษา	16			
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	256			
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	41			
รายได้ต่อเดือน			0.416	0.838
ไม่เกิน 10,000 บาท	31			
10,001 – 20,000 บาท	98			
20,001 – 30,000 บาท	103			
30,001 – 40,000 บาท	71			
40,001 – 50,000 บาท	51			
มากกว่า 50,000 บาท	46			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ด้วยสถิติ t - test และสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวถือว่าสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีค่า Sig. ของการทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (Sig. < 0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวถือว่าไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีค่า Sig. ของการทดสอบมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (Sig. > 0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1)

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

ตาราง 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

(n = 400)

คุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)			
	r	Sig.	ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.692*	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.768*	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	0.734*	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	0.780*	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	0.762*	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ด้วย Pearson Product Moment Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในทุกด้าน มีค่า Sig. ของการทดสอบน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงสรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ได้ว่า คุณภาพการให้บริการทุกด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 3 การวิเคราะห์หัตถิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

ตัวแปรพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	0.066		0.731	0.466
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.054	0.060	1.282	0.201
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.319	0.372	8.194	0.000*
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	0.096	0.111	1.974	0.049*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	0.088	0.107	1.558	0.120
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	0.254	0.288	5.192	0.000*

$R = 0.843, R^2 = 0.711, \text{Adj.}R^2 = 0.708, F = 194.191, \text{Sig.} = .000^*$

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.843 และสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปของคะแนนดิบ โดยมีความแม่นยำในการพยากรณ์ตัวแปรตาม (Adj. R²) เท่ากับร้อยละ 70.8 ซึ่งอธิบายได้ว่าจากสมการสามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของการใช้บริการได้ 70% มีรายละเอียดดังนี้

$$Y = 0.066 + 0.319X_1 + 0.254X_2 + 0.096X_3$$

เมื่อ Y = ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง
 X_1 = ด้านความน่าเชื่อถือ
 X_2 = ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า
 X_3 = ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ดังนั้น ตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกัน ซึ่งเพศที่แตกต่างกันนั้น อาจกล่าวได้ว่าเพศหญิงมีความละเอียดอ่อนและไวต่อการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ได้รับมากกว่า เพศชาย จึงอาจเป็นสาเหตุให้เพศหญิงมีความพึงพอใจในการให้บริการมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริยา หมัดหลี (2559) (Madlee, A. 2016) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท วีระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่ – สุโขทัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำ

ทางของบริษัท

วีระกร จำกัฒ์ เส้นทางหาดใหญ่ – สุโขทัย ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีความคาดหวังในการที่จะได้รับการบริการที่ดีมากกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพร คำประสิทธิ์ (2559) (Khamprasit, S. 2016) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์นครชัยแอร์ พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์นครชัยแอร์แตกต่างกัน และสำหรับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันนั้น ย่อมมีแนวคิด อุดมการณ์ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ รวมไปถึงทัศนคติและความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ฐานุตรา จันทร์เกตุ (2554) (Jantaraget, T. 2011) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทาง แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมา แก้วเวชฉายา (2559) (Changwetchay, B. 2016) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรื่องสามารถกำหนดเวลาในการเดินทางไปถึงที่หมาย มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับความทันเวลา ความต่อเนื่องของการให้บริการนั้น มีสาเหตุมาจากสภาพการจราจรที่ติดขัดในเขตเมือง การบังคับใช้ช่องทางพิเศษสำหรับรถโดยสารประจำทาง (bus lane) ที่ไม่มีประสิทธิภาพ และปริมาณรถโดยสารประจำทางที่ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการต้องเสียเวลารอคอยรถนาน ไม่สามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้ โดยยังเป็นประเด็นปัญหาสำคัญที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ดำเนินการแก้ไข

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมา แก้วเวชฉายา (2559) (Changwetchay, B. 2016) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การนำความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนของผู้โดยสารมาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ประเด็นที่มีการร้องเรียนมากที่สุดคือ การปรับปรุงการให้บริการรถโดยสารให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งทางด้านของพนักงานขับรถ พนักงานเก็บค่าโดยสารสภาพรถโดยสารความปลอดภัยในการให้บริการ การปรับปรุงตารางการเดินทาง การเพิ่มจำนวนรถ การขยายเส้นทางให้บริการ การอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทาง ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นปัญหาที่ส่งสมมาอย่างยาวนาน และยังไม่มีการแก้ไขอย่างจริงจัง เนื่องจากยังมีข้อจำกัดในหลายปัจจัยทั้งภายในและภายนอกอยู่หลายประการ จึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

ด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานุตรา จันทร์เกตุ (2554) (Jantaraget, T. 2011) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความต้องการของผู้ใช้

บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์โดยสารประจำทางบริษัท ขนส่ง จำกัด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการมีช่องทางการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการเดินทางในหลายช่องทาง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการยังมีความต้องการให้มีช่องทางการร้องเรียนที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการสายด่วนเพื่อร้องเรียนการให้บริการ (call center) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความถูกต้อง เที่ยงตรงของการบริการ โดยเฉพาะในด้านความทันเวลาและความต่อเนื่องในการให้บริการตามตารางเวลา การเดินทาง ซึ่งควรมีการพัฒนาระบบตรวจสอบและติดตามการปฏิบัติการเดินทาง (GPS) มาใช้ในการบริการ ซึ่งระบบดังกล่าวสามารถทราบได้ว่ารถโดยสารคันใดวิ่งให้บริการจุดใดบนท้องถนน ทำให้ผู้ใช้บริการที่ยืนรอรถที่ป้ายหยุดรถโดยสารสามารถรู้ได้ว่ารถคันที่รอใช้บริการจะเดินทางมาถึงป้ายภายในกี่นาที ช่วยเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง นอกจากระบบ GPS ที่ติดตั้งอยู่ในตัวรถโดยสารแล้วยังมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดภายในรถโดยสาร และภายนอกรถโดยสาร เพื่อบอกพฤติกรรมมารยาทของพนักงาน หากมีการขับรถฝ่าฝืนกฎจราจร หรือขับรถ ออกนอกเส้นทาง ข้อมูลที่เกิดขึ้นจะแสดงไปที่ศูนย์ GPS ซึ่งสามารถสั่งการให้พนักงานขับรถปรับเปลี่ยน พฤติกรรมได้ในทันที เพิ่มความปลอดภัยบนรถโดยสาร สร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการในการเดินทาง

ปัจจัยรองอันดับสอง คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ดังนั้น องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรหรือพนักงาน เพราะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เนื่องจากพนักงานมีความใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเก็บค่าโดยสาร ไปจนถึงการให้บริการถึงที่หมาย จึงต้องมีการจัดอบรมและพัฒนาความสามารถของพนักงานทุกคนในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง มีระบบการจัดฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาความสามารถ และโครงการพิเศษให้กับพนักงานทุกระดับไปสู่ระบบงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงจัดให้มีการใช้คอมพิวเตอร์และการติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศแก่พนักงานทุกระดับ เพื่อนำไปใช้พัฒนางานในหน่วยงาน ซึ่งจะสามารถชดเชยหรือลดผลกระทบของความรู้สึกไม่พอใจของผู้ใช้บริการจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากปัจจัยอื่นๆ ได้

ปัจจัยรองอันดับสาม คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ดังนั้น องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุง และพัฒนาช่องทางสายด่วนเพื่อร้องเรียนการให้บริการ (Call Center) ให้มีประสิทธิภาพ โดยยกระดับศูนย์ Call Center 1348 ให้เป็น Contact Center โดยเพิ่มช่องทาง เช่น Web Chat Live , e-mail เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการในด้านการสอบถามข้อมูลเส้นทาง การเดินทาง รับคำแนะนำการบริการ รับเรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์จากการใช้บริการรถโดยสารประจำ รวมถึงปรับปรุงเว็บไซต์ของ ขสมก. ให้รองรับการบริการแบบ e-Service และประชาชนสามารถเข้าใช้บริการได้ทุกกลุ่มทั้งคนทั่วไป คนพิการ และชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานและท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดจนทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด

ข้อจำกัดในด้านของผู้ประกอบการ

จากข้อเสนอแนะในงานวิจัยดังกล่าวมานั้น ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเห็นผล ยกตัวอย่างเช่น ปัญหาเกี่ยวกับความทันเวลา ความต่อเนื่องของ

การให้บริการ ซึ่งเกิดจากการจราจรที่ติดขัดในเขตเมือง ซึ่งทางภาครัฐได้พยายามวางแผนและกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อมาบรรเทาปัญหานี้ แต่ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งสาเหตุสำคัญ คือ มีการใช้รถส่วนตัวกันมากกว่า การขนส่งสาธารณะ ซึ่งคนไทยส่วนใหญ่เลือกใช้รถส่วนตัวกันมากเป็นเรื่องค่านิยม และเนื่องมาจากไม่มีบริการขนส่งสาธารณะที่ดีพอ นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากกระทรวงคมนาคมมีนโยบายให้องค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) เพิ่มคุณภาพของการบริการให้ดีขึ้น แต่ค่าโดยสารให้ชะลอการขึ้นราคาไว้ก่อน การเก็บค่าโดยสารต่ำกว่าต้นทุนที่แท้จริง ทำให้ประสบผลการขาดทุนมาโดยตลอด จึงขาดสภาพคล่องทางการเงิน จำเป็นต้องกู้เงินมาบริหารจัดการ ส่งผลให้เกิดการขาดทุนสะสมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาและวิเคราะห์ตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจ เช่น ความต้องการหรือความคาดหวังในการบริการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นต้น
2. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในอุตสาหกรรมรถโดยสารประจำทาง เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัย เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาแบบการให้บริการขององค์กรให้มีความหลากหลายมากขึ้น
3. ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางกับระบบการเดินทางอื่น เช่น รถไฟ และเครื่องบิน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. 2561. ภาวะอุตสาหกรรมและแนวโน้มในอนาคต. กรุงเทพฯ: รายงานประจำปี 2561 องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ.
- กรมการขนส่งทางบก. 2562. สถิติการรับเรื่องร้องเรียนรถตามกฎหมายว่าด้วยกรมขนส่งทางบก (ทั่วประเทศ) จำแนกตามข้อหา ปีงบประมาณ 2562. กรุงเทพฯ: รายงานสถิติการขนส่งประจำปี 2562 กรมการขนส่งทางบก.
- รัชวลี วรวุฒิ. 2548. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- อณูวิทย์ บรรลู่ทางธรรม. (2554). คุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- อนุรักษ์ เจนสิริผล และ เนตรนภา ไหวทย์เลิศศักดิ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถทัวร์สายตะวันออกเฉียงเหนือ: กรณีศึกษานครชัยแอร์และบริษัทอื่น. วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 38 (148), 20-38.
- อาริยา หมัดหลี. (2559). ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท วีระกร จำกัด เส้นทางหาดใหญ่ – สุโขทัย. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สิทธา คำประสิทธิ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์นครชัยแอร์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ฐานุตรา จันทระเกตุ. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เบญชภา แจ็งเวชฉายกา. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร ใน กรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Zineldin, M. (1996). Bank Strategy and Some Determinants of Bank Selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14 (6), 12-22
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer receptions*. New York: Free.

Translated Thai Reference

- Bangkok Mass Transit Authority, 2018, Industry Analysis and Future Trends. Bangkok: 2018 Bangkok Mass Transit Annual Report.
- Department of Land Transport 2019, 2019 Statistic of Petition from Department of Transport (Nationwide) Charges Bangkok: 2019 Transport Statistic Report Department of Land Transport.
- Worawut, R. 2005. The Satisfaction of the Higher Education Commission Officer's Operation. Thesis of Master of Business Administration , Kasetsart University.
- Serirat, S. (2017) Consumer behavior. Bangkok: P.S. Pattana.
- Banluthangtham, A. (2011). Alternative: Bangkok Mass Transit System Project (BTS) Bangkok. Thesis of Master of Business Administration , Dhurakij Pundit University.
- Chensiripon, A. and Wailerdsak, N. Service Marketing Mixes and Customer Satisfaction with the North-Eastern Line Bus Services: Case Studies of Nakhonchai Air and Other Companies. *Thammasat Business Journal*.
- Madlee, A. (2016) Customer Satisfaction on Bus Service of Weerakorn Company Limited Songhla Province in the Route of Hat – Yai Sungai Golok. An Independent Study Master of Public Administration. Hatyai University
- Khamprasit, S. (2016). Factors Affecting Consumer Satisfaction with Nakhonchai air Company Passenger Bus Services in Thailand. An Independent Study Master of Business Administration, Thammasat University.
- Jantaraget, T. (2011). The Satisfaction of Customer Towards Bus Service Quality of Transport Company Limited at Saraburi Bus Stration, Saraburi Province. An Independent Study Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Changwetchay, B. (2016). Service Quality Affecting to Passenger's Satisfaction BTS Skytrain in Bangkok. An Independent Study Master of Business Administration, Bangkok University.