



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพ-พัทยา
บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)



การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2567



**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE BANGKOK-PATTAYA
VAN SERVICE AT THE MINIBUS STATION (CHATUCHAK)**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN MANAGEMENT OF LOGISTICS
GRADUATE SCHOOL**

**RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024**

ใบรับรองการศึกษาค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยรังสิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณสถานี
เดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE BANGKOK-PATTAYA
VAN SERVICE AT THE MINIBUS STATION (CHATUCHAK)

โดย ภรณ์ทิพย์ แก้วสถิตย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต อนุมัติให้นับวิชาการศึกษาค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ ประจำปี
การศึกษา 2567

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

.....ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม

.....กรรมการ

ดร.บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ทรงวุฒิ ดิจงกิจ

ลิขสิทธิ์ของหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต โดยการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถสำเร็จได้ ต้องขอขอบพระคุณ ดร.ทรงวุฒิ ด้จงกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำข้อมูลและชี้แนวทางที่เป็นประโยชน์ จนทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเครื่องมือวิจัย เพื่อให้งานวิจัยมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี หากไม่มีพวกท่าน งานวิจัยในครั้งนี้ คงไม่สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยสนับสนุนและช่วยเหลือให้คำแนะนำจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยดี ทำที่สุดผู้วิจัยหวังว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้สนใจไม่มากนักน้อย หากการศึกษางานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย



ภรณ์ทิพย์ แก้วสถิตย์
ผู้วิจัย

6305762 : ภรณ์ทิพย์ แก้วสถิตย์
 ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย
 กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)
 หลักสูตร : วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทรงวุฒิ ดีจงกิจ

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุमानด้วยวิธี (One-Way ANOVA) หรือ F-test และการหาค่าถดถอย(Regression Analysis) ศึกษาจากปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 1. ด้านราคา 2. ด้านการส่งเสริมการตลาด 3. ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ 4.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร งานวิจัยเล่มนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ

ผลวิจัยพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ อายุ มากกว่า 12 - 26 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 2.ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยามีจำนวน 2 ปัจจัย 1. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 2. ด้านรถตู้ที่ใช้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00

ข้อเสนอแนะ 1. เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและครบถ้วน ในประเด็นต่างๆ ควรจะมีการศึกษาผู้ที่ใช้บริการในสถานีอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย เช่น สถานีหมอชิต(รถทัวร์) สถานีเอกมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานีขนส่งขนาดใหญ่และมีผู้ใช้บริการตลอดเวลา 2. ครั้งต่อไปควรที่จะศึกษารถประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น รถทัวร์ รถบัส เป็นต้น ซึ่งมีผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-พัทยา หลายบริษัท จะได้เห็นข้อแตกต่างและได้ข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

(การศึกษาค้นคว้าอิสระมีจำนวนทั้งสิ้น 44 หน้า)

คำสำคัญ: ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ, รถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา

6305762 : Pornthip Kaewsathit

Independent Study Title : Factors Affecting the Decision to Use the Bangkok-Pattaya
Van Service at the Minibus Station (Chatuchak)

Program : Master of Science in Management of Logistics

Independent Study Advisor : Songwut Deechongkit, Ph.D.

Abstract

This research aims to study the factors affecting the decision to use the van service on the Bangkok-Pattaya route at the small bus station (Chatuchak). Descriptive statistics were used to find the frequency, percentage, and standard deviation from the demographic factors and inferential data analysis using the One-Way ANOVA or F-test and regression analysis. The study was based on the factors of logistics activities: 1. Price 2. Marketing promotion 3. Vans used in the service 4. Ticket distribution channels This research is quantitative research.

The research results found that 1. Most of the 400 respondents were aged 12-26 years, 165 people, or 41.2 percent, were students, 122 people, or 30.5 percent, and had an income of less than 15,000 baht, 165 people, or 41.2 percent. 2. Factors related to logistics activities affecting the decision to use the Bangkok-Pattaya van service, with 2 factors: 1. Marketing promotion, with a Sig. value of 0.01. 2. Vans used, with a Sig. value of 0.00.

Recommendations: 1. To gain more in-depth and comprehensive data on the various issues, it is suggested that the study expand to include users of other terminals, such as Mo Chit and Ekamai, which are major transport hubs with continuous user flow. 2. Future studies should consider investigating other types of vehicles, such as buses or tour buses, since there are several companies providing passenger transport services from Bangkok to Pattaya. This will provide a broader perspective and more data, which can help operators and related agencies to improve and develop services further.

(Total 44 pages)

Keywords: Decision-making Factors, Minibus Service Bangkok-Pattaya

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1	1
บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 สมมติฐานงานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	3
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
บทที่ 2	5
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 สถานการณ์ปัจจุบันของรถโดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา	5
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	6
2.3 แนวคิดปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์	7
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนใจ	9
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย
	12
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	12
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4	การวิเคราะห์ข้อมูลผลวิจัย
	19
4.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	19
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน	24
บทที่ 5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
	28
5.1 สรุปผลการศึกษา	28
5.1.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา	28
5.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน	29
5.2 อภิปรายผล	30
5.3 ข้อเสนอแนะ	31
บรรณานุกรม	33
ภาคผนวก	35
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	36
ภาคผนวก ข ตารางแบบประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)	41
ประวัติผู้วิจัย	44

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัค (Cronbach)	16
4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์	19
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมด้านโลจิสติกส์	21
4.3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคา	21
4.4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	22
4.5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ	22
4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร	23
4.7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร	23
4.8 แสดงผลวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis)	25
4.9 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	26



สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดงานวิจัย	4
2.1	กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ	10



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนมักเกี่ยวข้องกับการเดินทางอยู่เสมอ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็น เพื่อการประกอบอาชีพ การท่องเที่ยว การอุปโภคบริโภค การพบปะสังสรรค์ เป็นต้น ส่งผลให้การคมนาคมมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น เนื่องจากการคมนาคมขนส่งผู้โดยสารหรือสินค้า นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยให้เศรษฐกิจ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามแนวคิดการพัฒนาประเทศในระยะยาวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่ยังคงยึดหลักการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่ง โดยพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมือง เพื่อเร่งปรับปรุงคุณภาพการให้บริการการเดินทางโดยสารสาธารณะ และสนับสนุนให้ประชาชนหันมาเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงข่ายทางถนน โดยบำรุงรักษาและยกระดับคุณภาพ เพื่อความปลอดภัยของโครงข่ายถนนที่มีอยู่ในปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

ในปัจจุบันมีผู้คนมากมายจากหลายพื้นที่ที่ต้องการมาทำงานหรือกระทั่งที่พักอาศัย ทำให้ผู้คนที่มีฐานะจำเป็นจะต้องสัญจรไปมาด้วยตัวเลือกที่หลากหลาย ซึ่งการเดินทางโดยใช้บริการรถตุ๊กก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ได้รับความนิยม สังเกตได้จากการที่มีผู้ให้บริการรถตุ๊กสาธารณะหลากหลายเจ้า มีทั้งที่ให้บริการรับส่งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและให้บริการรับส่งจากกรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดต่างๆ หนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในการใช้บริการคือ เมืองพัทยา ที่เป็นเส้นทางที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว การขนส่งที่สามารถมายังพื้นที่เมืองพัทยา นอกเหนือจากรถตุ๊กสาธารณะแล้ว ก็ยังมีขนส่งรูปแบบอื่นๆ ที่มีข้อดี ข้อเสียที่ต่างแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นรถแท็กซี่ ที่สามารถเรียกแบบเหมาจ่ายได้ ข้อดีคือ สามารถเรียกตอนไหนก็ได้ มีความเป็นส่วนตัว เลือกขนาดของรถได้ ข้อเสีย ราคาแพง และอาจจะเจอคนขับที่ไม่น่าไว้วางใจ, รถไฟ ข้อดี ราคาถูก ตรงต่อเวลา ข้อเสีย มีรอบน้อย ใช้ระยะเวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน แออัด ไม่เป็นส่วนตัว, รถทัวร์ ข้อดี มีตารางเวลาของรอบรถชัดเจน ตรงต่อเวลา เบาะนั่งสบาย ราคาเข้าถึงได้ ข้อเสีย ไม่

สามารถจอดระหว่างทางได้ ไม่เป็นส่วนตัวและ รถส่วนตัว ข้อดี การเดินทางสามารถยืดหยุ่นได้ เป็นส่วนตัว ข้อเสีย มีต้นทุนในการเดินทางสูง ร่างกายเหนื่อยล้าจากการขับรถ ซึ่งรถตู้โดยสารสาธารณะถือเป็นหนึ่งในวิธีการเดินทางที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในเส้นทางนี้

การเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะสายกรุงเทพฯ-พัทยา เป็นการใช้บริการรถตู้ที่มีที่นั่ง 12-20 ที่นั่งไม่รวมคนขับ โดยค่าใช้จ่ายจะอยู่ที่ประมาณ 150-180 บาทต่อคน การใช้บริการรถตู้สาธารณะไม่เพียงแต่เป็นการตัดสินใจในด้านความสะดวกสบายและค่าใช้จ่ายเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายประการที่อาจมีผลกระทบต่อประสบการณ์การเดินทางของผู้ใช้บริการ อย่างเช่นในประเด็นของด้านความปลอดภัย อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง คุณภาพของการให้บริการ พฤติกรรมการขับขี และเส้นทางการเดินทาง เมื่อไม่เพียงพอต่อความต้องการ ผู้ประกอบการรถตู้สาธารณะจึงมีการเสริมเบาะเพิ่มจำนวนที่นั่ง ส่งผลให้ตัวรถต้องบรรทุกน้ำหนักเกินกว่ากำหนดไว้ อีกทั้งยังมีการใช้ความเร็วเกินกำหนด และการใช้เส้นทางทับซ้อนกับรถเมล์โดยสาร

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้สาธารณะ ในกรณีศึกษาของ ท่ารถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) เนื่องจากท่ารถตู้โดยสารดังกล่าวเป็นตัวเลือกได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ ในการเดินทาง จากกรุงเทพมหานครไปยังเมืองพัทยา และมีผู้ให้บริการรถตู้โดยสารหลายเจ้า ทางผู้จัดทำจึงเล็งเห็นว่าเป็นกรณีที่น่าสนใจศึกษาเพื่อให้ทราบถึงข้อมูล และนำผลวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาบริการรถตู้โดยสารให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเดินทางระหว่างกรุงเทพฯ และพัทยามีประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดสำหรับผู้ใช้บริการ

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

1.3 สมมติฐานงานวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) แตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ 1.ประสิทธิภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรมสะท้อนออกมาในด้านราคา 2.กิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) สะท้อนออกมาด้านการส่งเสริมการตลาด 3.กิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) สะท้อนออกมาในด้านรถตู้ที่ให้บริการ 4.กิจกรรมการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) สะท้อนออกมาในด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) การที่สะท้อนตัวแปรออกมาแบบนี้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบถามเข้าใจในประเด็นของคำถามมากขึ้น

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่
การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากในบริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษาโดยเริ่มต้นศึกษาตั้งแต่เดือน 1 กันยายน 2567 – 23 เมษายน 2568

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.5.1 ผลวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลของการวิจัยไปประยุกต์ และปรับปรุงคุณภาพของระบบการให้บริการรถตู้สาธารณะให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

1.5.2 ผลวิจัยครั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางให้ผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้สาธารณะ นำข้อมูลไปประกอบ ประยุกต์หรืออ้างอิงในงานและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ- พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)” ได้มีการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย และจัดทำแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ โดยมีการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 สถานการณ์ปัจจุบันของรถตู้โดยสาร
- 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์
- 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สถานการณ์ปัจจุบันของรถตู้โดยสาร

ในปัจจุบันระบบขนส่งสาธารณะที่เดินทางจากกรุงเทพฯ-พัทนามีหลากหลายรูปแบบ แต่ละแบบก็เหมาะกับผู้ใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังนี้ รถทัวร์ เหมาะกับผู้ที่ต้องการความชัดเจนในการเดินทาง เพราะรถทัวร์มีรอบและระยะเวลาที่ชัดเจนค่าบริการไม่แพง แต่ไม่สามารถหยุดได้ทุกป้าย ต้องจอดตามสถานีเท่านั้น รถไฟ เหมาะกับผู้ที่ต้องการเดินทางไกล เช่น ไปต่างจังหวัดหรือข้ามเมือง มีราคาถูก แต่ก็มีรอบในการเดินทางน้อยและเส้นทางอาจจะจำกัดในบางพื้นที่ รถตู้ เหมาะกับผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังพื้นที่ที่ไม่มีรถทัวร์หรือรถไฟเข้าถึง เช่นการเดินทางไปต่างจังหวัด รถตู้จึงตอบโจทย์ผู้ใช่มากกว่าขนส่งในรูปแบบอื่นๆ เนื่องจากรถตู้มีขนาดเล็กคล่องตัวและสามารถเดินทางได้เร็วกว่าระบบขนส่งอื่นๆ จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ใช้บริการที่จะเดินทางไปยัง พัทยา เพราะใช้เวลาในการเดินทางน้อย จำนวนเที่ยวรถก็ค่อนข้างมาก ราคาถูกกว่าใช้รถส่วนตัว และยังมีท่ารถที่ให้บริการอีกหลายสถานี เช่น สถานีหมอชิดท่ารถขนาดใหญ่(บขส) สถานีหมอชิดท่ารถขนาดเล็ก หรือ สถานีเอกมัย ไว้ให้ผู้ใช้ได้เลือกใช้บริการ

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

2.2.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์เชิงสถิติและการพรรณาลักษณะของกลุ่มประชากรในด้านการแจกกระจาย สถิติชีพ อายุ เพศ และสถานภาพในทางพลเมือง ในขณะใดขณะหนึ่ง หรือช่วงระยะเวลาหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524, น. 109)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539, น. 41-42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้ได้คัดเลือกปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่นำมาศึกษา ดังนี้

1) อายุ ความต้องการของมนุษย์จะเปลี่ยนแปลงไปตามการเจริญเติบโตและอายุ ซึ่งธุรกิจหรือผู้ประกอบการจะใช้ลำดับขั้นของอายุในการนำเสนอบริการหรือสินค้าที่มีความแตกต่างกันเพื่อให้มีประสิทธิภาพและตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละจุด

2) อาชีพ ผู้บริโภคในแต่ละสาขาอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อจะได้จัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มอาชีพและแต่ละอาชีพได้อย่างเหมาะสม

3) รายได้ ย่อมส่งผลต่อกำลังซื้อของบุคคลแต่ละบุคคล หากมีรายได้มาก ก็จะทำให้บุคคลเหล่านั้นมีกำลังซื้อสูง เช่นเดียวกับ บุคคลที่มีรายได้น้อย ก็จะส่งผลให้กำลังซื้อน้อยลงตามไปด้วย และยังมีอิทธิพลต่อไลฟ์สไตล์และการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ในที่สุด

จากการศึกษาแล้วสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่งผลให้ปัจจัยของบุคคลแต่ละบุคคลเกิดความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ทำให้กระบวนการในการตัดสินใจแตกต่างกันได้ แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลจึงเป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาความเป็นไปได้ในการมองการตลาด เพื่อสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาปรับการวางแผนเพื่อโน้มน้าวให้เกิดความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์แก่นุชย์

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจากเป็นตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา (บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

2.3 แนวคิดปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

กิจกรรมด้านโลจิสติกส์มีทั้งหมด 13 กิจกรรม แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นกิจกรรมหลักขององค์กรและกลุ่มที่เป็นกิจกรรมสนับสนุนการทำงานขององค์กร กิจกรรมที่เป็นกิจกรรมหลักขององค์กรประกอบด้วย 8 กิจกรรม ส่วนที่เหลืออีก 5 กิจกรรมถือเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การบริการลูกค้า (Customer Service)
- 2) การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing)
- 3) การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting)
- 4) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
- 5) กิจกรรมการขนส่ง (Transportation)
- 6) การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage)
- 7) โลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)
- 8) การจัดหาซื้อ (Purchasing)
- 9) การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ (Part and Service Support)
- 10) การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
- 11) การเคลื่อนย้ายวัสดุ (Material Handling)
- 12) บรรจุภัณฑ์ (Packaging)
- 13) การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications)

กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์ (Logistics Activities) ทั้ง 13 กิจกรรม สามารถนำมาจัดกลุ่มได้เป็น 5 กลุ่มคือ 1) กิจกรรมทางด้านการบริหารจัดการการผลิต 2) กิจกรรมทางด้านการตลาดและการบริการลูกค้า 3) การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆ 4) การกระจายสินค้า 5) การจัดการสินค้าคงคลัง (ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์, 2567, น. 5)

จากที่ศึกษาแนวคิดสามารถสรุปได้ว่าทั้ง 13 กิจกรรมโลจิสติกส์ หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรในการขนส่งและจัดเตรียมสินค้าให้พร้อมสำหรับการจัดส่งไปยังลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่ง

ออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ 1.กิจกรรมทางด้านการบริหารจัดการการผลิต 2. กิจกรรมทางด้านการตลาดและการบริการลูกค้า 3.การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆ 4.การกระจายสินค้า 5.การจัดการสินค้าคงคลัง ทุกกิจกรรมที่กล่าวมามีบทบาทสำคัญในการจัดการโลจิสติกส์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด

ในงานวิจัยฉบับนี้ผู้จัดทำได้ทำการคัดเลือกกลุ่มกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา ดังนี้

2.3.1 ด้านราคา เชื่อมโยงกับประสิทธิภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรม ซึ่งสะท้อนไปที่ต้นทุนด้านการบริหารจัดการต้นทุนก็จะถูกลง เมื่อบวกกำไรที่ต้องการแล้ว ก็จะสามารถตั้งราคาที่แข่งขันกับบริการด้านการขนส่งประเภทอื่นๆ ได้ เช่น รถทัวร์ รถไฟ รถส่วนตัว เป็นต้น

2.3.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด เชื่อมโยงกับกิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) เพราะว่า มีโปรโมชั่น ใช้บริการ 10 ครั้ง นั่งฟรี 1 ครั้ง ทำให้สามารถช่วยดึงดูดลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพิ่มยอดขาย และเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในระยะยาว

2.3.3 ด้านรถตู้ที่ให้บริการ เชื่อมโยงกับกิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) เพราะรถตู้เป็นเครื่องมือหลักในการให้บริการขนส่งผู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา การให้บริการที่ดี, การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ, การจัดการปัญหา และการเสริมสร้างประสบการณ์ลูกค้าให้ดีขึ้น หากการบริการลูกค้ามีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี จะช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการซ้ำและแนะนำให้คนอื่น ๆ มาใช้บริการ

2.3.4 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร เชื่อมโยงกับกิจกรรมการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) ถ้ามีระบบการจัดส่งตัวหรือ QR-code ที่ดี (ผ่านแอป, ตู้ kiosk, ช่องทางตัวแทน) ก็สามารทำให้ลูกค้าเข้าถึงการซื้อตัวได้ง่าย การเชื่อมระบบ Back-end โลจิสติกส์กับ Front-end การขายตัวสำคัญมาก เช่น การเชื่อมต่อที่แน่น, แสดงผลแบบ Real-time Availability, ส่งตั๋วแบบ e-ticket ภายในไม่กี่วินาที ก็จะสามารถช่วยจัดการระบบช่องทางการจัดจำหน่ายตัวสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

ความหมายของ 4 ด้านที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมโลจิสติกส์

ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็น ต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริ โภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจึงต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived

Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคา ผลิตภัณฑ์ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และการแข่งขัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขนส่ง โดยใช้รถตู้เป็นสื่อกลางในการขนส่ง การให้บริการด้านรถตู้จะมีการจัดการขนส่งและการบริการลูกค้าที่เป็นเฉพาะเจาะจง

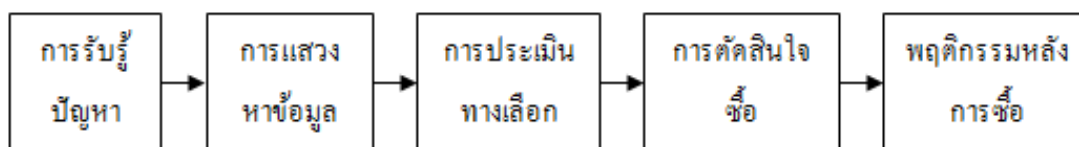
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร หมายถึง กิจกรรมการให้บริการลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ ที่ช่วยให้สินค้าและบริการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบายมากที่สุด การให้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในกรณีนี้เป็นการให้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเชื่อมโยงกับลูกค้าได้โดยตรง และเป็นกิจกรรมสามารถสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่ต้องการใช้บริการรถตู้โดยสาร

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับตัดสินใจ

ธารินี พัชรเจริญพงศ์ (2554) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นกระบวนการทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายๆ ทางเลือกก่อนที่จะนำทางเลือกนั้นไปปฏิบัติโดยใช้หลักเหตุผลจากทางเลือกหรือข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

นัตยาพร เสมอใจ (2550, น. 46) กล่าวว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริหารก็จะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

Kotler (2012, p. 195) กล่าวว่า นักจิตวิทยาจำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยใช้แนวคิด 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ แต่ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องทำตามกระบวนการทั้ง 5 ตามลำดับ หรือในบางครั้งอาจจะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไปก็ได้



รูปที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อ

ที่มา: Kotler, 2012, p. 195

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ จะประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากพิจารณาทุกอย่างแล้วก็ต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อก็จะเกิดขึ้น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สโรชา นนทร์รักษานุกูล (2560) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อพบว่า การส่งเสริมการขายนั้นสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ CP Easy Snack ในร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ในจังหวัดนนทบุรี

ธนพล อมรกิจจา (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร อาจเป็นเพราะปัจจุบันอาหารปิ้งย่างมีการขายแบบจัดส่งถึงบ้านหรือเดลิเวอรี่จึงทำให้การจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค แต่ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร

วรรณวิสา พิลีก (2561) จากผลงานวิจัยเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเซคซัย ทัวร์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนใน

เขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเชดชัย ทัวร์โดยรวมต่างกัน นอกจากนี้ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเชดชัย ทัวร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ชัชดาภรณ์ จอมโลกกรวด (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

จุฑาภรณ์ ผานาค (2563) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชน อำเภอเมืองนครปฐม ต่อการใช้บริการรถตู้สาธารณะ ตัวแปรต้น - ปัจจัยส่วนบุคคล - ความพึงพอใจการใช้บริการรถตู้สาธารณะ ผู้ใช้บริการรถตู้สาธารณะใน อำเภอเมืองนครปฐม ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถตู้สาธารณะ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบริการ รองลงมาด้าน คุณลักษณะของพนักงานขับรถ ด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ และด้านการสื่อสาร ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการรถตู้สาธารณะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

พระผานุต นนท์ (2563) จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง – วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) พบว่า ปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ แต่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

Mandelkar and Tarnittakorn (2018) ศึกษาปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์ การรับรู้คุณภาพ ความใส่ใจต่อสุขภาพ และรสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีดำเนินการของงานวิจัยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พญา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พญา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ Yamane เพื่อหากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่จะทำแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการรถตู้โดยสาร จำนวน 511,202 คน (องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ,2568) ค่าระดับความเชื่อร้อยละ 95 และค่าระดับความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ ร้อยละ ± 5 ซึ่งสามารถแสดงการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

โดยความหมายของแต่ละตัวแปรในสูตร Yamane ได้แก่:

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร (จำนวนประชากรทั้งหมดที่มี)

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ใช้ในงานวิจัยนั้น

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3-1)$$

$$n = \frac{511,202}{1 + 511,202(0.05)^2}$$

$$n = 399.69$$

จากผลการคำนวณของ Yamane) ได้ค่ามา 399.69 จึงขอปัดเศษขึ้นเพื่อความสะดวกในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา (บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จำนวน 400 คน

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรืออาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะแจกแบบสอบถามกับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จำนวน 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และสร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยคำถามเป็นแบบ (Multiple Choices) ให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (รถตู้)
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ใช้เครื่องมือการวัดมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Likert's Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนนของระดับเกณฑ์การวัดความคิดเห็น 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยแต่ละระดับเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (วิชญาพร ปิ่นสุข, 2567)

มากที่สุด (5 คะแนน)	หมายถึง	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นระดับมากที่สุด
มาก (4 คะแนน)	หมายถึง	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นระดับมาก
ปานกลาง (3 คะแนน)	หมายถึง	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นระดับปานกลาง
น้อย (2 คะแนน)	หมายถึง	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นระดับน้อย
น้อยที่สุด (1 คะแนน)	หมายถึง	ท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น โดยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}
 \tag{3-2}$$

โดยความกว้างของอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.80 ตามรายละเอียดดังนี้

คะแนน 4.21–5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วย มากที่สุด
คะแนน 3.41–4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วย มาก
คะแนน 2.61–3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วย ปานกลาง
คะแนน 1.81–2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วย น้อย
คะแนน 1.00–1.80	หมายถึง	ความคิดเห็นด้วย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทฯ (บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สูตรเดียวกันกับส่วนที่ 2

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราเรียน นิตยสาร วารสาร รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ที่เกี่ยวข้องและหนังสือวิชาการ ข้อมูลทางสถิติภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

3.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วในการเก็บข้อมูล

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน โดยใช้วิธีคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Item Objective Congruence: IOC) โดยให้ค่าคะแนนในแบบประเมินเป็นค่า 3 ระดับ คือ 1 = ใช้ได้ 0 = ไม่แน่ใจ -1 = ใช้ไม่ได้ โดยใช้สูตรการคำนวณ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-3)$$

เมื่อ $\sum R$ = ผลรวมคะแนนการตัดสินใจในข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ
 N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

IOC = 1

ผลจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องเมื่อนับคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งสามคนปรากฏว่าแบบสำรวจมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มีค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 1 (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข หน้า 43)

3.4.2 เมื่อได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงนำแบบสอบถามนั้นไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัค (Cronbach) ด้วยการโปรแกรมสำเร็จทางสถิติ ซึ่งมีสูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

$$\text{สูตร } \alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad (3-4)$$

โดยที่

α คือ สัมประสิทธิ์แอลฟา

K คือ จำนวนข้อคำถาม

$\sum S_i^2$ คือ ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช ซึ่งการประเมินความเที่ยงของสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเชื่อมั่น สัมประสิทธิ์แอลฟา ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	การแปลความหมายระดับเชื่อมั่น
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัก (Cronbach)

ตัวแปร	Cronbach'Alpha	
	ข้อ	กลุ่มตัวอย่าง (n=30)
ด้านราคา	2	0.600
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2	0.758
ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ	3	0.675
ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร	3	0.578
ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร	3	0.636

ผลจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่น พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านราคา มีค่า $\alpha = 0.600$ อยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่า $\alpha = 0.758$ อยู่ในระดับพอใช้, ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการมีค่า $\alpha = 0.675$ อยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้, ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร มีค่า

$\alpha = 0.578$ อยู่ในระดับต่ำ และด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร มีค่า $\alpha = 0.636$ อยู่ในระดับค่อนข้างพอใช้

3.4.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.5.1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงผลเป็นความถี่และร้อยละ

3.5.1.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.1.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตัดสินใจแสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอนุมานสำหรับการอธิบายผลการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลกระทบต่อกันระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

3.5.2.1 ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อและทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้เครื่องมือและการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยการทดสอบแบบ F-Test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป การวิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ใช้วิเคราะห์ ความสัมพันธ์เชิงทิศทางระหว่างตัวแปรอิสระ สำหรับการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

3.5.2.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 กิจกรรมการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 2 กิจกรรมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมการให้บริการด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 4 กิจกรรมการให้บริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลผลวิจัย

4.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) 1) อายุ 2) อาชีพ 3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
1.อายุ		
มากกว่า 12 ปี ถึง 26 ปี	165	41.2
มากกว่า 26 ปี ถึง 44 ปี	158	39.5
มากกว่า 44 ปี ถึง 59 ปี	43	10.8
มากกว่า 59 ปี	34	8.5
2.อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	122	30.5
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	60	15.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	51	12.8
พนักงานบริษัทเอกชน	102	25.5
ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ	56	14.0
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	9	2.2

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ
3.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	165	41.2
มากกว่า 15,000 – 20,000 บาท	113	28.2
มากกว่า 20,000 – 25,000 บาท	59	14.8
มากกว่า 25,000 – 30,000 บาท	21	5.2
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	42	10.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการสำรวจ 400 คน

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุมากกว่า 12 - 26 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาจะเป็นช่วงอายุ 26 - 44 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ช่วงอายุมากกว่า 44 – 59 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และช่วงอายุมากกว่า 59 ปี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา ตั้งแต่ 15,000-20,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 ตั้งแต่ 20,000-25,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ตั้งแต่ 25,000-30,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
1.ด้านราคา	4.60	0.51	มากที่สุด
2.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	0.59	มากที่สุด
3.ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ	4.63	0.47	มากที่สุด
4.ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร	4.62	0.52	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.58	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.58 และ S.D. = 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นลำดับที่ 1 ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ Mean = 4.63 และ S.D. = 0.47 ลำดับที่ 2 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร Mean = 4.62 และ S.D. = 0.52 ลำดับที่ 3 ด้านราคา Mean = 4.60 และลำดับที่ 4 S.D. = 0.51 และ ด้านการส่งเสริมการตลาด Mean = 4.48 และ S.D. = 0.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
1.1.1 การแจ้งราคาค่าโดยสารก่อนซื้ออย่างชัดเจน	4.64	0.55	มากที่สุด
1.1.2 บัตรโดยสารมีราคาถูก	4.56	0.65	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.60	0.60	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.60 และ S.D. = 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการแจ้งราคาค่าโดยสารก่อนซื้ออย่างชัดเจน Mean = 4.64 และ S.D. = 0.55 รองลงมา ได้แก่บัตรโดยสารมีราคาถูก Mean = 4.56 และ S.D. = 0.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
1.2.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	4.39	0.73	มากที่สุด
1.2.2 สามารถใช้ส่วนลดจากการสะสมแต้มบัตรโดยสาร	4.58	0.65	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.48	0.69	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.48 และ S.D. = 0.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่อง สามารถใช้ส่วนลดจากการสะสมแต้มบัตรโดยสาร Mean = 4.58 และ S.D. = 0.65 รองลงมา การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ Mean = 4.39 และ S.D. = 0.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
2.1.1 ที่นั่งภายในรถตู้โดยสาร มีความกว้าง นั่งสบาย	4.52	0.70	มากที่สุด
2.1.2 จำนวนเที่ยวรถสอดคล้องกับความต้องการที่จะเดินทาง	4.60	0.64	มากที่สุด
2.1.3 ความปลอดภัยในการเดินทาง	4.76	0.43	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.62	0.59	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.62 และ S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่อง ความปลอดภัยในการเดินทาง Mean = 4.76 และ S.D. = 0.43 รองลงมาจำนวนเที่ยวรถสอดคล้องกับความต้องการที่จะเดินทาง Mean = 4.60 และ S.D. = 0.64 และที่นั่งภายในรถตู้โดยสาร มีความกว้าง นั่งสบาย Mean = 4.52 และ S.D. = 0.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
2.2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (จุดจำหน่ายบัตร)	4.66	0.56	มากที่สุด
2.2.2 จอง-จ่าย บัตรโดยสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE ของคิวรถตู้	4.58	0.67	มากที่สุด
2.2.3 โทรสำรองที่นั่งล่วงหน้า	4.62	0.58	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.62	0.60	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร อยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.62 และ S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่อง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (จุดจำหน่ายบัตร) Mean = 4.66 และ S.D. = 0.56 รองลงมาโทรสำรองที่นั่งล่วงหน้า Mean = 4.62 และ S.D. = 0.58 และจอง-จ่าย บัตรโดยสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE ของคิวรถตู้ Mean = 4.58 และ S.D. = 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร

ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	Mean	(S.D.)	
1. ตัดสินใจเลือกเพราะการเดินทางเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของท่าน	4.75	0.44	มากที่สุด
2. ตัดสินใจเลือกเพราะระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม	4.65	0.48	มากที่สุด
3. ตัดสินใจเลือกเพราะสามารถเดินทางไปยังสถานีขนส่งได้สะดวก	4.61	0.52	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.67	0.48	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.67 และ S.D. = 0.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการตัดสินใจเลือกเพราะการเดินทางเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของท่าน Mean = 4.75 และ S.D. = 0.44 รองลงมาเป็นเรื่องการตัดสินใจเลือกเพราะระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม Mean = 4.65 และ S.D. = 0.48 และการตัดสินใจเลือกเพราะสามารถเดินทางไปยังสถานีขนส่งได้สะดวก Mean = 4.61 และ S.D. = 0.52 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุमान

ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 1 กิจกรรมด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 2 กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 4 กิจกรรมด้านช่องทางจัดจำหน่ายตั๋วโดยสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ตารางที่ 4.8 แสดงผลวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
Constant	4.01	0.15		25.39	0.00		
ราคา	0.00	0.04	0.00	0.02	0.98	0.48	2.06
การส่งเสริมการตลาด	0.08	0.03	0.17	2.36	0.01*	0.44	2.26
รถตู้ที่ใช้บริการ	0.12	0.03	0.20	3.47	0.00*	0.66	1.50
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.06	0.04	-0.21	-1.63	0.10	0.43	2.31

*P<0.05

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาค่า Sig. จะสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) อย่างมีนัยยะสำคัญที่ 0.05 มีจำนวน 2 ปัจจัย 1.ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 2.ด้านรถตู้ที่ใช้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 โดยมีอีก 2 ปัจจัยที่ค่า Sig. มากกว่า 0.05 คือ ด้านราคาที่มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.98 และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.10 ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) และจากการวิเคราะห์แต่ละตัวแปรได้ค่าสัมประสิทธิ์ของของสมการถดถอย (Beta Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผลจากการวิเคราะห์สามารถเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ด้านรถตู้ที่ใช้บริการ

สามารถสร้างสมการตามแบบจำลองได้ดังนี้

$$Y = 4.01 + 0.08B + 0.12C$$

$$= (25.39) (2.36) (3.47)$$

ค่าที่ปรากฏในวงเล็บด้านล่างสมการคือ ค่า t-statistics โดยทดสอบทางสถิติแล้วพบว่า ค่าประมาณของตัวแปรปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้บริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยกำหนดให้

- Y คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)
- B คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- C คือ ปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้บริการ

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.50 - 2.31 ซึ่งไม่เกิน 10 สรุปได้ว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากข้อมูลที่ปรากฏตามตารางที่ 4.8 มีการตั้งสมมติฐานคือ

$$H_0: \beta = 0 \quad H_1: \beta \neq 0$$

ตารางที่ 4.9 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 1 กิจกรรมด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 2 กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 4 กิจกรรมด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)	ปฏิเสธสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 กิจกรรมด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จากข้อมูลของตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยด้านราคา มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.98 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.00 ซึ่งหมายความว่า ยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 หมายความว่าปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 2 กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จากข้อมูลของตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.17 ซึ่งหมายความว่า ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จากข้อมูลของตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.20 ซึ่งหมายความว่า ปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 หมายความว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 4 กิจกรรมด้านช่องทางจัดจำหน่ายตั๋วโดยสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) จากข้อมูลของตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.10 และมีค่า Beta อยู่ที่ -0.21 ซึ่งหมายความว่า ยอมรับ H_0 และปฏิเสธ H_1 หมายความว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ อายุมากกว่า 12 - 26 ปี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.58 และ S.D. = 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็น ลำดับที่ 1 ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ Mean = 4.63 และ S.D. = 0.47 ลำดับที่ 2 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร Mean = 4.62 และ S.D. = 0.52 ลำดับที่ 3 ด้านราคา Mean = 4.60 และ S.D. = 0.51 และ ลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด Mean = 4.48 และ S.D. = 0.59 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.60 และ S.D. = 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการแจ้งราคาค่าโดยสารก่อนซื้ออย่างชัดเจน Mean = 4.64 และ S.D. = 0.55 รองลงมา ได้แก่บัตรโดยสารมีราคาถูก Mean = 4.56 และ S.D. = 0.65 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.48 และ S.D. = 0.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องสามารถใช้ส่วนลดจากการสะสมแต้มบัตรโดยสาร Mean = 4.58 และ S.D. = 0.65 รองลงมา การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ Mean = 4.39 และ S.D. = 0.73 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.62 และ S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่อง ความปลอดภัยในการเดินทาง Mean = 4.76 และ S.D. = 0.43 รองลงมาจำนวนเที่ยวรถสอดคล้องกับความต้องการ

ต้องการที่จะเดินทาง Mean = 4.60 และ S.D. = 0.64 และที่นั่งภายในรถตู้โดยสาร มีความกว้าง นั่งสบาย Mean = 4.52 และ S.D. = 0.70 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร อยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.62 และ S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (จุดจำหน่ายบัตร) Mean = 4.66 และ S.D. = 0.56 รองลงมาโทรสำรองที่นั่งล่วงหน้า Mean = 4.62 และ S.D. = 0.58 และจอง-จ่าย บัตรโดยสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE ของคิวรถตู้ Mean = 4.58 และ S.D. = 0.67 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.67 และ S.D. = 0.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการตัดสินใจเลือกเพราะการเดินทางเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของท่าน Mean = 4.75 และ S.D. = 0.44 รองลงมาเป็นเรื่องการตัดสินใจเลือกเพราะระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม Mean = 4.65 และ S.D. = 0.48 และการตัดสินใจเลือกเพราะสามารถเดินทางไปยังสถานีขนส่งได้สะดวก Mean = 4.61 และ S.D. = 0.52 ตามลำดับ

5.1.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานข้อที่ 1 กิจกรรมด้านราคา พบว่าปัจจัยด้านราคา มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.98 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.00 ซึ่งหมายความว่าปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 2 กิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.17 ซึ่งหมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 3 กิจกรรมด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ พบว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 และมีค่า Beta อยู่ที่ 0.20 ซึ่งหมายความว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 4 กิจกรรมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตัวโดยสาร มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.10 และมีค่า Beta อยู่ที่ -0.21 ซึ่งหมายความว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ด้านราคาไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ซึ่งสอดคล้องกับ Mandelkar and Tarnittakorn (2018) ที่พบว่า ราคา ผลิตภัณฑ์ การรับรู้คุณภาพ ความใส่ใจต่อสุขภาพไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ แต่ขัดแย้งกับ ชัชดาภรณ์ จอมโคกกรวด(2564) พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานข้อที่ 2 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ ศโรชา นนทร์รักษานุกูล (2560) พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ CP Easy Snack ในร้านค้าสะดวกซื้อเซเว่นอีเลเว่น ในจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานข้อที่ 3 ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก(จตุจักร)ซึ่งสอดคล้องกับ วรณวิสา พลีก (2561) พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเจดชัย ทัวร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ ธนพล อมรกิจจา (2564) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 4 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธนพล อมรกิจจา (2564) พบว่า ปัจจัยประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร และ พระผานูด นนท์ (2563) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยาบริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการบริการลูกค้า เช่น โปรโมชั่น "ใช้บริการ 10 ครั้ง นั่งฟรี 1 ครั้ง" มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา ผู้ให้บริการด้านการขนส่ง ควรเพิ่มการสื่อสารเรื่องโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, LINE, เว็บไซต์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นและยังช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่และสร้างความภักดีของลูกค้าเก่า ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มยอดขายและประสิทธิภาพที่ดีในระยะยาว เพิ่มแนวทางการพัฒนาในอนาคตอีก 10 ปีข้างหน้า เช่น การสะสมแต้มนั่งครบ 30 ครั้ง สามารถนำมาแลกตัวเครื่องบินภายในประเทศฟรี, โปรโมชั่นเกิดลดทันที 50% เพียงแค่ขึ้นบัตรประชาชน, บัตรสมาชิกแบบพรีเมียมใช้สะสมคะแนนแบบปลอดกักขังบนบล็อกเชน พร้อมสิทธิพิเศษเฉพาะบุคคล เช่น ที่จอดรถพิเศษ, ที่นั่ง VIP, บริการด่วน หรือโปรโมชั่นเฉพาะกลุ่ม

2) จากผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการบริการลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา โดยเฉพาะในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) คุณภาพและสภาพของรถตู้ เช่น ความสะอาด ความปลอดภัยและความสะดวกสบาย (2) การให้บริการของพนักงานขับรถ เช่น ความสุภาพ ตรงต่อเวลา และขี้ขันใจปลอดภัย (3) การสื่อสารและจัดการปัญหา เช่น การแจ้งเวลารถล่วงหน้า หรือแก้ไขกรณีรถล่าช้าได้อย่างมืออาชีพ ผู้ให้บริการด้านการขนส่งควรมีการอบรมเพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการแก่พนักงานขับรถและพนักงานขายตั๋ว เช่น การอบรมเรื่องมารยาท การอบรมขี้ขันใจอย่างปลอดภัยและอบรมเรื่องการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงภายในรถให้ตอบโจทย์ลูกค้ายุคใหม่ เช่น ที่ชาร์จมือถือ, Wi-Fi, หรือเบาะนั่งที่มีฟังก์ชันการนวด การเพิ่มระบบแจ้งข้อมูลแบบเรียลไทม์ เช่น แจ้งเวลารถออก-ถึงผ่านแอปหรือ SMS เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า และเพิ่มความล้ำสมัยด้วยระบบรถตู้ไร้คนขับ (Autonomous Van) พร้อม Virtual Assistant บริการด้วยรถยนต์ไร้คนขับที่ควบคุมด้วย AI เส้นทางแม่นยำ ลดอุบัติเหตุ พร้อมมีผู้ช่วยเสมือน (Voice AI Assistant) คอยตอบคำถาม ให้ข้อมูลระหว่างเดินทาง

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

1) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ สายกรุงเทพฯ-พัทฯ บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) เท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและครบถ้วนในประเด็นต่างๆ ควรจะมีการศึกษาผู้ที่ใช้บริการในสถานีอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย เช่น สถานีหมอชิต(รถทัวร์) สถานีเอกมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานีขนส่งขนาดใหญ่และมีผู้ใช้บริการตลอดเวลา

2) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะรถโดยสารขนาดเล็กเท่านั้น (รถมินิบัส และ รถตู้) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและแม่นยำมากขึ้น ครั้งต่อไปควรจะศึกษารถประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น รถทัวร์ ซึ่งมีผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-พัทฯ หลายบริษัท จะเห็นข้อแตกต่างและได้ข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

3) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการชาวไทยเท่านั้น ดังนั้น ควรทำการศึกษาโดยการข้อมูลจากชาวต่างชาติด้วย เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางไปพัทฯเป็นจำนวนมาก การเก็บข้อมูลกับจากนักท่องเที่ยวจะทำให้ได้ข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาต่อไป

4) ควรเก็บข้อมูลหรือสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานขับรถ เพื่อให้เข้าใจปัญหา อุปสรรค หรือแนวคิดในการพัฒนาการบริการจากผู้ให้บริการ

5) ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ปัญหาที่พบ และข้อเสนอแนะจากผู้โดยสาร เพื่อให้ได้มุมมองที่ลึกมากกว่าการใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว

บรรณานุกรม

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัชดาภรณ์ จอมโลกกรวด. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (Master's thesis). สืบค้นจาก <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/10220>
- ชนิสรา รัตนกร. (2565). กลยุทธ์การตลาด การให้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร หลังวิกฤต Covid-19 (Independent Study). สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/5124/1/TP%20MS.048%202565.pdf>
- ชัยวัฒน์ ศรีสวัสดิ์, และธนเดช ขำสมุทร. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ – พัทยาบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ (Independent Study). สืบค้นจาก <http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01/2555/GB/34.pdf>
- ชนพล อมรภิชา. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในเขตกรุงเทพมหานคร (Independent Study). สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4918>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธาริณี พชรเจริญพงศ์. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- พระผานุต นนท์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง – วงเวียนใหญ่ (ปอ. 84) (Independent Study). สืบค้นจาก <https://e-research.siam.edu/kb/the-factors-influencing-the-decision-of-air-conditioned-buses/>
- วิญญาพร ปิ่นสุข. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการซื้อของจากแอปพลิเคชันออนไลน์ระหว่าง LAZADA และ SHOPEE ของแรงงานต่างด้าวในจังหวัดสมุทรสาคร (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- วรรณวิสา พิธิ์. (2561). กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเจดชัยทัวร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-7/6114152025.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สโรชา นนทรักษานุกูล. (2560). การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ CP Easy Snack ในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลว่นในจังหวัดนนทบุรี (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570). สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>
- อลิสา วิชาสวัช. (2558). การศึกษาคุณภาพการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทลุงเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (2568). ข้อมูลเชิงสถิติการใช้รถตู้โดยสาร. สืบค้นจาก <https://www.bmta.co.th/bus-customer-stats/800>
- 13 การทำงานด้าน Logistics. (2567). สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.spu.ac.th/contents/2021/10/12/13-การทำงาน-ด้าน-logistics-วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน/>
- 13 กิจกรรมหลักด้าน โลจิสติกส์ (Logistics Activities). สืบค้น 4 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.logisticafe.com/2010/06/กิจกรรม-โลจิสติกส์-logistics/>
- Mandelkar, P., & Tarnittakorn, N. (2018). Intrinsic and extrinsic factors affecting consumer purchase intention for ready-to-eat food in Bangkok and its vicinity. In *The 5th SAU National Interdisciplinary Conference 2018* (pp. 1530–1537). Nonthaburi, Thailand: Richmond Stylish Convention Hotel.





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น และจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม จึงขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1.อายุ

- ☐ มากกว่า 12 ปี ถึง 26 ปี ☐ มากกว่า 26 ปี ถึง 44 ปี
☐ มากกว่า 44 ปี ถึง 59 ปี ☐ มากกว่า 59 ปี

2.อาชีพ

- ☐ นักเรียน / นักศึกษา ☐ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พ่อบ้าน / แม่บ้าน
☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ มากกว่า 15,000 – 20,000 บาท
☐ มากกว่า 20,000 – 25,000 บาท ☐ มากกว่า 25,000 – 30,000 บาท
☐ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	ไม่เห็นด้วย (1)
1. ด้านราคา					
1.1 การแจ้งราคาค่าโดยสารก่อนซื้ออย่างชัดเจน					
1.2 บัตรโดยสารมีราคาถูก					
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
2.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์					
2.2 สามารถใช้ส่วนลดจากการสะสมบัตรโดยสาร					
3. ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ					
3.1 ที่นั่งภายในรถตู้โดยสาร มีความกว้าง นั่งสบาย					
3.2 จำนวนเที่ยวรถสอดคล้องกับความต้องการที่จะเดินทาง					
3.3 ความปลอดภัยในการเดินทาง					
4. ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร					
4.1 ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (จุดจำหน่ายบัตร)					
4.2 จอง-จ่าย บัตรโดยสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE ของ กิวรถตู้					
4.3 โทรสำรองที่นั่งล่วงหน้า					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	ไม่เห็นด้วย (1)
1. ตัดสินใจเลือกเพราะการเดินทางเหมาะสมกับรูปแบบชีวิตของท่าน					
2. ตัดสินใจเลือกเพราะระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม					
3. ตัดสินใจเลือกเพราะสามารถเดินทางไปยังสถานที่ขนส่งได้สะดวก					



ภาคผนวก ข

ตารางแบบประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)

แบบประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) ของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรื่อง บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานี
เดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ผู้ศึกษา นางสาวภรณ์ทิพย์ แก้วสกลิต์ นักศึกษา วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ทรงคุณวุฒิ

อาจารย์ประจำ

2

ท่าน

ผู้จัดการท่ารถตู้

1

ท่าน



ตารางแบบประเมินค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)

ข้อ	คะแนนพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ			รวม	Mean	ผลลัพธ์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7	1	1	1	3	1	ใช้ได้
8	1	1	1	3	1	ใช้ได้
9	1	1	1	3	1	ใช้ได้
10	1	1	1	3	1	ใช้ได้
11	1	1	1	3	1	ใช้ได้
12	1	1	1	3	1	ใช้ได้
13	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ภรณ์ทิพย์ แก้วสถิตย์
วัน เดือน ปีเกิด	25 ธันวาคม 2537
สถานที่เกิด	จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, 2563 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, 2567
ที่อยู่ปัจจุบัน	20/184 หมู่ 10 ถนนพญาไท ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150

