

คุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานในเขตนิคม
อุตสาหกรรมอมตะซิตี้ ชลบุรี

Service Quality Affecting Passengers' Attitude Toward Staff Transportation
Services of Amata City Chonburi Industrial Estate

วรรณภา พวงทอง

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2566

E-mail: wannapha.ph@gmail.com

ดร.มุกดาฉาย แสนเมือง

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: mukdashine.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบระดับทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) วิเคราะห์ระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา และชลบุรี จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเชิงเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีระดับทัศนคติที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถขนส่งพนักงาน ($R^2=0.59$) ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ($\beta=0.23$) ด้านเส้นทางรถโดยสาร ($\beta=0.24$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta=0.36$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ทัศนคติของผู้โดยสาร, รถขนส่งพนักงาน

ABSTRACT

This research aimed to 1) compare the satisfaction level of the passengers of the staff transportation service, classified by personal factors, and 2) analyze the influence of service quality on the passengers' attitude of staff bus. This is quantitative research using a questionnaire survey. The samples were 400 passengers who used staff transportation services. The statistics used were mean, variance test, and analysis of multiple regression equations. The results showed that 1) the respondents exhibit varying levels of satisfaction, classified by gender,

age, education level, and average monthly income at the significance level of 0.05, and 2) the service quality factors that have impacts on the passengers' attitude toward employee transportation services ($R^2=0.59$) were reliability of the service ($\beta= 0.23$), routing ($\beta= 0.24$), and physical environment ($\beta= 0.36$) at the significance level of 0.05.

Keywords: Service quality, Passengers' attitude, Staff transportation service

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

เศรษฐกิจในประเทศไทยที่ยังชะลอตัว เศรษฐกิจทั่วโลกที่ซบเซา ภาคธุรกิจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง พนักงานออฟฟิศบางแห่งโดนลดเงินเดือนลง มีการปลดพนักงานออกเป็นจำนวนมาก ประชาชนมีความรู้สึกชีวิตมีความเสี่ยงมากขึ้น ชีวิตไม่มั่นคงเหมือนแต่ก่อน ทำให้หลายท่านต้องเริ่มคิดทบทวน ควบคุมและระมัดระวังค่าใช้จ่ายให้มากขึ้น เงินออมถือเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์อย่างมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมวางแผนการออมเงินไว้ใช้ในยามเกษียณ ออมเงินเพื่อใช้ในการศึกษาของตนเองหรือคนในครอบครัว ออมเงินเพื่อใช้ในการศึกษาของตนเองหรือคนในครอบครัว ออมเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยหรือทรัพย์สินส่วนบุคคล (นุชนิกศิริ, 2565) รายได้สุทธิครัวเรือนไทยปีพ.ศ. 2565 ลดลงจากปีก่อน เนื่องจากค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้นเร็วกว่ารายได้ ประกอบกับภาระผ่อนจ่ายหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง สัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อรายได้ของครัวเรือนไทยในกลุ่มที่มีรายได้รวม 25,000-50,000 บาทต่อเดือน จะเพิ่มขึ้นจาก 68% ในปีพ.ศ. 2564 เป็น 75% ในปีพ.ศ. 2565 สำหรับครัวเรือนกลุ่มที่มีรายได้รวมอยู่ที่ 15,000-25,000 บาท จะเพิ่มขึ้นจาก 80% เป็น 87% และครัวเรือนกลุ่มรายได้รวม 15,000 บาท จะเพิ่มขึ้นจาก 90% เป็น 98% (กองบรรณาธิการไทยรัฐออนไลน์, 2565)

เมื่อโรงงานมีปริมาณการผลิตที่สูงขึ้น หรือมีการผลิตในปริมาณมากและต้องใช้พนักงานจำนวนมากเพื่อความสะดวกในการดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่อง การใช้บริการรถรับ-ส่งพนักงานจากภายนอก จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ที่ทำให้พนักงานสามารถเดินทางมาทำงานได้ทันเวลา และมีความปลอดภัย หลักการพิจารณาเลือกจ้างบริการรถรับ-ส่งพนักงาน สัญญาจ้าง การประกันภัย รวมถึงแนวทางการควบคุม กำกับดูแล การตรวจสอบและการประเมินผลการให้บริการ เพื่อเตรียมรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นได้นั่นเอง (กิตตินันต์ พิศสุวรรณ, 2553) การมีรถรับส่งพนักงาน เป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับบริษัทที่มีพนักงานทำงานเป็นจำนวนมาก เนื่องจากถือเป็นสวัสดิการที่ช่วยให้พนักงานประหยัดได้ ทั้งในเรื่องค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง ตลอดจนถึงมีความปลอดภัยมากกว่าการขับขีวดยานมาเอง และยังทำให้เกิดความพร้อมเพรียงในการทำงาน การมาถึงที่ทำงานพร้อมกันเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากกว่า พนักงานได้รับความสะดวก ไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการเดินทางส่วนตัว และไม่ต้องจัดหายานพาหนะ (จุฑาทิพย์ ญาติเจริญ, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานต่อการใช้บริการซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำไปวางแผน พัฒนา ปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้มาใช้บริการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เปรียบเทียบระดับทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. วิเคราะห์ระดับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 ทบทวนวรรณกรรม

Kotler (2013) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านการตลาด โดยแบ่งเกณฑ์ตามตัวแปรที่สำคัญทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดของครอบครัวหรือจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนาและเชื้อชาติ เป็นต้น

Parasuraman et al. (1988) การศึกษาเพื่อประเมินคุณภาพการบริการของงานวิจัย ซึ่งมีการประเมินคุณภาพบริการในบริบทที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่ได้นำมาตรวัด SERVQUAL เป็นแบบวัด ซึ่งย่อมาจาก service quality ประกอบด้วย 5 มิติในการวัดคุณภาพบริการ ได้แก่ 1) ลักษณะที่จับต้องได้ (Tangibles) ลักษณะกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การตอบสนอง (Responsiveness) ความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว 3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการที่เหมาะสม บริการตามเวลาที่กำหนด 4) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) ความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้ และการรับฟังปัญหาเพื่อปรับเปลี่ยน 5) การประกันคุณภาพ (Assurance) ความสามารถในการถ่ายทอดความไว้วางใจต่อผู้ใช้ ในปัจจุบันมาตรวัด SERVQUAL มักถูกใช้เป็นประจำในแวดวงของธุรกิจและการประเมินคุณภาพการบริการทางการตลาด จึงกล่าวได้ว่า SERVQUAL เป็นเครื่องมือมาตรฐานสำหรับนักวิจัยในการใช้ประเมินคุณภาพบริการ ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ประเมินในบริบทของรถขนส่งพนักงาน

Aday & Andersen (1975) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับในสิ่งของ ผลิตภัณฑ์ การบริการ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้บริโภค เป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่ต่างกัน

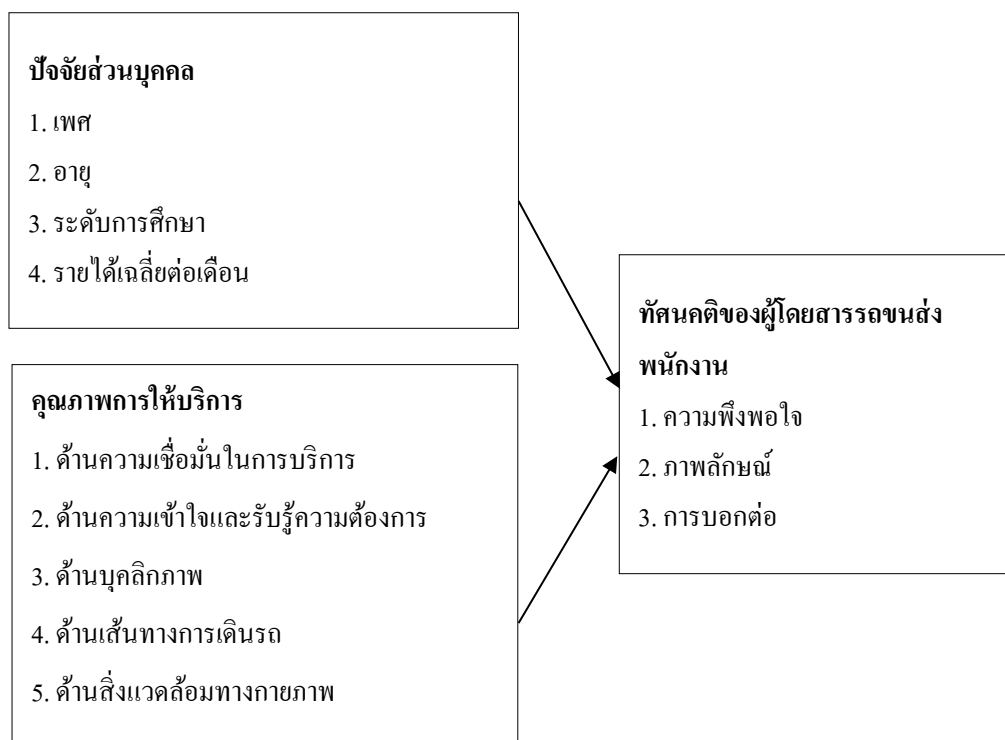
3.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การปรับปรุงคุณภาพบริการของธุรกิจรถรับส่งพนักงานกรณีศึกษาบริษัท ทรัพย์บุญทรานสปอร์ต แอนด์เซอร์วิส จำกัด (จุฑาทิพย์ ญาดิเจริญ, 2561) คุณภาพการให้บริการด้านสวัสดิการรถรับ-ส่งพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับ-ส่งพนักงาน :กรณีศึกษา บริษัท STTC จำกัด (ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์, กนก จุฑามณี และ คงฤทธิ จันทริก, 2561) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 ชั่ว และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากของผู้โดยสารรถประจำทางในจังหวัดนครศรีธรรมราช (ปาริสา ชนะสิทธิ์, 2562) การบริหารจัดการรถรับ-ส่งพนักงานด้วยสื่อสังคม กรณีศึกษาพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค (บ้านห้วย) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา(กรราคร คงมณี และ วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ, 2562)

3.2 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีระดับทัศนคติของผู้ใช้บริการรถขนส่งพนักงานที่แตกต่างกัน
2. อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถขนส่งพนักงาน

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ใช้บริการรถขนส่งพนักงานในเขตนิคมอมตะซิตี้ ชลบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้วิธีคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ W.G. Cochran, (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน

5.2 เครื่องมือวิจัย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ดัดแปลงมาจาก Hong, Choi & Chae (2020) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

- 1.ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ
- 2.ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ
- 3.ด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ
- 4.ด้านเส้นทางการเดินทาง ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ
- 5.ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน คัดแปลงมาจาก Schepers & Nijssen (2017) ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความพึงพอใจ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ
2. ด้านภาพลักษณ์ ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ
3. ด้านการบอกต่อ ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

5.3 การทดสอบความเชื่อถือของเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อถือได้ (reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (pre - test) กับกลุ่มผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานที่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเพื่อแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการเก็บตัวอย่างได้ (Cronbach, 1990) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.902
ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.940
ด้านบุคลิกภาพ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.910
ด้านเส้นทางการเดินรถ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.949
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.843
ด้านความพึงพอใจ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.891
ด้านภาพลักษณ์	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890
ด้านการบอกต่อ	ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.928

5.4 วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถขนส่งพนักงาน ในวันจันทร์ ถึงวันเสาร์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านสแกน QR code ในช่วงเวลา 06:00-08:00 น. และ 17:00-19:00 น. โดยผู้วิจัยได้รองกรอกข้อมูลอย่างครบถ้วน

6. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82.5 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของรถขนส่งพนักงาน

โดยภาพรวมของคุณภาพการบริการของรถขนส่งพนักงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าอันดับแรก คือ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$) อันดับสอง คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) อันดับสาม คือ ด้านบุคลิกภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) อันดับสี่ คือ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) และ อันดับห้า คือ ด้านเส้นทางการเดินรถ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน

โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่าอันดับแรก คือ ด้านความพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) อันดับสอง คือ ด้านภาพลักษณ์ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) อันดับสาม คือ ด้านการบอกต่อ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานแตกต่างกัน (t-test)

ปัจจัยทัศนคติ	ปัจจัยส่วนบุคคล	
	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านความพึงพอใจ	0.03* ($\bar{X} = 4.65$)	0.03* ($\bar{X} = 4.78$)
ด้านภาพลักษณ์	0.00* ($\bar{X} = 4.56$)	0.00* ($\bar{X} = 4.77$)
ด้านการบอกต่อ		0.73

* $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ด้านความพึงพอใจ ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบอกต่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 2 ทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงานแตกต่างกัน (F-test)

ปัจจัยทัศนคติ	ปัจจัยส่วนบุคคล		
	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน
ด้านความพึงพอใจ	0.21	0.00* ปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.81$) มัธยมศึกษา ($\bar{X} = 4.69$) ประถมศึกษา ($\bar{X} = 4.60$)	0.19

ด้านภาพลักษณ์	0.03*	0.00*	0.55
	31-40 ปี (\bar{X} = 4.80)	ปริญญาตรี (\bar{X} = 4.79)	
	ต่ำกว่า 30 ปี (\bar{X} = 4.70)	มัธยมศึกษา (\bar{X} = 4.65)	
	41-50 ปี (\bar{X} = 4.65)	ประถมศึกษา (\bar{X} = 4.59)	
ด้านการบอกต่อ	0.96	0.01*	0.01*
		ปริญญาตรี (\bar{X} = 4.72)	40,001-60,000 บาท (\bar{X} = 4.93)
		มัธยมศึกษา (\bar{X} = 4.58)	20,001-40,000 บาท (\bar{X} = 4.72)
		ประถมศึกษา (\bar{X} = 4.47)	ต่ำกว่า 20,000 บาท (\bar{X} = 4.61)

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ด้านความพึงพอใจ ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบอกต่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ระดับการศึกษากลุ่มปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และกลุ่มประถมศึกษา

ด้านภาพลักษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย กลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ระดับการศึกษากลุ่มปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และกลุ่มประถมศึกษา

ด้านการบอกต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษากลุ่มปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า และกลุ่มประถมศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกลุ่มที่มีรายได้ 40,001-60,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 20,001-40,000 บาท และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท

ตารางที่ 3 ทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อทัศนคติของโดยสารรถขนส่งพนักงาน

คุณภาพการให้บริการ	ทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน								
	ความพึงพอใจ			ภาพลักษณ์			การบอกต่อ		
	B	β	p	B	β	p	B	β	p
1.ความเชื่อมั่นในการบริการ	0.21	0.20	0.00*	0.24	0.23	0.00*	0.20	0.16	0.02*
2.ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ	-0.05	-0.05	0.39	0.06	0.07	0.20	-0.00	-0.00	0.95
3.บุคลิกภาพ	0.06	0.05	0.46	0.10	0.10	0.10	0.06	0.05	0.59
4.เส้นทางการเดินรถ	0.26	0.31	0.00*	-0.01	-0.01	0.77	0.30	0.29	0.00*
5.สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.40	0.36	0.00*	0.53	0.49	0.00*	0.17	0.13	0.04*

* $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่าจากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1.ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน

$$\hat{y} = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$$

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ = 0.55 + 0.40 (ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) + 0.26 (ด้านเส้นทางการเดินรถ) + 0.21 (ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจ สามารถพิจารณาจากค่าคะแนนมาตรฐาน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = 0.36$), ลำดับที่ 2 คือเส้นทางการเดินรถ ($\beta = 0.31$), ลำดับที่ 3 คือด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ($\beta = 0.20$), ลำดับที่ 4 คือด้านบุคลิกภาพ ($\beta = 0.05$) และลำดับที่ 5 คือด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ($\beta = -0.05$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านภาพลักษณ์ของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน

$$\hat{y} = a + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ = 0.31 + 0.53 (ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) + 0.24 (ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ สามารถพิจารณาจากค่าคะแนนมาตรฐาน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta = 0.49$), ลำดับที่ 2 คือด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ($\beta = 0.23$), ลำดับที่ 3 คือด้านบุคลิกภาพ

($\beta=0.10$), ลำดับที่ 4 คือด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ($\beta=0.07$) และลำดับที่ 5 คือด้านเส้นทางการเดินรถ ($\beta=-0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อทัศนคติด้านการบอกต่อของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน

$$\hat{y} = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3$$

ปัจจัยคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการบอกต่อ = 1.18 + 0.30 (ด้านเส้นทางการเดินรถ) + 0.20 (ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ) + 0.17 (ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการบอกต่อ สามารถพิจารณาจากค่าคะแนนมาตรฐาน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือด้านเส้นทางการเดินรถ ($\beta=0.29$), ลำดับที่ 2 คือด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ($\beta=0.16$), ลำดับที่ 3 คือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\beta=0.13$), ลำดับที่ 4 คือด้านบุคลิกภาพ ($\beta=0.05$) และลำดับที่ 5 คือด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ($\beta=-0.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน สามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

งานวิจัยนี้พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลเฉพาะด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ด้านความพึงพอใจ ด้านภาพลักษณ์ และด้านการบอกต่อแตกต่างกัน เนื่องจากว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุน้อย และรายได้เฉลี่ยขั้นต่ำจึงมีความคาดหวังในปัจจัยคุณภาพการบริการของรถขนส่งพนักงานในระดับสูง ดังนั้นจึงมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราธิป แนวคำดี และคณะ (2562) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพรอมิส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาบางแคพลาซ่า กรุงเทพมหานคร พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าด้านการให้ความมั่นใจ เป็นด้านที่ลูกค้าที่มีมาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่วนด้านที่ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยทุกด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ 2) ศิริชัย สมิตธิปริชาวงษ์ และ ปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความพึงพอใจ โดยที่ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านเส้นทางการเดินรถ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ 1) สุขสรณ์ ท้าวเม็ย และราเชนทร์ นพณัฐวงศกร (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ เขตการเดินรถที่ 6 ที่พบว่าการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งภายในและภายนอก และด้านรถโดยสารสาธารณะที่ใช้ในการปฏิบัติงานควรมีการดูแลบำรุงรักษาให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และ 2) ศิริชัย สมิตธิปริชาวงษ์ และ ปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

ด้านภาพลักษณ์ โดยที่ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ 1) ดารารัตน์ สุขแก้ว และสุนันทา มุ่งเครือกลาง (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของการบริการในด้านสถานีขนส่งมีความน่าเชื่อถือและการให้บริการเป็นไปตามมาตรฐานกำหนด เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการที่ได้รับก็จะเกิดความพึงพอใจและจะบอกต่อสิ่งดีๆ ที่ได้รับ ไปยังคนที่รู้จักและกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป และ 2) ธิดาพร ใจธรรมดี (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติ คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารไม่ประจำทาง ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เก้ การท่องเที่ยว พบว่า ด้านการตัดสินใจการเลือกใช้บริการมีอิทธิพลต่อด้านพฤติกรรมในการใช้บริการ โดยด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านภาพลักษณ์บริษัท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการบอกต่อ โดยที่ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้โดยสารรถขนส่งพนักงาน ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ ด้านเส้นทางการเดินรถ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ 1) ปาริสา ชนะสิทธิ์ (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 ชั้น 2 และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากของผู้โดยสารรถประจำทางในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งพบว่า การบำรุงรักษาสมรรถนะของเครื่องยนต์ของรถโดยสารหรือตรวจสอบความปลอดภัยของรถโดยสารก่อนการวิ่งให้บริการเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ ซึ่งนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อแบบปากต่อปากเพื่อเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร และ 2) กาญจนา นิกรสังขพินิจ และระบิล พันภัย (2561) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการรถผู้โดยสารประจำทางบุรีรัมย์-นครราชสีมา พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านผลลัพธ์ และด้านการปฏิสัมพันธ์ โดยมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 21.9

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า

(1) ด้านความเชื่อมั่นในการบริการ สำหรับการที่รถขนส่งไปถึงจุดรับส่งตรงเวลา ได้รับการฝึกอบรมสม่ำเสมอ และปฏิบัติตามกฎหมายจะแสดงให้เห็นให้ผู้โดยสารรับรู้ถึงความพึงพอใจที่จะได้รับจากการบริการ ซึ่งสามารถนำผลจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ของบริษัท โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยปัจจัยคุณภาพบริการสร้างความตระหนักรู้ถึงการบริการให้กับผู้ประกอบการ และการนำเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

(2) ด้านเส้นทางการเดินรถ สำหรับจำนวนป้ายที่รถหยุดที่เหมาะสม และกระจายพื้นที่อย่างทั่วถึง ควรเข้าใจถึงวิธีการและขั้นตอนที่จะที่มีผลต่อการตั้งใจใช้ซ้ำหรือมีการบอกต่ออีกครั้ง ของผู้ประกอบการรถขนส่ง ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการในด้านการทำการโฆษณาการประชาสัมพันธ์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยด้านคุณภาพการบริการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

(3) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การที่มีอุปสรรค เก้าอี้ ที่นั่งเพียงพอเหมาะสมกับผู้โดยสาร โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ความปลอดภัยลดความวิตกกังวลได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการขนส่งอีกด้วย

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรมีการวิจัยความพึงพอใจของรถขนส่งประเภทอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจขนส่ง

(2) ควรมีการศึกษาและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการให้บริการของรถขนส่งในเขตต่างๆ ให้ทันสมัย เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

(3) ควรมีการศึกษาและหาตัวแปรอื่นที่สำคัญเพิ่มเติมขึ้นอีก เช่น ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็แนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางการแก้ไขต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา นิกธสังขพินิจ และระบิล พันภักย์. (2561). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางบุรีรัมย์-นครราชสีมา. *หนังสือประมวลบทความการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2561*, วันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 16-29.
- กิตตินันต์ พิศสุวรรณ. (2553). *ความต้องการสวัสดิการของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัท ลานนา อุตสาหกรรม เกษตร จำกัด*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ, เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กองบรรณาธิการไทยรัฐออนไลน์. (2565). *ปี 65 ค่าครองชีพสูงกว่ารายได้ คนไทยกระอักหนักกว่าเคยอยู่ในระดับสูง* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2566, จาก: <https://www.thairath.co.th/money/economics/analysis/2380376>
- จุฑาทิพย์ ญาตเจริญ. (2561). *การปรับปรุงคุณภาพบริการของธุรกิจรถรับส่งพนักงานกรณีศึกษาบริษัท ทรีพี นูทรานสปอร์ต แอนด์เซอร์วิส จำกัด*. งานนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ และคณะ. (2561). คุณภาพการให้บริการด้านสวัสดิการรถรับ-ส่งพนักงานที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถรับ-ส่งพนักงาน:กรณีศึกษา บริษัท STTC จำกัด. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 4(2), 4-18.
- คารารัตน์ สุขแก้ว และสุนันทา มุ่งเครื่องกลาง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสาร. *หนังสือประมวลบทความการประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ครั้งที่ 4 และการประชุมระดับนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ครั้งที่ 1*, วันที่ 26-28 มิถุนายน 2562 ณ โรงแรมรอยัลริเวอร์ กรุงเทพมหานคร.
- ธิดาพร ใจธรรมดี. (2560). *การศึกษาทัศนคติ คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ที่มีต่อการเลือกใช้บริการรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เก้ การท่องเที่ยว*. ค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- นราธิป แนวคำดี และคณะ. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพรอมิส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาบางแคพลาซ่า กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), 203-214
- นุชณี นกศิริ. (2565). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ คุณภาพการบริการ และการรับรู้คุณค่าของเงินส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าออมสินพิเศษของธนาคารออมสินของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปาริสา ชนะสิทธิ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 ซ้ำ และการสื่อสารการตลาดแบบปากต่อปากของผู้โดยสารรถประจำทางในจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*.
- ภราดร คงมณี และวุฒิพงษ์ พงศ์สุวรรณ. (2562). การบริหารจัดการรถรับ-ส่งพนักงานด้วยสื่อสังคม: กรณีศึกษาพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค (บ้านห้วย) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 12(1), 287-303.
- ศิริชัย สมิตธิประชาวงษ์ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร สมาคมนักวิจัย*, 25(3), 186-199
- สุขสรณ์ ท้าวเม้ย และราเชนทร์ นพณัฐวงศกร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ เขตการเดินรถที่ 6. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 7(2), 260-271.
- Aday, L.A., & Andersen, R. (1975). *Development of indices of Access to Medical Care*. Ann Arbor, Michigan: Health Administration Press.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2013). *Principle of Marketing*. 15th ed. Sydney: Pearson Prentice Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.