

ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสาร  
สถานีขนส่งสายใต้

Expectation and Quality Perception of the Passengers towards the Bus  
Service Provision at the Southern Bus Terminal

สุนันท์ นิลพวง\*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ และ 2) ศึกษาการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ทำการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่มาใช้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้จำนวน 397 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า

ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.65) โดยความคาดหวังที่ได้รับการประเมินอยู่ในสามลำดับแรกได้แก่ การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง (Mean = 3.82) การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ (Mean = 3.78) และ ความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ (Mean = 3.67) ตามลำดับ การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ภายในรถโดยสาร อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.75) โดยการรับรู้ที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในการใช้บริการรถตลอดการเดินทาง (Mean = 4.22) สภาพของรถโดยสารอยู่ในสภาพที่ดี (Mean = 4.04) และ ความปลอดภัยจากอาชญากรรมตลอดการเดินทาง (Mean = 3.79)

คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้นในส่วนของการรายได้ต่อเดือน ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ภายในรถโดยสาร และมีผลต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางในทุกด้าน ยกเว้นในปัจจุบันด้านเพศ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางมากที่สุด ( $r = 0.76$ ) รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ภายในรถโดยสาร ( $r = 0.71$ ) และการรับรู้ภายในรถโดยสาร และการให้บริการระหว่างเดินทาง ( $r = 0.63$ ) ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ รถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

\*นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

## Abstract

The study entitled “Expectation and Quality Perception of Passengers towards the Bus Service Provision at the Southern Bus Terminal aims to 1) study expectation towards quality of the bus service provision at the southern bus terminal, and 2) study the quality perception of the passengers towards the bus service provision at the southern bus terminal. A questionnaire was used in data collection from those 397 passengers who are served at the southern bus terminal while Frequency, Percentage, Means, Standard Deviation, Pearson Correlation Coefficient Analysis, t-Test, One-Way Analysis of Variance, and Pearson Correlation Coefficient Analysis were utilized in data analysis.

It is revealed that the expectation level towards the quality of the bus service provision at the southern bus terminal is at the high level (Mean = 3.65). The expectations evaluated in the first three orders are the formation of confidence in travelling with the buses (Mean = 3.82), the adjustment of the bus fare to match with the cost of living (Mean = 3.78), the suitability of the fare and the service quality (Mean = 3.67) respectively. The perception towards the service quality of the bus service provision at the southern bus terminal is at the high level (Mean = 3.75). The perception evaluated in the first three orders are the safety from the accidents in travelling all the way with the buses (Mean = 4.22), the buses in a good condition (Mean = 4.04), and the safety from the crime all the way of the travelling (Mean = 3.79) respectively.

The individual characteristics influence the expectation in all dimensions except that on the income per month which is found to be statistically significant indifferent. Besides, the individual characteristics influence the perception on the inside of the buses and that on the service provision in all dimensions except the factor on sex which is found to be statistically significant indifferent. The expectation towards the service quality of the passengers relates to the perception on the service provision at the highest level ( $r=0.76$ ) followed by the relationship with the inside of the bus ( $r=0.71$ ), and with the service provided on the way of travelling ( $r=0.63$ ) respectively.

**Keywords:** expectation, quality perception, the buses at the southern bus terminal

## 1. บทนำ

รถโดยสารประจำทางถือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ในการคมนาคมและการขนส่ง ซึ่งปัจจุบันธุรกิจรถประจำทางมีการขยายตัวอย่างกว้างขวางออกไปในทุกๆ ที่ ตามอัตราการขยายตัวของประชาชน ความเติบโตของการเดินทาง และความเจริญของการคมนาคม ทำให้ผู้โดยสารเริ่มมีความหลากหลาย มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของรถโดยสารในลักษณะที่แตกต่างออกไป โดยธรรมชาติของการแข่งขันกันทางธุรกิจบริการ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร ซึ่งต้องอาศัยความพร้อมของผู้ประกอบการธุรกิจ และความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความประทับใจ จนเกิดความพึงพอใจ กลายเป็นความจงรักภักดี และช่วยประชาสัมพันธ์ออกไปแบบปากต่อปาก สิ่งเหล่านี้ ต้องอาศัยการจัดการทางด้าน ความปลอดภัย รวดเร็ว และ สะดวกสบาย ต้องอาศัยการนำเทคโนโลยี และระบบที่ทันสมัย มาช่วยในการจัดการในด้านต่างๆ ทำให้เกิดความรวดเร็วและความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ที่มากขึ้นทางภาคใต้และภาคตะวันตก ส่งผลให้ปริมาณผู้คนที่เข้าจากบริเวณดังกล่าว เดินทาง ไป-กลับ เข้ามาในกรุงเทพมหานคร มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากปัจจัยการขยายตัวดังกล่าว ทำให้ความสามารถในการให้บริการของรถโดยสารประจำทาง ไม่ว่าจะเป็นรถทัวร์ หรือรถตู้โดยสาร เริ่มจะไม่เพียงพอ การเพิ่มจำนวนรถ ไม่สัมพันธ์ไปกับคุณภาพในการให้บริการ ส่งผลต่อคุณภาพในการเดินทาง รวมไปถึงความปลอดภัย มีผลกระทบต่อสุขภาพจิต และทรัพย์สินของผู้เดินทาง เพื่อพัฒนาการจัดการให้มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษา โดยสำรวจถึง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ผู้วิจัยมุ่งหวังว่าผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรถประจำทาง ในการปรับปรุงคุณภาพและบริการให้สอดคล้อง และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง นอกจากนี้จะส่งผลให้ผู้ให้บริการ สามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนเพื่อจัดหาคุณภาพและบริการที่เหมาะสมให้กับบริษัทรถประจำทาง และมุ่งหวังว่าการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับนักศึกษาและผู้ที่มีสนใจในธุรกิจรถประจำทางได้อีกทางหนึ่งด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

## 2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยดังกล่าวได้ศึกษาแนวคิดเรื่องความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ โดยอาศัยแนวคิดเรื่องความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของ Zithaml, Parasuraman, and Berry (1990) ที่เสนอว่า ความคาดหวังหมายถึง ความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค โดยความคาดหวังของบริการนี้ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่าผู้ใช้บริการอาจจะ

ให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไรมากกว่า กล่าวโดยสรุปแล้ว ความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะได้รับบริการจากหน่วยงานหรือองค์การที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ ย่อมมีระดับที่แตกต่างกันไป มากบ้างน้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่า ประสบการณ์ที่ผ่านมา และความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ หากได้รับการตอบสนองหรือได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวังแล้ว ก็ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการ ในงานวิจัยหลายชิ้น อาทิ งานวิจัยของ ของ วิมลรัตน์ สังข์เหลี่ยมทอง (2555) ภาดา บุญทอง (2550) และ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ซึ่งนอกจากจะศึกษาการรับรู้ในคุณภาพในการให้บริการแล้ว ยังมีการศึกษาความคาดหวังในการให้บริการเพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการหนึ่งบริการใด ย่อมเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการประกอบกันหรือเป็นตัวกำหนด และปัจจัยเช่นนั้นก็กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการ นอกเหนือไปจากการรับรู้ หรืออาจจะสรุปได้ว่าคุณภาพในการให้บริการ เป็นความแตกต่างของบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังนั่นเอง

Tenner and Detoro (1992: 68-69) ได้เสนอถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการรับบริการของผู้รับบริการไว้เช่นกัน ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ผู้รับบริการมีความต้องการที่จะให้ความคาดหวังของตนได้รับการตอบสนองหรือบรรลุผลอย่างครบถ้วน และมีแนวโน้มที่จะยอมรับการให้บริการนั้นโดยทำการเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริงที่เคยได้รับ ก่อนที่จะชำระค่าบริการเสมอ ซึ่งผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อได้รับบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของเขา ดังนั้น ในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในการให้บริการ จึงจะต้องเป็นหน่วยงานที่สามารถทำนายความคาดหวังของผู้รับบริการ และสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการได้อย่างครบถ้วนถูกต้อง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการประกอบได้ด้วย 1. ลักษณะบริการที่ผู้รับบริการต้องการ 2. ระดับของการปฏิบัติงานหรือการให้บริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจ 3. ความสัมพันธ์ของงานบริการที่สำคัญ และ 4. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ในขณะที่งานวิจัยของ สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540 : 12) ซึ่งได้สรุปความคาดหวังไว้ว่า การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของคนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วย ทั้งนี้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิด และคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม

ความคาดหวังของผู้บริโภคของผู้รับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอไม่ตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจ (Dissatisfied) ถ้าการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะมี ความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

ในขณะที่ การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามา กระทับกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความกระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่อง

ความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making) วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547 : 45) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่าการรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่ลูกค้เลือกสรร จัดระเบียบ และตีความสิ่งเร้า ออกเป็นความหมายบุคคลหลายคนแม้จะอยู่ในสถานการณ์และเวลาเดียวกัน อาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันการรับรู้ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล อันเนื่องมาจากการตีความ แปลความ ตามการสัมผัสของร่างกาย ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตเป็นตัว บทบาทของการรับรู้ที่มีต่อการรับรู้ ว่า บุคคลจะเกิดการรับรู้ได้ดี และมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการรับรู้และการรับรู้สิ่งเร้าของบุคคล นอกจากจะขึ้นอยู่กับตัวสิ่งเร้าและประสาทสัมผัสของผู้รับรู้แล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของผู้รู้และพื้นฐานความรู้เดิมที่มีต่อสิ่งที่รับรู้ด้วย

สำหรับ กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้ สิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือสถานการณ์ มาเร้าอินทรีย์ ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัสบุคคล จะเกิดมีอากาการแปล การสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัส จะเกิดขึ้นในสมอง ทำให้เกิดพฤติกรรม สรุปได้ว่า กระบวนการรับรู้ จะเกิดได้จะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม รอบกาย ที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ
2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตาหู ฟัง จมูกได้ กลิ่น ลิ้น รุ้รส และผิวหนัง รุ้ร้อนหนาว
3. ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส
4. การแปลความหมายของสิ่งที่เราสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้านั้นคืออะไร

เมื่อนมนุษย์เรารู้อากาเร้าโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา ทำหน้าที่ดูคือ มองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือ ได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รุ้รส จมูก ทำหน้าที่ดมคือได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรุ้สึกได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ ก็สมบูรณ์แต่จริงๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่างๆ

ดังนั้นลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

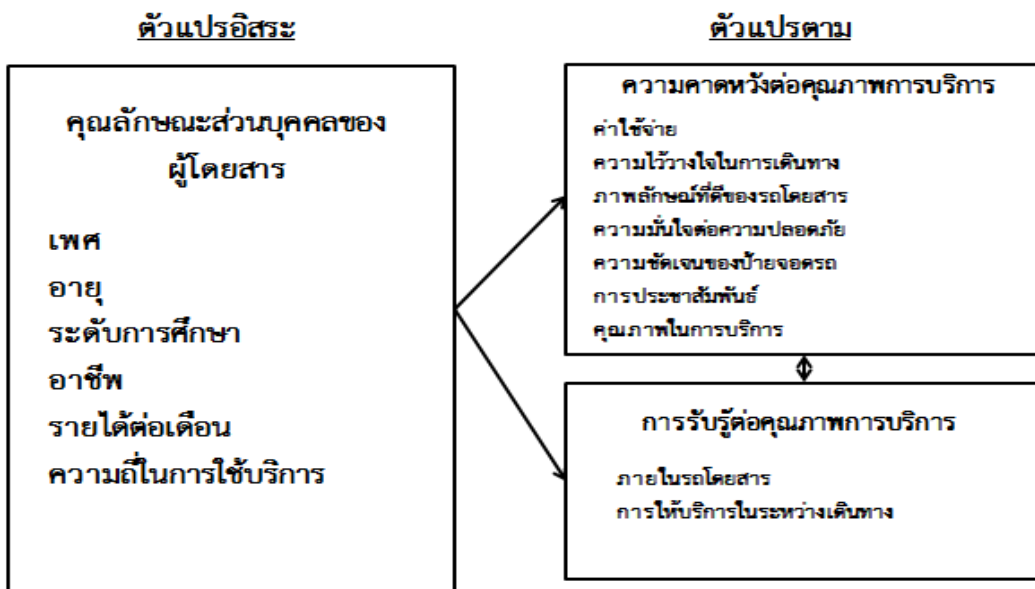
- ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์
- ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมอง เพื่อสั่งการ ตรงนี้เกิดการรับรู้ (Perception)
- ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัย ความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เขวามปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง การรับรู้ (Perception)



จากการทบทวนงานวิจัยของ สุมนา บุญหลาย (2550) ได้อธิบายการรับรู้ไว้ว่าบุคคลรู้สึกในสิ่งเร้าต่างๆ รอบตัว เท่ากับว่าความรู้สึกนั้นได้ส่งข้อมูลดิบ (Row Data) เข้าสู่ประสาททั้ง 5 จากนั้นจะเกิดการตีความในข้อมูลดิบเหล่านั้นแล้ว จึงเกิดการรับรู้หรือจินตภาพ (Perception) ขึ้น ดังนั้นกระบวนการรับรู้จึงเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ที่สลับซับซ้อนของการคัดเลือก (Selection) การจัดระเบียบ (Organization) และการตีความ (Interpretation) ข้อมูลต่างๆ หรือความรู้สึกต่างๆ ของบุคคล บุคคลหนึ่ง

กระบวนการรับรู้ ต้องอาศัยการรับรู้ข่าวสารที่เกิดจากผู้ให้บริการ ดังที่ เสรี วงษ์มณฑา (2548 : 88) กล่าวถึงขั้นตอนของการรับรู้ข่าวสาร มีดังนี้ 1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง 2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง 3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective comprehension) ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะตั้งใจรับข่าวสาร แต่ไม่ได้หมายความว่าข่าวสารนั้นถูกตีความในทางที่ถูกต้องในขั้นนี้จึงเป็นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามาว่ามีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนดไว้หรือไม่ ถ้าเข้าใจถึงจะไปสู่ขั้นสุดท้าย การตีความดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับ ทศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ 4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้จากการเลือกสรร (Selective retention) หมายถึง การที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้เห็น ได้อ่าน ได้ยิน หลังจากเกิดการเปิดรับและเกิดความเข้าใจแล้ว

สำหรับความสัมพันธ์ของความคาดหวัง และการรับรู้ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1994) เสนอว่า ความคาดหวังของลูกค้าจะมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อมในเวลานั้น ทำให้ลูกค้าเกิดความ เข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถบริการได้อย่างดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



### 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่เดินทางมายังสถานีขนส่งสายใต้ โดยมีกระบวนการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้โดยสารที่เดินทางมายังสถานีขนส่งสายใต้ใหม่ในระหว่างเดือน เมษายน ถึง สิงหาคม 2557 เนื่องจากไม่ทราบขนาดกลุ่มประชากรที่แน่นอนผู้วิจัยใช้ วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่างผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามฉบับจริง 400 ชุด และได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้น 397 ตัวอย่าง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง จากการทบทวนวรรณกรรม และจากการผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าอัลฟา ครอนบาค จากการเก็บกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ผู้โดยสารขนส่งสายใต้ เอกมัย จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านความคาดหวัง 0.89 และการรับรู้คุณภาพบริการภายในรถโดยสาร 0.76 และการรับรู้คุณภาพบริการภายในรถโดยสารด้านการให้บริการระหว่างเดินทาง 0.84

#### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา ผู้วิจัยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสรุปอ้างอิง วิเคราะห์ด้วยค่า Independent t-test One way ANOVA และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และความคาดหวังคุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

### 4. ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล

1. ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 207 คิดเป็นร้อยละ 52.14 รองลงมาเป็นเพศชาย 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.86
2. อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ ระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.08 รองลงมาคืออายุระหว่าง 21-40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.47 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.14 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30
3. การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.16 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.65

ประถมศึกษาจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.11 อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.78

4. สำหรับอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 126 คนคิดเป็นร้อยละ 31.17 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 106 คนคิดเป็นร้อยละ 26.70 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 83 คนคิดเป็นร้อยละ 20.91 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.62 อื่นๆ จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.03

5. รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 174 คนคิดเป็นร้อยละ 43.83 รองลงมา 10,001-20,000 บาทจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 20,001-30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.38 30,001-40,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.55 40,001 ขึ้นไปจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 4.53

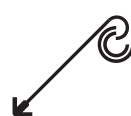
6. สำหรับความถี่ในการใช้บริการพบว่า ใช้บริการมากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.16 รองลงมา 5-6 ครั้ง/สัปดาห์จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 จำนวน 3-4 ครั้ง/สัปดาห์จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.14 และ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.59 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพรรณนา

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ	Mean	SD.	ระดับ
1.การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ	3.78	1.14	มาก
2. การสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง	3.60	1.06	มาก
3.การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง	3.56	1.06	มาก
4. การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง	3.82	1.19	มาก
5. การสร้างป้ายบอกที่จอดรถโดยสารประจำทางที่ชัดเจน	3.57	0.83	มาก
6. การให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์การใช้รถโดยสารประจำทาง	3.57	1.01	มาก
7. ความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ	3.67	1.27	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.65) โดยความคาดหวังที่ได้รับการประเมินอยู่ในสามลำดับแรกได้แก่ การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง (Mean = 3.82) การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ (Mean = 3.78) และ ความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ (Mean = 3.67) ตามลำดับ





**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ภายในรถโดยสาร

การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	Mean	SD.	ระดับคุณภาพ
1.จำนวนเที่ยวรถโดยสารที่ให้บริการมีความเพียงพอกับความ ต้องการในการใช้บริการ	3.43	1.39	มาก
2.สภาพของรถโดยสารอยู่ในสภาพที่ดี	4.04	0.94	มาก
3.ความตรงต่อเวลาในการออกรถ	3.35	0.96	มาก
4.สามารถรักษาเวลาให้ถึงจุดหมายได้	3.67	1.10	มาก
5.ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในการใช้บริการรถตลอดการ เดินทาง	4.22	0.98	มากที่สุด
6.ความปลอดภัยจากอาชญากรรมตลอดการเดินทาง	3.79	1.12	มาก
<b>การรับรู้ภายในรถโดยสาร</b>	<b>3.75</b>	<b>0.48</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ภายในรถโดยสาร อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.75) โดยการรับรู้ที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในการใช้บริการรถตลอดการเดินทาง (Mean = 4.22) สภาพของรถโดยสารอยู่ในสภาพที่ดี (Mean = 4.04) และ ความปลอดภัยจากอาชญากรรมตลอดการเดินทาง (Mean = 3.79)

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ การให้บริการระหว่างเดินทาง

การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ	Mean	SD.	ระดับคุณภาพ
7.ระยะเวลาที่ใช้ในการรอขึ้นรถโดยสาร	3.65	1.09	มาก
8.การจัดที่นั่งบนรถให้กับผู้โดยสาร	3.76	1.13	มาก
9.มีการจอดรถรับ-ส่งตรงจุดจอดรถประจำทาง	3.38	1.23	มาก
10.ความสุภาพของพนักงานขับรถ	3.45	0.99	มาก
11.จุดจอดรถมีป้ายบอกที่ชัดเจน	3.50	1.00	มาก
12.การเอาใจใส่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารตลอดการ เดินทาง	3.50	1.26	มาก
13.การให้คำแนะนำของพนักงานในการบริการ	3.56	1.34	มาก
<b>การให้บริการระหว่างเดินทาง</b>	<b>3.54</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ การให้บริการระหว่างเดินทางอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.54) โดยการรับรู้ที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรก ได้แก่ การจัดที่นั่งบนรถให้กับผู้โดยสาร (Mean = 3.76) ระยะเวลาที่ใช้ในการรอขึ้นรถโดยสาร (Mean = 3.65) และ การให้คำแนะนำของพนักงานในการบริการ (Mean = 3.56)

**ส่วนที่ 3** ผลการทดสอบคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

**ตารางที่ 4** ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ความคาดหวัง	การรับรู้ภายในรถ	การรับรู้การให้บริการ
		โดยสาร	ระหว่างเดินทาง
เพศ	<0.01**	<0.01**	0.32
อายุ	<0.01**	<0.01**	<0.01**
ระดับการศึกษา	<0.01**	<0.01**	<0.01**
อาชีพ	<0.01**	<0.01**	<0.01**
รายได้ต่อเดือน	0.77	<0.01**	<0.01**
ความถี่ในการใช้บริการ	<0.01**	<0.01**	<0.01**

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้นในส่วนของรายได้ต่อเดือน ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ภายในรถโดยสาร และมีผลต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางในทุกด้าน ยกเว้นในปัจจุบันด้านเพศ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ส่วนที่ 4** ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ และความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้

ปัจจัยด้าน	การรับรู้ภายในรถโดยสาร	การรับรู้การให้บริการ
		ระหว่างเดินทาง
ความคาดหวัง	0.71	0.76
การรับรู้ภายในรถโดยสาร	1	0.63
การรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทาง		1

ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้การให้บริการระหว่างเดินทางมากที่สุด ( $r = 0.76$ ) รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ภายในรถโดยสาร ( $r = 0.71$ ) และการรับรู้ภายในรถโดยสารและการให้บริการระหว่างเดินทาง ( $r = 0.63$ ) ตามลำดับ

## 5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ที่ได้รับการประเมินอยู่ในสามลำดับแรกได้แก่ การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่าครองชีพและ ความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังที่เป็นสาระสำคัญของผู้โดยสาร ได้แก่คุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางและคุณภาพในการบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547) ที่เสนอว่า ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งความคาดหวังในมุมมองของลูกค้าในปัจจุบันคือ คุณภาพการบริการที่เหมาะสมกับราคา โดยเฉพาะในธุรกิจบริการ ทั้งนี้เนื่องจาก ผลของงานบริการคือ สิ่งที่มีให้บริการหรือผู้ขายทำการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ซื้อ ที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการไปแล้วเกิดความประทับใจกับสิ่งเหล่านั้น

การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ การจัดที่นั่งบนรถให้กับผู้โดยสาร ระยะเวลาที่ใช้ในการรอขึ้นรถโดยสาร และ การให้คำแนะนำของพนักงานในการบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Gronroos (1990) ที่เสนอว่า คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยาก ไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการดังนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ และสิ่งที่ประเมินจากการบริการในทัศนะของผู้โดยสารจะพบว่ามุ่งเน้นไปยัง การให้บริการจัดที่นั่งที่เหมาะสม การบริหารเวลา และการบริการของพนักงาน การศึกษาวิจัยดังกล่าวจะช่วยลด ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของผู้บริหารกิจการ (The Management Perception Gap) ซึ่งช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพราะผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้ และช่วยลด ช่องว่างการบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ได้

คุณลักษณะส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ ความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้ บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีทั้งสอดคล้องและขัดแย้งกับ งานวิจัยของ ถวัลย์ เทียนทอง (2548) ซึ่งความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้ บริการของบริษัทไทยแอร์พอร์ตส์กราวด์เซอร์วิสเซอร์ จำกัด โดยผลการวิจัยพบว่า อายุ และ อาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจและการรับรู้ คุณภาพการให้บริการของบริษัทไทยแอร์พอร์ตส์- กราวด์เซอร์วิสเซอร์ จำกัด ในขณะที่ เพศ การศึกษา สถานภาพ รายได้ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ และการรับรู้ คุณภาพการให้บริการของบริษัทไทยแอร์พอร์ตส์กราวด์เซอร์วิสเซอร์ จำกัด เช่น เดียวกับงานวิจัยของ วิมลรัตน์ สังข์เหลี่ยมทอง (2555) ที่ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินกาดาร์แอร์เวย์ส โดยผลการวิจัย พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสาร ชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินกาดาร์แอร์เวย์ส ที่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพ และการศึกษา ไม่มีผลต่อความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้ บริการของสายการบินกาดาร์แอร์เวย์สอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการของ ผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีขนส่งสายใต้อยู่ในระดับที่สูงมาก นั้นแสดง ให้เห็นว่า ผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องต้องให้ความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสารในปัจจุบันดังกล่าว ต้องทำ การสำรวจความคาดหวังและการรับรู้อย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับทิศทางการให้บริการให้สอดคล้อง กับความคาดหวังและการรับรู้เพื่อคุณภาพที่ยั่งยืน และนำมาซึ่งประสิทธิผลในการให้บริการ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับผู้โดยสาร

2. ผลการวิจัยพบความแตกต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้ในเกือบ ทุกปัจจัย แสดงให้เห็นว่าในความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลจะมาซึ่งความแตกต่าง ของระดับความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการ ให้บริการให้กับผู้โดยสารที่มีความแตกต่างกันออกไปในคุณลักษณะส่วนบุคคลให้เหมาะสม การจัดกลยุทธ์ดังกล่าวอาจจำเป็นต้องศึกษาลงไปในรายละเอียดถึงความแตกต่างของเหตุผล ในแต่ละความแตกต่างของบุคคล ในอันจะนำมาซึ่งผลการให้บริการที่มีคุณภาพที่สูงยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยดังกล่าวเน้นการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้ที่สนใจจะต่อยอดเรื่องดังกล่าวควรหันมาทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาถึงเหตุผลของ

ความแตกต่างในเรื่องความคาดหวัง และอาจทำการศึกษาในเชิงลึก เพื่อให้ได้กลยุทธ์ในการบริการโดยสารให้สอดคล้องกับความต้องการของคนในทุกระดับชั้น

2. กลุ่มเป้าหมายที่ทำการเก็บข้อมูลศึกษาเฉพาะที่ขนส่งสายใต้ใหม่ ซึ่งอาจไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังสถานีขนส่งอื่นๆ ผู้ที่สนใจจะขยายการเก็บข้อมูลอาจใช้แนวการสอบถามดังกล่าวไปต่อยอด เพื่อค้นหาความแตกต่างหรือทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ ก็น่าจะได้ข้อค้นพบที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาดังกล่าวทำในเชิงภาคตัดขวาง ในระหว่างเดือน เมษายน ถึง สิงหาคม 2557 ข้อมูลที่จัดเก็บไม่ได้ครอบคลุมเวลาตลอดปี และการสุ่มตัวอย่างก็ไม่ได้ใช้วิธีแบบค้ำนึ่งถึงโอกาสถ้าสถิติผู้ที่สนใจอาจขยายเวลาในการจัดเก็บ และเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบค้ำนึ่งถึงโอกาสทางสถิติก็อาจจะทำให้พบข้อค้นพบในมิติที่แตกต่างกันได้

### เอกสารอ้างอิง

ถวัลย์ เทียนทอง (2548). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของ **บริษัทไทยแอร์พอร์ตส์กราวด์เซอร์วิสเสสจำกัด**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา.(2547). การตลาดสำหรับการบริการแนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาดา บุญทอง. (2550). ความคาดหวังการรับรู้ที่มีต่อคุณภาพการให้บริการและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ของผู้ใช้บริการในเขต **กรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิมลรัตน์ สัจจ์เสียมทอง. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อ **คุณภาพการให้บริการของสายการบินกาดาร์แอร์เวย์ส**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการตลาด. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพมหานคร.ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540) ความคาดหวังในการเรียนการศึกษาสายสามัญ **วิธีเรียนทางไกล**ของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดระยอง. ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต. สาขาการศึกษาผู้ใหญ่. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุนณา บุญหลาย. (2550). การรับรู้ของพยาบาลในความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของ **โรงพยาบาลศิริราช**. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เสรี วงษ์มณฑา.(2548). **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. เอกสารประกอบการสอนสำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. Experimental Designs, New York.

Gronroos, Christian .(1990). **Service Management and Marketing Managing the Moments of Truths in Service Competition**, Lexington, Massachusetts : Lexington Books.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1994). “Reassessment of Expectation of Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implication for Further Research.” **Journal of Marketing**. **58** (January), pp. 111-124.

Tenner. A.R. and DeToro,I.J. J. (1992). **Total quality management.: Three Steps to Continuous Improvement**.University of Minnesota. Addison-Wesley.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry.(1990). **Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions**. New York : The Free Press.