

ความคาดหวังและความพึงพอใจ ของผู้โดยสารต่อการให้บริการของ รถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่ - ยะลา : กรณีศึกษาบริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด

Passenger's Expectation and Satisfaction of
Services on Late Van Hatyai - Yala :
A Case Study of Saha Yala Transport Limited.

วาริพร ชุศรี*

Wareeporn Chusri*

ฐิติรัตน์ ลัตยชี้อ**

Thitirat Satsue**

* อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

* Lecturer, Department of Management, Hatyai University

* Email: june_mba@hotmail.com

** อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์ ศูนย์จังหวัดยะลา

** Lecturer, Department of Management, Rajapark Institute, Yala Center

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทำการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด จำนวน 384 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตามหลายตัว (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA) ผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการรถตู้ประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกำหนดเวลาเดินทาง ด้านราคา ด้านสำรองที่นั่ง ด้านการบริการของพนักงานขับรถ และด้านสภาพของรถที่ใช้บริการ อยู่ในระดับมาก ซึ่งในภาพรวมคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยความคาดหวัง โดยที่คะแนนความพึงพอใจของผู้โดยสารอยู่ในช่วง 4.07- 4.18 และคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังของผู้โดยสารอยู่ในช่วง 4.06 - 4.16 เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้ประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด ด้วยเทคนิค IPA พบว่า คะแนนเฉลี่ยของความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารอยู่ในช่อง Quadrant 2 ซึ่งเป็นช่องที่แสดงให้เห็นถึงความสมดุลระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสาร หมายถึง บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ตามที่ผู้โดยสารต้องการ นอกเหนือจากนี้ ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังในการใช้บริการรถตู้โดยสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้โดยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคาดหวัง ความพึงพอใจ บริษัทสหะยะลาขนส่ง จำกัด

Abstract

The objectives of this study were to study the contrast between the expectation and satisfaction of passengers per serving of van bus Hat – Yala, Saha Yala Transport Limited classified by personal factors. By collecting data from 384 users of vans bus Hat - Yala Yala Saha Limited. The data was analyzed by descriptive analysis, percentile, mean, presenting the results of contrasting passenger's expectations and satisfaction utilizing Importance Performance Analysis techniques and evaluating research hypothesis with Multivariate Analysis of Variance (MANOVA). The results of the research found that expectations and satisfaction of passengers in all 5 categories were at the highest level, but the levels of expectations were lower than satisfaction. The averages of ratings of satisfaction. were in the range of 4.07-4.18 and the average ratings of expectations were in the range of 4.06-4.16. When the ratings of expectation and the ratings of satisfaction were analyzed by using the IPA technique, it was found that the average of the expectations and satisfaction of passengers were in the Quadrant 2, showing that there was a balance between expectations and satisfaction of passengers. In addition, the results of this study showed : 1) There was statistically significant difference at 0.05 level between passengers expectations and service vans based on the difference of passengers educational level. 2) There was statistically significant difference at 0.05 level between passengers monthly revenue and passengers satisfaction on vans service.

Keywords: Expectations, Satisfaction, Saha Yala Llimited.

บทนำ

ในสภาวะสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันอัตราค่าครองชีพค่อนข้างสูง สินค้าทุกประเภทมีการปรับขึ้นราคาทำให้ประชาชนจำเป็นต้องมีการใช้จ่ายอย่างประหยัด แต่เนื่องจากการดำรงชีวิตของคนจำเป็นต้องมีการติดต่อ เดินทาง มีการประชุม หรือการเดินทางเพื่อมาทำธุรกรรมต่างๆ จึงหลีกเลี่ยงการเดินทางไม่ได้ และการเดินทางแต่ละครั้งย่อมมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น หากเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวย่อมเสียค่าใช้จ่ายสูง หรือเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ใช้เวลาในการเดินทางนานและเสียเวลาในการรอคอย ดังนั้นการเดินทางในระยะทางที่ไม่ไกลมากนัก ผู้คนโดยส่วนใหญ่จึงนิยมเลือกการเดินทางโดยรถตู้ เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการใช้รถยนต์ส่วนตัว และใช้เวลาในการเดินทางเร็วกว่ารถโดยสารประจำทาง สำหรับการเดินทางระหว่างอำเภอหาดใหญ่ กับอำเภอเมือง จังหวัดยะลาซึ่งเป็นพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกัน โดยมีระยะทางกันโดยประมาณ 130 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทาง 1.45 ชั่วโมง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทั้งในอำเภอหาดใหญ่ และในอำเภอเมืองยะลา มักมีการเดินทางไป-มา อย่างสม่ำเสมอ บริษัทสหยะลาขนส่ง เป็นบริษัทที่จดทะเบียนเพื่อประกอบธุรกิจด้านการขนส่งโดยใช้รถตู้เส้นทางที่ได้รับสัมปทานจากรัฐนั้นก็มีหลายเส้นทาง หนึ่งในเส้นทางที่ได้รับสัมปทาน คือเส้นทางจากหาดใหญ่ - ยะลา โดยใช้เส้นทางเก่า หรือที่เรียกกันว่าเส้นทางเลียบชายทะเล อัตราค่าโดยสารท่านละ 100 บาท การซื้อตั๋วสามารถสำรองที่นั่งผ่านทางโทรศัพท์ได้ เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารอีกช่องทางหนึ่ง

ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นบุคคลหนึ่งที่ใช้บริการรถตู้โดยสารจากบริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด และได้มีโอกาสพูดคุยกับกลุ่มผู้โดยสารซึ่งผู้โดยสารบางท่านก็มีความพึงพอใจในการใช้บริการและบางท่านก็มีความไม่พึงพอใจในการใช้บริการในด้านต่างๆ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่-ยะลา กรณีศึกษาบริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด เพื่อที่จะใช้เป็นข้อเสนอแนะและเป็นแนวทางในการวางแผนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพตรงกับความต้องการของผู้โดยสารมากที่สุด เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความรู้สึกที่ดีเป็นที่ประทับใจของผู้ใช้บริการอันจะก่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด
- 2) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ

Wayne and Noe (1990) ได้นิยามความหมาย ความคาดหวังไว้ว่า คือ การคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่เคยได้รับมาเป็นตัวกำหนดความคาดหวัง ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นความคิดเห็นเป็นประจักษ์พฤติกรรมการแสดงออกของ

บุคคลจะเป็นไปเพื่อการได้รับผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ ความคาดหวังของลูกค้าแต่ละคนจะแตกต่างกันไปซึ่งจะประกอบด้วย ความคาดหวังและระยะห่างที่ยอมรับได้ รวม 3 องค์ประกอบ คือ

1) ความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ (Desired Service) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการและเชื่อว่าเป็นไปได้ที่จะได้รับการ หรือควรจะได้รับบริการ

2) ระดับขั้นต่ำของบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ (Adequate Service) ในการรับบริการแต่ละครั้งอาจมีอุปสรรคทำให้ไม่ได้ผลลัพธ์ดังที่คาดหวังไว้ ระยะห่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการหวังไว้ว่าจะได้รับ กับระดับต่ำที่สุดของการบริการที่ผู้รับบริการยอมรับได้ เรียกว่า ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ

3) ระยะห่างระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ (Zone of Tolerance) ที่จะได้ผลลัพธ์จากการบริการขององค์กรธุรกิจกับการยอมรับผลลัพธ์ขั้นต่ำที่ผู้รับบริการยอมรับได้นอกจากนี้ ระยะห่างดังกล่าวยังเกิดจากความแตกต่างในการให้บริการประเภทอื่น เช่น การบริการที่ไม่แน่นอนซึ่งเกิดขึ้นจากตัวผู้ให้บริการเอง หรือจากประเภทของการบริการที่แตกต่างกันใน แต่ละประเทศ หรือวัฒนธรรม

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2549, น.65) กล่าวว่า ความคาดหวังของการบริการจะมีคุณภาพหรือไม่ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่ผู้บริโภคได้รับจริงกับการบริการที่ผู้บริโภคได้คาดหวังเอาไว้ ซึ่งความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในอดีต แต่ถ้าผู้บริโภคไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อนเลย ผู้บริโภคก็จะสร้างความคาดหวังจากปัจจัยอื่นๆ ต่อไป

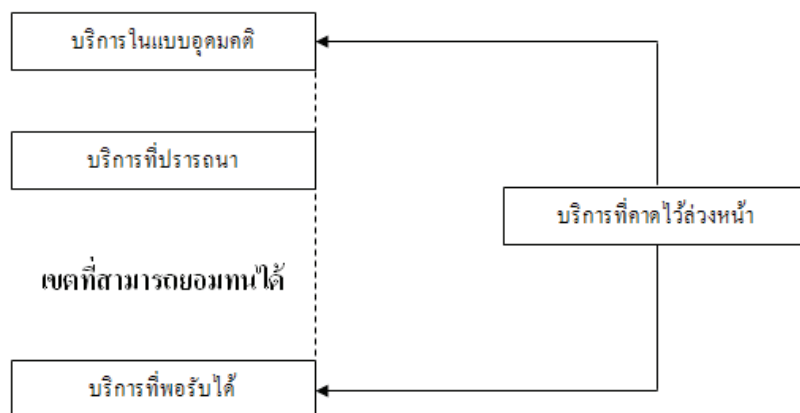
เอียร โชติกะชีวิน (2549, น.34) ได้ให้นิยามความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ระดับของความแน่ใจหรือความเป็นไปได้ที่จะได้ใช้ความพยายามในการทำงานแล้วจะทำให้ประสบความสำเร็จ ความคาดหวังเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความตั้งใจที่จะกระทำและการกระทำที่เกิดขึ้นจริงซึ่งสอดคล้องกับที่ ยุพาวรรณ วรรณวณิชย์ (2548, น.48-50) ได้อธิบายว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ระดับ ดังแสดงในแผนภาพที่ 1 และมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1) ระดับบริการในอุดมคติ (Ideal Service Level) เป็นระดับบริการที่ผู้บริโภคมุ่งมาดปรารถนา (Wished) ที่จะได้รับซึ่งในทางปฏิบัติแล้วอาจไม่สามารถให้บริการระดับนั้นได้

2) ระดับบริการที่ปรารถนา (Desired Service Level) จะเป็นระดับบริการที่ผู้บริโภคต้องการหรือหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างนั้น

3) ระดับบริการที่พอรับได้ (Adequate Service Level) เป็นระดับบริการที่ต่ำที่สุดที่ผู้บริโภคจะยอมทนหรือยอมรับได้ โดยปราศจากความไม่พอใจ พื้นที่ที่อยู่ระหว่างระดับบริการที่ปรารถนากับระดับบริการที่พอรับได้ เรียกว่า เขตที่สามารถยอมทนได้ (Zone of Tolerance) งานบริการที่เสนอแก่ผู้บริโภคถ้าอยู่ในเขตพื้นที่นี้ผู้บริโภคจะยอมทนได้ แต่ถ้าการให้บริการอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับบริการที่พอรับได้หรืออยู่นอกพื้นที่นี้ผู้บริโภคจะไม่สามารถยอมรับได้

4) ระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้า (Predicted Service Level) เป็นระดับบริการที่ผู้บริโภคหวังว่าจะได้รับจากธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งระดับบริการที่คาดไว้ล่วงหน้าจะมีช่วงตั้งแต่ระดับบริการในอุดมคติจนถึงระดับบริการที่พอรับได้



ภาพที่ 1 ตัวแบบความคาดหวังของลูกค้า
ที่มา: ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548, น.49)

จากภาพที่ 1 สรุปได้ว่า หากผู้บริหารบริษัทสหะละขณส่ง จำกัด สามารถทราบถึงระดับความคาดหวังของผู้โดยสารแต่ละคนซึ่งมีความคาดหวังในการบริการที่แตกต่างกันดังตัวแบบความคาดหวังดังกล่าวซึ่งมี 5 ระดับ คือ ระดับบริการในอุดมคติ ระดับบริการที่ปรารถนา ระดับบริการที่พอรับได้ ระดับบริการที่คาดหวังไว้ล่วงหน้า และเขตที่สามารถยอมรับได้ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการแน่ใจได้ว่าบริการที่ได้เสนอให้แก่ผู้โดยสารนั้น ตรงกับบริการที่ผู้โดยสารคาดหวัง ทั้งนี้การให้บริการของผู้ประกอบการจะต้องรักษามาตรฐานการให้บริการและไม่ควรตกลงมาอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับบริการที่พอรับได้ ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นผู้โดยสารจะไม่สามารถยอมรับได้และจะเกิดความไม่พึงพอใจกับการให้บริการดังกล่าวทันที

2. ความหมายของความพึงพอใจ

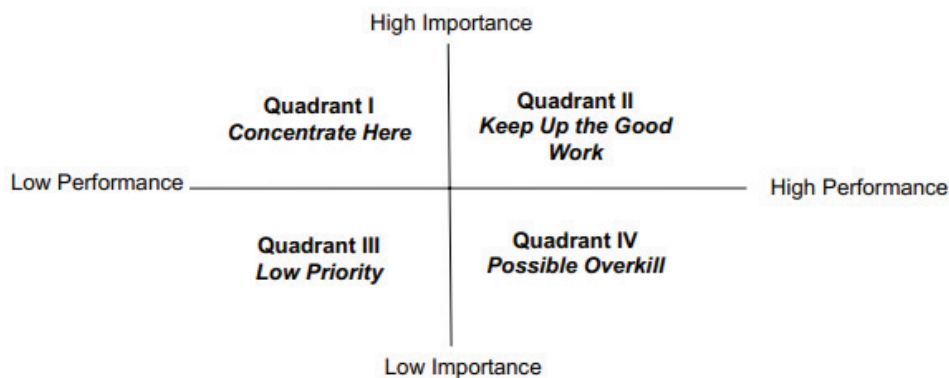
พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2525) ได้นิยามความหมายของคำว่า “พอใจ” หมายถึง สมใจ ชอบ เหมาะ ซึ่งกษกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจจึงเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง เป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมีความรู้สึกเอนเอียงมาก หรือน้อยก็ย่อมได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ หากเมื่อสิ่งใดสามารถตอบสนองความต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกลึกซึ้งผิดหวังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ สำหรับปราณี เอี่ยมลออภักดี (2550) ได้ให้นิยามความหมายความพึงพอใจไว้ว่า เป็นความรู้สึกพึงพอใจของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้กับความคาดหวัง จากคำนิยามสามารถกำหนดความพึงพอใจได้ 3 ระดับ คือ 1) ลูกค้าไม่พึงพอใจถ้าประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับต่ำกว่าความคาดหวัง 2) ลูกค้าพึงพอใจเมื่อผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพในระดับ

ใกล้เคียงกับความคาดหวัง และ 3)ลูกค้าพึงพอใจมากเมื่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังมากและศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546 อ้างถึงใน ลีดิรัตน์ ลัดยเชื้อ, 2555) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้า อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้า (Product's Received Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ถ้าพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการซื้อ (Post Purchase Satisfaction) ของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted) ซึ่งความแตกต่างกันในระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์สิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าหรือบริการต่อบุคคลอื่นต่อไป

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้บริการต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ ในการบริการกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับการบริการในแต่ละครั้งของการบริการที่เกิดขึ้น ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

3. การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยการใช้เทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากมุมมองที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์เพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับในตัวสินค้าของผู้บริโภค ผลที่ได้สามารถนำไปจัดวางบนกราฟสองมิติซึ่งง่ายต่อการแปลผลจากคุณลักษณะต่างๆที่มาจากการประมาณค่า (Rating Scale) และตัวกราฟแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะดังภาพประกอบที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างของกราฟ IPA เปรียบเทียบผลลัพธ์ความคาดหวังกับความพึงพอใจ
ที่มา: Wong, Fearon & Phillip (2009)

สำหรับการแปลความค่าผลลัพธ์ของความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้เปรียบเทียบกับสามารถอธิบายความหมายทั้ง 4 ลักษณะ (Quadrants) ได้ดังนี้

Quadrant 1: Concentrate here หมายถึง คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอคุณลักษณะที่ตกอยู่ในด้านนี้เป็นตัวแทนของพื้นที่ที่สำคัญที่จะต้องมีการปรับปรุงด้วยการให้ความสำคัญสูงสุด

Quadrant 2: Keep up the good work หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญและผู้ที่ให้บริการสามารถตอบสนองได้ดี คุณลักษณะทั้งหมดที่ตกอยู่ในด้านนี้มีความสมดุลที่ดีที่สุด

Quadrant 3: Low priority หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าเห็นว่าไม่สำคัญและลูกค้าเองก็ไม่พึงพอใจกับการบริการที่ได้รับ แต่ผู้ให้บริการสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือวิธีการได้เพื่อให้ทัศนคติของลูกค้าดีขึ้น

Quadrant 4: Possible overkill หมายถึง คุณลักษณะที่ลูกค้าไม่ให้ความสำคัญในการรับบริการแต่พึงพอใจกับการบริการที่ได้รับเป็นอย่างดีเนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นของคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่-ยะลา กรณีศึกษาบริษัทสหะลาชนสง จำกัด” ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและวิธีสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการโดยสารรถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะลาชนสง จำกัด คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบขนาดของประชากรโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953, อ้างถึงใน ยุทธพงษ์ กัยวรรณ, 2543, น.77)

$$n = \frac{P (1-P) Z^2}{d^2}$$

โดยกำหนดให้ระดับความมั่นใจมีค่าเท่ากับ 1.96 ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ .05) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.05 สามารถคำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก ระดับรายได้เฉลี่ย และความถี่ในการใช้บริการ โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อสิ่งที่ได้รับจากการบริการรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะลาชนสง จำกัด ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะจุดเด่น จุดด้อยและสิ่งที่ควรปรับปรุง เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

3. วิธีสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเป็นดังนี้คือ 1) ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา 2) ทำการร่างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย 3) ส่งร่างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 สำหรับนำไปสร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try out) โดยทำการทดลองใช้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการรถตู้โดยสารจากหาดใหญ่ไปยังจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 30 ชุด 5) ทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal consistency) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.78 และ 6) การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด ในการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเองโดยการเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่รอขึ้นรถตู้โดยสาร ซึ่งมีการซื้อตั๋วเพื่อเดินทางเป็นที่เรียบร้อยแล้ว สำหรับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรตามหลายตัว (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA) เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรเชิงปริมาณหลายตัวพร้อมกันเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม (Categorical Variables) และวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้ประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหยะลาขนส่งจำกัด ด้วยเทคนิค Importance Performance Analysis (IPA)

สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่-ยะลา กรณีศึกษาบริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้โดยสารของรถตู้ประจำทางสายหาดใหญ่-ยะลา โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.30 และเป็นเพศชายร้อยละ 49.70 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-31 ปี ร้อยละ 55.50 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 20.00 คน และอายุ 32 ปีขึ้นไปร้อยละ 24.50 โดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 50.30 โสดร้อยละ 26.80 และสถานภาพหย่าร้างร้อยละ 22.90 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.60 ระดับการศึกษาพื้นฐาน (ประถม-มัธยม) ร้อยละ 26.30 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.10 ประกอบอาชีพรับราชการ/ลูกจ้างรัฐ ร้อยละ 36.50 ประกอบอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 34.10 และประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 29.40 โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000

– 20,000 บาท ร้อยละ 58.90 รองลงมาไม่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 15.60 สำหรับความถี่ในการใช้บริการรถตู้โดยสารต่อเดือนโดยส่วนใหญ่ผู้โดยสารใช้บริการจำนวน 1-5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 59.90 รองลงมาจำนวน 6-10 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 31.80 และใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 8.30 รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ ระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาปัจจุบัน

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	191	49.70
	ชาย	193	50.30
	รวม	384	100
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	77	20.00
	21-31 ปี	213	55.50
	32 ปีขึ้นไป	94	24.50
	รวม	384	100
สถานภาพ	โสด	103	26.80
	สมรส	193	50.30
	หย่าร้าง	88	22.90
	รวม	384	100
ระดับการศึกษา	การศึกษาขั้นพื้นฐาน	101	26.30
	ปริญญาตรี	229	59.60
	สูงกว่าปริญญาตรี	54	14.10
	รวม	384	100
อาชีพ	รับราชการ/ลูกจ้างรัฐ	140	36.50
	พนักงานเอกชน	113	29.40
	อื่นๆ	131	34.10
	รวม	384	100

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	60	15.60
10,000 – 20,000 บาท	226	58.90
ตั้งแต่ 20,001 บาท	98	25.50
รวม	384	100
ความถี่ในการใช้บริการ		
1-5 ครั้ง	230	59.90
6-10 ครั้ง	122	31.80
มากกว่า 10 ครั้ง	32	8.30
รวม	384	100

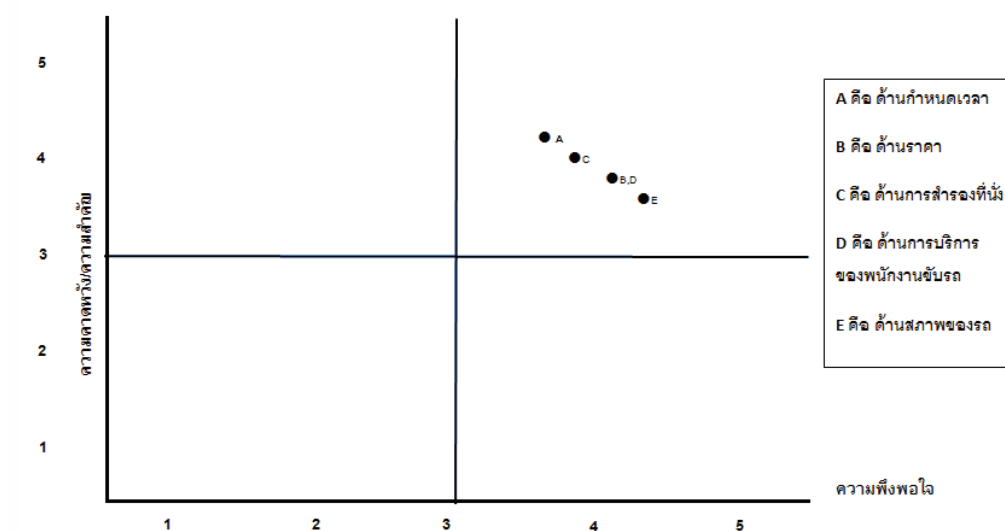
2. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของรถตู้โดยสารประจำทางขนาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหะลาขนส่ง จำกัด ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังในการใช้บริการในด้านการกำหนดเวลามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา คือ ด้านการสำรองที่นั่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยผู้โดยสารมีความคาดหวังในด้านราคา และด้านการบริการของพนักงานขับรถเท่ากันซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ในประเด็นของความพึงพอใจโดยรวมพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้โดยสารมีความพึงพอใจด้านสภาพของรถที่ใช้บริการมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ด้านราคาและด้านการบริการของพนักงานขับรถซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.17 และด้านการสำรองที่นั่งมีค่าน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจในแต่ละด้านโดยรวมของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทสหะลาขนส่ง จำกัด

ด้านการให้บริการ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านกำหนดเวลา	4.16	0.3991	มาก	4.07	0.4262	มาก
ด้านราคา	4.12	0.4141	มาก	4.17	0.3973	มาก
ด้านการสำรองที่นั่ง	4.13	0.4278	มาก	4.13	0.3897	มาก
ด้านการบริการของพนักงานขับรถ	4.12	0.3975	มาก	4.17	0.4207	มาก
ด้านสภาพของรถที่ใช้บริการ	4.06	0.4292	มาก	4.18	0.4080	มาก

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา ด้วยเทคนิค IPA ได้ผลการวิจัยดังนี้ คือ

1. ผลการเปรียบเทียบในภาพรวม พบว่าการให้บริการของรถตู้โดยสารประจำทางทั้ง 5 ด้านมีคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงซึ่งตกอยู่ใน Quadrant 2 สามารถเรียงลำดับคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้ประจำทางจากสูงสุดไปยังต่ำสุดได้ดังนี้ คือ ด้านกำหนดระยะเวลา ด้านการสำรองที่นั่ง, ด้านราคา, ด้านการบริการของพนักงานขับรถ และด้านสภาพความพร้อมของรถตู้โดยสาร มีรายละเอียด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้ประจำทาง

2. เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารประจำทางหาดใหญ่-ยะลา บริษัทสหยะลาขนส่ง จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพหลัก ความถี่ในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารไม่แตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารในด้านการสำรองที่นั่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 3 - 4

ตารางที่ 3 Multivariate Test วิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างระดับการศึกษาและความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสาร

Effect	value	F	Hypothesis df	Error df	P-value
Intercept Pillai's Trace	.997	14283.932	10.000	365.000	.000
Wilk's Lambda	.003	14283.932	10.000	365.000	.000
Hotelling's Trace	391.341	14283.932	10.000	365.000	.000
Roy's Largest Root	391.341	14283.932	10.000	365.000	.000
ระดับการ Pillai's Trace	.064	1.204	20.000	732.000	.244
ศึกษา Wilk's Lambda	.937	1.206	20.000	730.000	.242
Hotelling's Trace	.066	1.208	20.000	728.000	.240
Roy's Largest Root	.051	1.851	10.000	366.000	.050*

ตารางที่ 4 Test of Between- Subjects Effects วิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างระดับการศึกษาและความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสาร

Source Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
ระดับการศึกษา					
ด้านเวลา	2.789	2	1.391	1.411	.245
ด้านราคา	1.066	2	.533	.513	.599
ด้านสำรองที่นั่ง	7.889	2	3.945	3.577	.029*
ด้านพนักงาน	4.351	2	2.175	2.079	.126
ด้านสภาพรถ	4.637	2	2.318	2.066	.128

จากตารางที่ 4 พบว่าค่า P-value ของความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสาร 1 ด้านที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ด้านการสำรองที่นั่ง มีค่า P-value เท่ากับ .029 จึงสรุปได้ว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารภายในด้านการสำรองที่นั่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสารทั้ง 5 ด้านพบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก และความถี่ในการเดินทางที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสารไม่แตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสารในด้านกำหนดเวลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 5 - 6

ตารางที่ 5 Multivariate Test วิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างรายได้เฉลี่ยและความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสาร

Effect	value	F	Hypothesis df	Error df	P-value
Intercept Pillai's Trace	.996	18381.683	5.000	373.000	.000
Wilk's Lambda	.004	18381.683	5.000	373.000	.000
Hotelling's Trace	246.403	18381.683	5.000	373.000	.000
Roy's Largest Root	246.403	18381.683	5.000	373.000	.000
รายได้เฉลี่ย Pillai's Trace	.019	2.004	10.000	748.000	.030
Wilk's Lambda	.981	1.999	10.000	746.000	.031*
Hotelling's Trace	.019	1.994	10.000	744.000	.031*
Roy's Largest Root	.015	2.140	5.000	374.000	.060

ตารางที่ 6 Test of Between- Subjects Effects วิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสาร

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
รายได้เฉลี่ย	ความพึงพอใจ(รวม)					
	ด้านกำหนดเวลา	8.884	2	4.442	3.975	.020*
	ด้านราคา	5.241	2	2.620	2.768	.064
	ด้านสำรองที่นั่ง	.342	2	.171	.179	.836
	ด้านพนักงาน	5.631	2	2.815	2.578	.077
	ด้านสภาพรถ	1.860	2	.930	.892	.411

จากตารางที่ 6 ซึ่งพบว่าค่า P-Value ของความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสาร จำนวน 1 ด้านที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 ได้แก่ ด้านการกำหนดเวลา มีค่า P-Value เท่ากับ 0.02 จึงสรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารในด้านเวลา(ความรวดเร็ว) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการให้บริการของรถตู้โดยสารแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ พิสิฐ มหามงคล (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อความคาดหวังของผู้โดยสารแตกต่างกัน การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้บริโภครหรือผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคหรือมีความคาดหวังในสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา

ที่สูงจะทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลอย่างละเอียดและตั้งเป้าหมายที่เกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการที่ได้รับเอาไว้สูง ในขณะที่ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาไม่สูงมากมักไม่ค่อยสนใจศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเองมากนัก ดังนั้นจึงไม่ค่อยคาดหวังต่อสิ่งที่ตนเองจะได้รับจากการซื้อสินค้าหรือบริการครั้งนั้นๆ

2. ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของรถตู้โดยสารแตกต่างกันซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับพิสิฐ มหามงคล (2546) ที่ทำการศึกษารื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อความ พึงพอใจของผู้โดยสารแตกต่างกัน การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคหรือผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีมาตรฐานในการใช้ชีวิตที่สูง ดังนั้นการได้รับบริการใดก็แล้วแต่ต้องดีที่สุดถึงจะก่อให้เกิดความพึงพอใจ ในขณะที่ผู้บริโภคและผู้ใช้บริการที่มีรายได้ในระดับปานกลางอาจมีมาตรฐานในการใช้ชีวิตที่ไม่สูงมากนักความพึงพอใจในสิ่งต่างๆ ที่ได้รับจึงอาจเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าบุคคลที่มีระดับรายได้สูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารมีความคาดหวังในด้านการกำหนดเวลามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำข้อมูลเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อนำไปวางแผน และพยายามรักษามาตรฐานเวลาในการที่ใช้วิ่งจากต้นทางไปสู่ปลายทางเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสาร และจากการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านการกำหนดเวลาน้อยที่สุด ซึ่งในประเด็นนี้จึงเป็นโจทย์ที่สำคัญที่ผู้บริหารของบริษัทสหหะสาขนส่ง จำกัด จะต้องหาวิธีการแก้ไขปรับปรุงต่อไป

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคาดหวังในการใช้บริการรถตู้โดยสารจากบริษัทสหหะสาขนส่ง จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-ยะลาแตกต่างกัน ในประเด็นคุณภาพการให้บริการ การสำรองที่นั่ง นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้โดยสารจากบริษัทสหหะสาขนส่ง จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-ยะลาแตกต่างกันในประเด็นคุณภาพด้านการกำหนดเวลา ซึ่งผลจากการวิจัยดังกล่าวผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เช่น ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาในระดับสูง บุคคลกลุ่มนี้ย่อมมีความทันสมัยและสามารถใช้เทคโนโลยีได้ดี ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางในการสำรองที่นั่งเพิ่มเติมจากเดิมที่มีเพียงการสำรองที่นั่งผ่านทางโทรศัพท์ ควรเปิดให้มีการสำรองที่นั่งผ่านทาง Social Network เช่น Line อันจะเป็นการทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้นโดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ นอกเหนือจากนี้การให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่มีรายได้สูงซึ่งเวลาทุกนาทีมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดระยะเวลาในการเดินทางให้เป็นมาตรฐาน โดยกำหนดเวลารถเข้า-ออก จากสถานีให้ตรงต่อเวลา หากกรณีที่ได้รับผู้โดยสารระหว่างทางควรแจ้งเวลาให้ชัดเจนแม่นยำ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้โดยสารออกมาคอย ณ จุดนัดพบเป็นเวลานานเกินไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้จากบริษัท สหะละชนสง จำกัด เส้นทางหาดใหญ่-ยะลา ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้โดยสารรถตู้จากบริษัทสหะละชนสง จำกัด ทุกเส้นทาง เช่น ยะลา-นราธิวาส รวมถึงควรเพิ่มด้านความคาดหวังในการศึกษาเพิ่มเติม เช่น ด้านความปลอดภัย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กชกร เป้าสุวรรณ. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการศึกษาคณะที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตศูนย์สุโขทัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ฐิติรัตน์ ลัตยชีอ. (2555). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดสงขลา (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เอียร โชติกะชีวิน. (2549). *สภาพความพร้อมและความคาดหวังในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอคลอง จังหวัดแพร่ (ปริญญาบริหารการศึกษามหาบัณฑิต)*. อุดรดิษฐ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิษฐ์.
- ปราณี เอี่ยมลออภักดี. (2550). *การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธนาเพรส.
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุทธพงษ์ กัยวรรณ. (2543). *พื้นฐานการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วีระรัตน์ กิลเล็คไฟโรจน์. (2549). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Wayne, M. R., & Noe, R. M. (1990). *Human Resource Management* (4th ed). Boston Allyn and Bacon, A division of Simon & Schuster, Inc.
- Wong, M.S., Fearon, C., & Phillip, G. (2009). Evaluating E- Government in Malaysia : An Importance-Performance Grid Analysis (IPA) of citizens and service providers International. *Journal of Electronic Business*, 2(7),105-129.