

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ ในเขตจังหวัดนครนายก

Factors Influencing Decision-Making Behavior in Choosing Public Transportation
Services in Nakhon Nayok Province

โชติพัฒน์ กรกุม

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก โดยการแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ที่ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในสถานีขนส่งผู้โดยสาร (แห่งใหม่) จังหวัดนครนายก และจุดจอดรถโดยสารชั่วคราวโดยใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Infinite population) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน 5% โดยเก็บตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 450 กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย วิธี T-test , F-test ในตาราง Anova และวิธีการวิเคราะห์แบบการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกมากที่สุด คือ ด้านราคา เกี่ยวกับความคุ้มค่าของราคาค่าโดยสารกับระยะทาง และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกมากที่สุด คือ ความคงเส้นคงวา เกี่ยวกับค่าบริการรถโดยสารสาธารณะเป็นไปตามที่กรมการขนส่งประกาศกำหนด โดยทุกปัจจัยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน และด้านอาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน

คำสำคัญ : ระบบขนส่งสาธารณะ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ การตัดสินใจ

ABSTRACT

The objective of this research is to study the demographic factors, marketing mix factors, and service quality that influence the decision-making behavior in choosing public transportation services in Nakhon Nayok Province. Data was collected through electronic questionnaires distributed online to individuals who use public transportation services at the Nakhon Nayok Bus Terminal and temporary bus stops. The sample size was determined using a formula for an unknown population size (infinite population) with a 95% confidence level and a margin of error of 5%, resulting in a total sample size of 450 respondents. Descriptive data analysis was conducted, including percentage, frequency, mean, and standard deviation. Hypothesis testing was performed using inferential statistics, including the T-test, F-test in Anova tables, and multiple regression analysis.

The results revealed that most respondents were female, aged between 26-35 years, single, with a bachelor's degree or higher, working as employees in private companies, and earning an average monthly income of 15,000-20,000 baht. The marketing mix factor that most influenced the decision to use public transportation in Nakhon Nayok Province was price, specifically the value for money of the fare in relation to the distance traveled. The service quality factor that most influenced the decision-making behavior was consistency, referring to the adherence of public transport fares to the rates set by the Department of Land Transport. All factors were statistically significant at the 0.05 level.

Hypothesis testing showed that demographic factors such as educational level and occupation significantly affected the decision to use public transportation in Nakhon Nayok Province.

Keywords: Public transportation, Marketing mix, Service quality, Decision-making

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันระบบขนส่งสาธารณะถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐต้องจัดสรรให้กับประชาชนที่เป็นผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ และตรงกับความต้องการของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570) ของกรมการขนส่งทางบก เรื่อง ปฏิรูปทั้งระบบ เพื่อให้ระบบการขนส่งสาธารณะมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน (กรมการขนส่งทางบก, 2565) โดยระบบขนส่งสาธารณะเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่มีผลต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ และขยายความเจริญทางเศรษฐกิจ รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ

ให้กระจายไปสู่พื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ ความเจริญที่ถูกกระจายไปพื้นที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีการผลักดันการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินลงทุน และรายได้ช่วยยกระดับเศรษฐกิจชุมชน สิริธร (2563) อ้างถึงใน Douglas, C.M. (2007) ในปัจจุบันประเทศไทยมีระบบการขนส่งสาธารณะที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางน้ำ ทางอากาศ ทางราง หรือทางบก ซึ่งการเดินทางเหล่านี้มีความแตกต่างในด้านราคา ระยะเวลา ความสะดวกสบายอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยการขนส่งทางบกด้วยรถโดยสารประจำทาง รถจักรยานยนต์สาธารณะ เป็นที่นิยมและตัวเลือกหนึ่งที่คนไทยส่วนใหญ่เลือกใช้ในการเดินทางในปัจจุบัน

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดที่อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไม่มากนัก ถูกพัฒนาให้เป็นเมืองรอง มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ ประเพณีและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้มีประชาชนเดินทางมาเป็นจำนวนมาก ดังนั้นระบบขนส่งสาธารณะจึงมีความสำคัญแต่ด้วยปัญหาต่าง ๆ ของระบบการขนส่งสาธารณะในจังหวัดนครนายก ทำให้มีผู้ใช้บริการลดลงเนื่องจาก ประชาชนหันไปใช้รถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ขาดการบริการที่ครอบคลุมและสม่ำเสมอ ขาดการเชื่อมต่อระหว่างเส้นทางต่าง ๆ การบริการที่ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ปัญหาด้านความปลอดภัย และความสะดวกสบาย

จากประเด็นปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก เพื่อต้องการทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการ เช่น ความสะดวกในการใช้บริการ ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ ความปลอดภัย และการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ เป็นต้น ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกหรือไม่อย่างไร โดยหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปวางแผนเพื่อใช้ในการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก
3. คุณภาพการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก โดยกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยคือ ประชากรผู้ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในสถานีขนส่งผู้โดยสาร (แห่งใหม่) จังหวัดนครนายก และจุดจอดรถโดยสารชั่วคราว โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่เดินทางมาใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกที่แน่นอน โดยเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 450 กลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

(1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

(3) คุณภาพการบริการ ได้แก่ ความคงเส้นคงวา การตอบสนองอย่างรวดเร็ว สมรรถนะ ความสะดวก ความสุภาพเป็นมิตร การสื่อสาร ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม

2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ซึ่งระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างวิจัยในครั้งนี้ ในช่วงเดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2567

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) หมายถึง ข้อมูลทางสถิติที่สามารถวัดได้เกี่ยวกับประชากร และมักใช้ในการแบ่งกลุ่มตลาดเพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยตัวแปรที่สำคัญมีดังนี้

1.1 เพศ (Sex) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สามารถแบ่งได้เป็นเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งทั้งสองเพศอาจมีความต้องการผลิตภัณฑ์ และบริการที่แตกต่างกัน (ภาวิณี กาญจนภา, 2558)

1.2 อายุ (Age) อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพราะแต่ละวัยมีความจำเป็นและความสนใจที่แตกต่างกัน เช่น วัยรุ่นอาจให้ความสนใจในสินค้าแฟชั่น ขณะที่ผู้สูงอายุอาจเน้นความสะดวกสบาย (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

1.3 สถานภาพสมรส (Marital Status) แบ่งได้เป็นโสด, สมรส, หย่าร้าง และหม้าย โดยสถานภาพสมรสสามารถมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น คนโสดอาจมีพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างจากคนที่มีครอบครัว (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

1.4 ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่มีราคาแพงหรือมีคุณภาพสูงมากขึ้น (ภาวิณี กาญจนภา, 2558)

1.5 อาชีพ (Occupation) อาชีพมีผลต่อรายได้ และความสามารถในการเข้าถึงสินค้าหรือบริการที่ต้องการ (ภาวิณี กาญจนภา, 2558)

1.6 รายได้ (Income) รายได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าหรือบริการ เช่น บุคคลที่มีรายได้สูงอาจเลือกใช้บริการที่มีคุณภาพสูง และราคาสูงกว่า (ภาวิณี กาญจนภา, 2558)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการตลาดเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจ

2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้บริโภค (Kotler, 2002)

2.2 ราคา (Price) ราคาคือมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย การกำหนดราคามีผลต่อความต้องการ และการรับรู้คุณภาพของสินค้า (ภาวิณี กาญจนภา, 2558)

2.3 การจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางที่ทำให้สินค้าหรือบริการเข้าถึงลูกค้าได้ เช่น การจัดสถานที่ให้บริการรับส่งผู้โดยสารหรือการให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ (จัตยาพร เสมอใจ, 2550)

2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กิจกรรมที่ใช้ในการสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น การโฆษณา การขายส่งเสริมการขาย และการใช้พนักงานขาย (จัตยาพร เสมอใจ, 2550)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึงการให้บริการที่มีมาตรฐานสูง เป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า โดยมีปัจจัยในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ประการ ได้แก่ ความคงเส้นคงวา (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) สมรรถนะ (Competence) ความสะดวก (Access) ความสุภาพ (Courtesy) การสื่อสาร (Communication) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความปลอดภัย (Security) การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค (Understanding the Customer) และลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) (ชูชัย สมิทธิไกร, 2557)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลตอบสนองต่อความต้องการหรือความปรารถนาในสินค้าหรือบริการ โดยการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการใช้บริการ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2557) พฤติกรรมผู้บริโภคสามารถแบ่งเป็นสองประเภทหลัก ๆ ได้แก่ พฤติกรรมภายนอก เช่น การซื้อสินค้า พฤติกรรมภายใน เช่น ความรู้สึก ความเชื่อ เป็นต้น

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) คือ กระบวนการเลือกสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง โดยกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจ (Decision Making) และทัศนคติหลังการใช้บริการ (Post-purchase Attitudes) (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550)

6. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับระบบขนส่งสาธารณะ

ระบบขนส่งสาธารณะ หมายถึง ระบบการขนส่งที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถใช้บริการได้ โดยมีการกำหนดเส้นทาง ตารางเวลาที่ชัดเจน เช่น รถบัส, รถไฟฟ้า, และเรือข้ามฟาก ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมต่อการเดินทางทั้งภายในเมืองและระหว่างเมือง (วิกิพีเดีย, ม.ป.ป.)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรณพิทักษ์ อาสน์สุวรรณ (2557) ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองจังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษารถสองแถว (สีน้ำเงิน) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานขับรถให้บริการด้วยความเต็มใจ มีอริยาบถดี แต่งกายสุภาพ การให้บริการมีความสม่ำเสมอ และรถมีสภาพดีปลอดภัย

จุฑามาศ ศิริเกษ และมานะ ลักษณะมีอรุณทนต์ (2566) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถสามล้อไฟฟ้า MuvMi ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อาชีพเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ MuvMi อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ฐานุตรา จันทรโกตุ (2554) ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งจังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางในทุกด้าน เช่น การอำนวยความสะดวก และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานี

ธรรมศักดิ์ วงษ์งามใส (2562) ทำการศึกษา เรื่อง การตัดสินใจใช้บริการรถเมล์โดยสารสาธารณะ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเช่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถเมล์แตกต่างกัน

พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไชยแสง (2566) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตจังหวัดอุดรธานี ช่วงสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และปริญญาพันธ์ ฉั่วกุล (2561) ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุต้องการบริการที่มีความปลอดภัย เช่น การดูแลตัวรถ การเลือกพนักงานที่มีมาตรฐาน และอุปกรณ์นิรภัยที่เหมาะสม

ศิริชัย สมิทธิปริชาวงษ์ และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ทำการศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเข้าใจ การตอบสนองสัຍของผู้โดยสาร การนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงบริการเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สิริธร อินจัน (2563) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผลิตภัณฑ์ และการบริการ มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะ

สุกานุกัทร วงศ์ภูดี และณฐา เสวตนรากุล (2567) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ระบบขนส่งสาธารณะในเขตพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของพนักงานขับรถมีความสำคัญสูงสุดในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ควรเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติและมาตรฐานที่เหมาะสมเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก การวิจัยถูกออกแบบในรูปแบบเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลโดยแบ่งเป็น คำถามปลายปิด (Close end) ซึ่งให้เลือกตอบ (Check list) เพียงคำตอบเดียว มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Form) จากกลุ่มตัวอย่าง 450 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในสถานีขนส่งผู้โดยสาร (แห่งใหม่) จังหวัดนครนายก และจุดจอดรถโดยสารชั่วคราว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

เพื่อให้เครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยดัชนี IOC จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เฉพาะแบบสอบถามในเชิงปริมาณเพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient of alpha) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นสูงถึง 0.991 แสดงถึงคุณภาพของแบบสอบถามที่จะนำไปใช้ในการวิจัยจริง นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยยังถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบ่งชี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พร้อมทั้งทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี T-test ,

F-test ในตาราง Anova เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีวิเคราะห์แบบการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 450 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 64.89 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 38.22 มีสถานภาพโสด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 64.67 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 มีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 37.11 มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D.=0.621) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านราคา ในส่วนของมาตรฐานของการคิดราคาค่าโดยสาร ($\bar{X} = 3.79$, S.D.=0.760) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการให้สะสมจำนวนเที่ยวที่ใช้บริการเพื่อเป็นส่วนลดในการเดินทางตามที่กำหนด ($\bar{X} = 3.12$, S.D.=0.930) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D.=0.656) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความคงเส้นคงวา ในส่วนค่าบริการรถโดยสารสาธารณะเป็นไปตามที่กรมการขนส่งทางบกประกาศกำหนด ($\bar{X} = 3.86$, S.D.=0.783) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ด้านความสะดวก สามารถจองตั๋วโดยสารได้หลายช่องทาง ($\bar{X} = 3.07$, S.D.=0.968) มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ ในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, $S.D.=0.612$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การตัดสินใจ ในส่วนพนักงานขับรถมีใบอนุญาตขับซึ่งถูกต้องตามประเภทรถโดยสารสาธารณะตาม พรบ.การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 กำหนด และขับรถตามกฎหมายจราจร ($\bar{X} = 3.85$, $S.D.=0.747$) มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ด้านการแสวงหาข้อมูล สามารถค้นหาข้อมูลการบริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกได้จากอินเทอร์เน็ตและสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ($\bar{X} = 3.40$, $S.D.=0.880$) มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

ด้านเพศ : ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติด้วยค่า T-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอายุ : ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานภาพ : ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา : ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน โดยระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่ง

สาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกน้อยกว่าระดับปริญญาดรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอาชีพ : ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน โดยข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกมากกว่าพนักงานบริษัท/เอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน : ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า F-test พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านราคา ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย น้อยที่สุด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระคุณภาพการบริการอย่างน้อย 1 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความสะดวก ด้านลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม ด้านความปลอดภัย ด้านความคงเส้นคงวา ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค ยกเว้น ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านสมรรถนะ ด้านความสุภาพเป็นมิตร และด้านความน่าเชื่อถือ ที่ไม่สามารถอธิบายความแปรปรวนพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา และ อาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธรรมศักดิ์ วงษ์งามใส (2562) และจุฑามาศ ศิริเกษ และมานะ ลักษณะมีอรุโณทัย (2566) พบว่า อาชีพ และปัจจัยประชากรศาสตร์อื่น ๆ เช่น อายุ การศึกษา และรายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในเขตจังหวัดนครนายกมากที่สุดโดยผู้โดยสารมักพิจารณาความคุ้มค่าในการใช้บริการ เช่น ความสมเหตุสมผลของราคาค่าโดยสาร และการแสดงราคาที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสิริธร อินจัน (2563) และพิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไชยแสง (2566) ที่พบว่า ราคา เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะ และสายการบินต้นทุนต่ำ

3. คุณภาพการบริการ

จากการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะพบทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่

3.1 การสื่อสาร ส่งผลมากที่สุด เนื่องจากการสื่อสารที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้โดยสารช่วยสร้างความมั่นใจและความสะดวก

3.2 ความสะดวก ผู้โดยสารมักมองหาบริการที่สะดวก เช่น สามารถเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก มีที่จอดรถ และสะดวกต่อการมาใช้บริการ สามารถจองตั๋วโดยสารได้หลายช่องทาง

3.3 ความปลอดภัย การมีมาตรการความปลอดภัยที่ชัดเจน เช่น การตรวจสอบสภาพรถ การติดตั้งอุปกรณ์นิรภัย

3.4 ความคงเส้นคงวา เช่น ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะเป็นไปตามที่กรมการขนส่งทางบกประกาศกำหนด รถออกตามตารางเวลาที่กำหนด มีตารางเวลาการเดินทางที่ชัดเจน

3.5 การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค การปรับปรุงบริการตามความคิดเห็นและความต้องการของผู้โดยสาร

3.6 ลักษณะภายนอกที่เป็นรูปธรรม เช่น สภาพรถโดยสาร การแต่งกายของพนักงานที่สะอาดและเรียบร้อย ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจ ความสะดวกในการใช้บริการ

โดยคุณภาพการบริการในแต่ละด้านสามารถสร้างความพึงพอใจ และส่งเสริมให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการซ้ำในอนาคต การศึกษานี้สอดคล้องกับการวิจัยของวิโรจน์ เกษฏา ลักษณะ และปริญญาพันธ์ จั่วกุล (2561), ฐานุตรา จันทรเกตุ (2554), และศิริชัย สมิทธิปรีชาวงษ์

และปัญญา ศรีสิงห์ (2563) ซึ่งยืนยันว่า ความสะดวก, ความปลอดภัย, และการเข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะในเขตจังหวัดนครนายก

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

การศึกษาคุณภาพของบริการ : เนื่องจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงมักให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ เช่น ความสะดวกสบาย และความปลอดภัย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพัฒนาคุณภาพการให้บริการโดยรวม เพื่อให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาสูง

การพัฒนาบริการให้เข้ากับลักษณะอาชีพ : ผู้ที่ประกอบอาชีพในองค์กรต่าง ๆ เช่น ข้าราชการหรือพนักงานบริษัท มีแนวโน้มจะเลือกใช้บริการที่มีความสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งหน่วยงานที่ให้บริการควรจัดระบบการขนส่งที่มีเส้นทางครอบคลุม ราคาที่เหมาะสมกับผู้ใช้บริการในทุกกลุ่มอาชีพ

2. ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ราคา (Price) : การกำหนดอัตราค่าโดยสารมีความเหมาะสม มีความโปร่งใสในการคิดอัตราค่าโดยสารเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดผู้โดยสาร ควรให้ผู้โดยสารสามารถรับรู้ได้ถึงความคุ้มค่าของการใช้บริการ โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่าย และระยะทางที่เดินทาง

ผลิตภัณฑ์ (Product) : การพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร เช่น การเพิ่มบริการขนส่งที่มีความสะดวกและทันสมัย เช่น รถโดยสารที่มีการอำนวยความสะดวกในการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน หรือการจองที่นั่งล่วงหน้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) : การส่งเสริมผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ หรือโปรโมชั่นลดราคา จะช่วยเพิ่มระดับการรับรู้ และกระตุ้นให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการ

การจัดจำหน่าย (Place) : การปรับปรุงช่องทางการให้บริการให้ครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตจังหวัดนครนายก โดยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เช่น การเพิ่มจุดรับ-ส่งที่สถานีหลัก และมีการบริการที่เชื่อมโยงครอบคลุมทุกพื้นที่

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ:

การสื่อสาร : การสื่อสารที่ชัดเจนและสุภาพจากพนักงานในการติดต่อกับผู้โดยสารเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ควรจัดอบรมให้พนักงานมีทักษะการสื่อสารที่ดีและเข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร

ความสะดวก : ควรพัฒนาบริการให้ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการจ่ายค่าโดยสาร หรือการจองที่นั่งล่วงหน้า จะช่วยให้การให้บริการมีความสะดวกสบายมากขึ้น

ความปลอดภัย และมาตรฐานการบริการ : การรักษามาตรฐานความปลอดภัย และความสะอาดภายในรถโดยสาร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ควรมีการบำรุงรักษารถให้อยู่ในสภาพดี และมีการตรวจสอบความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่การศึกษา เพื่อให้ผลการศึกษามีความครอบคลุมมากขึ้น และมีข้อมูลที่ครบถ้วน ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลาย โดยรวมถึงผู้ใช้บริการจากพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดนครนายก และพื้นที่ที่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนครนายก เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการเลือกใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ นอกจากนี้ควรพิจารณาการเพิ่มตัวแปรใหม่ ๆ เช่น เพศทางเลือก อาชีพ หรือระดับรายได้ เพื่อให้สามารถเจาะลึกได้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น

2. ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีในบริการในยุคปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง เช่น ระบบ GPS, แอปพลิเคชันสำหรับการชำระค่าโดยสาร หรือการจองที่นั่งล่วงหน้า ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ โดยการศึกษาความสะดวกในการใช้งาน และความพึงพอใจจากการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้อาจให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการพัฒนาบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. การใช้วิธีศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการจริงในเชิงลึก เพื่อให้สามารถระบุปัจจัยที่ซับซ้อนและมีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการได้มากขึ้น โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก และประสบการณ์อย่างละเอียด เพื่อเข้าใจมุมมองความคิดเห็นได้ดียิ่งขึ้น

4. การพัฒนาและการปรับปรุงด้านการตลาด ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการอย่างชัดเจน เช่น การโฆษณา การให้ข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ โดยประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริการสามารถรับรู้ได้เป็นวงกว้าง เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจใช้บริการ เพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรณีพิทักษ์ อาสน์สุวรรณ. (2557). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมือง จังหวัดชลบุรี: กรณีศึกษารถสองแถว (สีน้ำเงิน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา สาขาวิชาการบริหารทั่วไป.
- กรมการขนส่งทางบก กองแผนงาน. (2565). *แผนปฏิบัติการ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)* กรมการขนส่งทางบก.

- จุฑามาศ ศิริเกษ และมานะ ลักษณะมีอุไร. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถขนส่งสาธารณะระดับ Microtransit ของผู้เดินทางในกรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา รถสามล้อไฟฟ้า MuvMi. วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา, 5(3), 304-319.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐานุดรา จันทรเกตุ. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ, วิชาเอกการจัดการทั่วไป.
- ธรรมศักดิ์ วงศ์งามใส. (ม.ป.ป.). การตัดสินใจใช้บริการรถเมล์โดยสารสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการเงินและการธนาคาร.
- พิไลพร ลอยสงวน และวนิชย์ ไชยแสง. (2566). ปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในเขตจังหวัดอุดรธานี ช่วงสถานการณ์โควิด-19. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 13(2), 30-45
- ภาวิณี กาญจนภาค. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ท็อป จำกัด.
- วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). ระบบการขนส่งสาธารณะ ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2567 สืบค้นจาก https://en.wikipedia.org/wiki/Public_transport
- วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ และปริญญานันท์ จั่วกุล. (2561). คุณภาพการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. Veridian E-Journal, 11(1), 3091-3104.
- ศิริชัย สมितिปรีชาวงษ์ และปัญญา ศรีสิงห์. (2563). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสมาคมนักวิจัย, 25(3), 186-199
- สิริธร อินจัน. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารปรัชญาปริทรรศน์, 25(2), 10-18
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.
- สุภาณุกัทร วงศ์ภูดี และณฐา เสวตนรากุล. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ระบบขนส่งสาธารณะในเขตพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8(10), 266-274
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management, Millenium Edition*. The United States of America: Pearson custom publishing