

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา

บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE BANGKOK-PATTAYA

VAN SERVICE AT THE MINIBUS STATION (CHATUCHAK)

ภรณ์ทิพย์ แก้วสถิตย์¹ ทรงวุฒิ ดีจงกิจ²

Pornthip Kaewsathit¹ Songwut Deechongkit²

¹นักศึกษาลัทธิศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ Student of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School, Rangsit University

E-mail: pornthip.b25@gmail.com

²อาจารย์ประจำหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

² Lecturer of Master of Science in Management of Logistics, Graduate School, Rangsit University

E-mail: songwut2737@gmail.com

(Received: April 29, 2025 ; Revised: May 28, 2025; Accepted: June 8, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) โดยศึกษาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ 1.ด้านราคา 2.ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ 4.ด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คือประชากรที่ใช้บริการรถโดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา (บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย,ค่าร้อยละ,ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน,การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หรือ F-test และการวิเคราะห์สมการค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

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 และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 2.ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา มีจำนวน 2 ปัจจัย 1.ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 2.ด้านรถตู้ที่ใช้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00

ข้อเสนอแนะ 1. เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและครบถ้วนในประเด็นต่างๆ ควรจะมีการศึกษาผู้ที่ใช้บริการในสถานีอื่นๆ เพิ่มเติมด้วย เช่น สถานีหมอชิต(รถทัวร์) สถานีเอกมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นสถานียอดนิยมและมีผู้ใช้บริการตลอดเวลา 2. ครั้งต่อไปควรจะศึกษารถประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น รถทัวร์รถบัส เป็นต้น ซึ่งมีผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารจากกรุงเทพฯ-พัทยา หลายบริษัท จะได้เห็นข้อแตกต่างและได้ข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

คำสำคัญ: ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการ, รถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา

Abstract

This research aims to study the factors influencing the decision to use passenger van services on the Bangkok–Pattaya route, specifically at the Small Bus Terminal (Chatuchak). The study focuses on demographic factors and logistics activity factors, including: 1) pricing, 2) marketing promotion, 3) the vans used for service, and 4) ticket distribution channels. This is a quantitative research study, using a sample group of 400 individuals who use the passenger van services on the Bangkok–Pattaya route (at the Small Bus Terminal, Chatuchak). Data were analyzed using statistical software, employing methods such as mean, percentage, standard deviation, one-way analysis of variance (One-Way ANOVA or F-test), and multiple regression analysis.

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 obtain more in-depth and comprehensive information on various issues, it is recommended to include a study of users at other transport stations, such as Mo Chit (intercity bus terminal) and Ekkamai, which are major transport hubs with continuous passenger traffic. 2. In future studies, other types of vehicles should also be considered, such as intercity buses and coaches. There are several companies providing passenger transport services between Bangkok and Pattaya. This would allow for a broader comparison and more extensive data, which can be used by operators and relevant agencies to further develop and improve services.

Keywords: Decision-making factors, minibus service Bangkok-Pattaya

บทนำ

รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนมักเกี่ยวข้องกับการเดินทางอยู่เสมอ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปไม่ว่าจะเป็น การประกอบอาชีพ การท่องเที่ยว การอุปโภคบริโภค การพบปะสังสรรค์ เป็นต้น ส่งผลให้การคมนาคมมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น เนื่องจากการคมนาคมขนส่งผู้โดยสารหรือสินค้า นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพช่วยให้เศรษฐกิจ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตามแนวคิดการพัฒนาประเทศในระยะยาว ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่ยังคงยึดหลักการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านขนส่ง โดยพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมืองเพื่อเร่งปรับปรุงคุณภาพการให้บริการการเดินทางโดยสารสาธารณะและสนับสนุนให้ประชาชนหันมาเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงข่ายทางถนน โดยบำรุงรักษาและยกระดับคุณภาพ เพื่อความปลอดภัยของโครงข่ายถนนที่มีอยู่ในปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

ในปัจจุบันมีผู้คนจำนวนมากจากหลายพื้นที่ที่ต้องการมาทำงานหรือกระทั่งที่พักอาศัย ทำให้ผู้คนที่มีฐานะจำเป็นจะต้องสัญจรไปมาด้วยตัวเลือกที่หลากหลาย ซึ่งการเดินทางโดยการใช้บริการรถตู้ก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ได้รับความนิยม สังเกตได้จากการที่มีความหลากหลายในผู้ให้บริการรถตู้สาธารณะ ซึ่งมีทั้งที่ให้บริการรับส่งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและให้บริการรับส่งจากกรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดต่างๆ หนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในการใช้บริการคือ เมืองพัทยา ที่เป็นเส้นทางที่มีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว นอกจากการขนส่งมายังพื้นที่เมืองพัทยาที่เป็นรถตู้สาธารณะแล้ว ก็ยังมีขนส่งรูปแบบอื่นๆ ที่มีข้อดี ข้อเสียที่ต่างแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็น รถแท็กซี่ ที่สามารถเรียกแบบเหมารายได้ ข้อดีคือ สามารถเรียกตอนไหนก็ได้ ความเป็นส่วนตัว เลือกขนาดของรถได้ ข้อเสีย ราคาแพง และอาจจะเจอคนขับที่ไม่น่าไว้วางใจ, รถไฟ ข้อดี ราคาถูก ตรงต่อเวลา ข้อเสีย มีรอบน้อย ใช้ระยะเวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน แอ๊ด ไม่เป็นส่วนตัว, รถทัวร์ ข้อดี มีตารางเวลาของรอบรถชัดเจน ตรงต่อเวลา เบาะนั่งสบาย ราคาเข้าถึงได้ ข้อเสีย ไม่สามารถจอดระหว่างทางได้ ไม่เป็นส่วนตัวและ รถส่วนตัว ข้อดี การเดินทางสามารถยืดหยุ่นได้ เป็นส่วนตัว ข้อเสีย มีต้นทุนในการเดินทางสูง ร่างกายเหนื่อยล้าจากการขับรถ ซึ่งรถตู้โดยสารสาธารณะถือเป็นหนึ่งในวิธีการเดินทางที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในเส้นทางนี้

แม้ว่ารถตู้โดยสารสาธารณะจะเป็นหนึ่งในรูปแบบการเดินทางยอดนิยมระหว่างกรุงเทพฯ – พัทยา เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และค่าโดยสารไม่สูง แต่กลับพบปัญหาหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและคุณภาพการให้บริการ เช่น การใช้ความเร็วเกินกำหนด, การแข่งในที่คับขัน และไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร รวมถึงการบรรทุกผู้โดยสารเกินจำนวนโดยการเสริมเบาะเพิ่มเติม ซึ่ง

ส่งผลต่อสมรรถนะของรถและความเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ, รถตู้บางสายมีเส้นทางทับซ้อนกับรถโดยสารประเภทอื่นเช่น รถบัสหรือรถทัวร์ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความแออัดในการให้บริการและปัญหาการแย่งผู้โดยสาร การตรวจสอบและการบังคับใช้กฎระเบียบจากหน่วยงานภาครัฐยังมีข้อจำกัด โดยเฉพาะกับผู้ให้บริการที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง ทำให้ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร คณะศึกษาทำรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) เนื่องจากทำรถตู้โดยสารดังกล่าวเป็นตัวเลือกได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ ในการเดินทาง จากกรุงเทพมหานครไปยังเมืองพัทยา และมีผู้ให้บริการรถตู้โดยสารที่หลากหลาย จึงเล็งเห็นว่าเป็นกรณีที่น่าสนใจในการนำมาศึกษาเพื่อให้ทราบถึงข้อมูล และนำผลวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถปรับปรุงและพัฒนาบริการรถตู้โดยสารให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเดินทางระหว่างกรุงเทพฯ และพัทยาให้มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจสูงสุดสำหรับผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรม โลจิสติกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านกิจกรรม โลจิสติกส์ ทั้ง 13 กิจกรรม มีดังนี้ 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)การจัดซื้อ (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) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจประเด็นคำถามได้อย่างชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทของการใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา ณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ผู้วิจัยจึงเลือกบางกิจกรรมมาใช้ในการสะท้อนออกมาเป็นตัวแปรในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ประสิทธิภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์โดยรวมสะท้อนออกมาในด้านราคา, กิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) สะท้อนออกมาด้านการส่งเสริมการตลาด, กิจกรรมการบริการลูกค้า (Customer Service) สะท้อนออกมาในด้านรถตู้ที่ให้บริการ, กิจกรรมการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) สะท้อนออกมาในด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่จะทำแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการรถตู้โดยสาร จำนวน 511,202 คน (องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ, 2568) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ผลจากการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และสร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกได้เป็น 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 (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) โดยแต่ละระดับเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ อ้างอิงข้อมูลมาจาก (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

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

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 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทฯ (บริเวณ สถานีเดินรถโค่นสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ลักษณะแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สูตรเดียวกันกับส่วนที่ 2

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลผ่านวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงผลเป็นความถี่และร้อยละ

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

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

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอนุมานสำหรับการอธิบายผลการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เพื่อทดสอบการส่งผลกระทบต่อกันระหว่าง ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

2.1 ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐานใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์สมการค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

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 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร Mean = 4.62 และ S.D. = 0.52 อยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับที่ 3 ด้านราคา Mean = 4.60 และ S.D. = 0.51 อยู่ในระดับมากที่สุด และ ลำดับที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด Mean = 4.48 และ S.D. = 0.59 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.60 และ S.D. = 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องการแจ้งราคาค่าโดยสารก่อน

ซื้ออย่างชัดเจน Mean = 4.64 และ S.D. = 0.55 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่บัตรโดยสารมีราคาถูก Mean = 4.56 และ S.D. = 0.65 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

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

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

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร อยู่ในระดับมากที่สุด Mean = 4.62 และ S.D. = 0.59 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่อง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ (จุดจำหน่ายบัตร) Mean = 4.66 และ S.D. = 0.56 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาโทรศัพท์สำรองที่นั่งล่วงหน้า Mean = 4.62 และ S.D. = 0.58 อยู่ในระดับมากที่สุด และจอง-จ่ายบัตรโดยสารผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน LINE ของคิวรถตู้ Mean = 4.58 และ S.D. = 0.67 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

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

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ตัวแปร	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
อายุ	F-test	0.60	ไม่สอดคล้อง
อาชีพ	F-test	0.75	ไม่สอดคล้อง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	0.44	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านราคา	MRA	0.98	ไม่สอดคล้อง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	MRA	0.01*	สอดคล้อง
ปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้บริการ	MRA	0.00*	สอดคล้อง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	MRA	0.10	ไม่สอดคล้อง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.60 หมายความว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.75 หมายความว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.44 หมายความว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ปัจจัยด้านราคา มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.98 หมายความว่าปัจจัยด้านราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.01 หมายความว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ปัจจัยด้านด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.00 หมายความว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายตัวโดยสาร มีค่า Sig. อยู่ที่ 0.10 หมายความว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple 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

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความหมายของค่า Sig. ย่อมาจาก (Significance Value) เป็นค่าที่ได้จากการทดสอบทางสถิติ ซึ่งบ่งบอกว่า ผลลัพธ์จากการทดสอบนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยปกติจะเทียบกับค่าระดับนัยสำคัญที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้า เช่น 0.05 (หรือ 5%)

ถ้า Sig. < 0.05 ถือว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า มีความแตกต่างหรือความสัมพันธ์ที่ชัดเจน ตามที่ทดสอบไว้

ถ้า Sig. $\geq$ 0.05 ถือว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า ผลที่ได้ อาจเกิดจากความบังเอิญ และไม่สามารถสรุปได้ว่ามีความแตกต่างหรือความสัมพันธ์

จากตารางที่ 2 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 ปัจจัยนี้ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) และจากการวิเคราะห์แต่ละตัวแปรได้ค่าสัมประสิทธิ์ของของสมการถดถอย (Beta Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผลจากการวิเคราะห์สามารถเรียงจากมากไปน้อยได้ดังนี้ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ด้านรถตู้ที่ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ค่า VIF

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

สรุปและอภิปรายผล

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

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

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

สมมติฐานข้อที่ 3 ด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณ สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก(จตุจักร)ซึ่งสอดคล้องกับวรรณวิสา พิสิก (2561) พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ บริษัทเชดชัย ทัวร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ ธนพล อมรกิจจา (2564) พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในกรุงเทพมหานคร

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

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สาย กรุงเทพฯ-พัทยา บริเวณสถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร)” ผู้วิจัยได้พิจารณาเสนอแนะแนวทางที่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนส่ง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร โดยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการให้บริการลูกค้า เช่น โปรโมชั่น “ใช้บริการ 10 ครั้ง นั่งฟรี 1 ครั้ง” มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา ดังนั้น ผู้ประกอบการขนส่งควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารโปรโมชั่นดังกล่าวผ่านช่องทางออนไลน์ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น Facebook, LINE และเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มการรับรู้ ดึงดูดลูกค้ารายใหม่ และสร้างความภักดีของลูกค้าเดิม อันจะนำไปสู่การเพิ่มยอดขายและการสร้างประสบการณ์การให้บริการที่ดีในระยะยาว นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการตลาดในอนาคต เพื่อสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า เช่น การสะสมคะแนนจากการเดินทางครบ 30 ครั้งเพื่อนำไปแลกกับตัวเครื่องบินภายในประเทศ การจัดโปรโมชั่นพิเศษในเดือนเกิด เช่น ลดราคา 50% เพียงแสดงบัตรประชาชน รวมถึงการพัฒนาระบบสมาชิกในรูปแบบพรีเมียมที่สามารถสะสมคะแนนผ่านระบบบล็อกเชนอย่างปลอดภัย พร้อมมอบสิทธิประโยชน์เฉพาะบุคคล เช่น ที่จอดรถพิเศษ ที่นั่งแบบ VIP บริการด่วน และโปรโมชั่นที่ออกแบบเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าในการใช้บริการและสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในธุรกิจการขนส่ง

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยด้านรถตู้ที่ใช้ในการให้บริการ ซึ่งเชื่อมโยงกับกิจกรรมการบริการลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร สายกรุงเทพฯ-พัทยา โดยเฉพาะในด้านคุณภาพและสภาพของรถตู้ เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย และความสะดวกสบาย ขณะเดียวกันยังรวมถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานขับรถ เช่น ความสุภาพ ความตรงต่อเวลา และความปลอดภัยในการขับขี่ ตลอดจนการสื่อสารและการจัดการปัญหา เช่น การแจ้งเวลารถล่วงหน้า หรือการจัดการกรณีรถล่าช้าอย่างมีอาชีพ ดังนั้น ผู้ให้บริการด้านการขนส่งควรมีแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดอบรมพนักงานขับรถและพนักงานขายตัวในด้านมารยาท การขับอย่างปลอดภัย และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการปรับปรุงสภาพภายในรถตู้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เช่น การติดตั้งช่องชาร์จโทรศัพท์มือถือ บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) และเบาะนั่งที่มีฟังก์ชันนวด เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจและความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งถัดไป

1. การวิจัยในครั้งนี้งานศึกษาผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา เฉพาะที่สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) เท่านั้น เพื่อให้ข้อมูลมีความลึกในประเด็นที่ศึกษา ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังสถานีขนส่งอื่นที่มีปริมาณผู้โดยสารสูง เช่น สถานีขนส่งหมอชิตและสถานีขนส่งเอกมัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนพฤติกรรมผู้ใช้บริการในหลากหลายพื้นที่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เน้นเฉพาะรถโดยสารขนาดเล็ก ได้แก่ รถตู้และรถมินิบัส ซึ่งแม้จะสะท้อนข้อมูลบางส่วนของระบบขนส่งระหว่างกรุงเทพฯ-พัทยาได้ดี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษารถโดยสารประเภทอื่น เช่น รถทัวร์ ซึ่งให้บริการในเส้นทางเดียวกัน โดยผู้ให้บริการหลายราย การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างประเภทรถจะช่วยให้เห็นข้อแตกต่างเชิงระบบเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงบริการในอนาคต

3. การวิจัยในครั้งนี้นำข้อมูลเฉพาะจากผู้ให้บริการชาวไทยเท่านั้น ทั้งที่พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและลึกซึ้งยิ่งขึ้นอันจะนำไปสู่การพัฒนาบริการให้ตอบสนองผู้ใช้บริการทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. เนื่องจากงานวิจัยมุ่งเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารเป็นหลัก จึงควรเสริมด้วยข้อมูลจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และพนักงานขับรถ ซึ่งมีประสบการณ์ตรงในภาคบริการ เพื่อให้ได้มุมมองที่รอบด้าน และสามารถพัฒนาระบบการให้บริการได้อย่างตรงจุดและยั่งยืน

5. แม้งานวิจัยนี้ใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นหลัก แต่ควรเสริมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อเข้าถึงประสบการณ์ ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของผู้โดยสาร ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

REFERENCES

- Amornkitcha, T. (2021). *Factors Affecting the Decision of Choosing a Grill Restaurant in Bangkok* (Independent Study). Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4918>
- Jomkokkrud, C. (2021). *Factors Influencing the Selection of Food Delivery Services in Nakhon Ratchasima Province* (Master's thesis). Retrieved from <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/10220>
- Non, P. (2020). *The Factors Influencing the Decision of Air-Conditioned Buses Service Users on the Route of Wat Rai Khing-Wongwian Yai (Por. 84)* (Independent Study). Retrieved from <https://e-research.siam.edu/kb/the-factors-influencing-the-decision-of-air-conditioned-buses/>
- Nonruksanukul, S. (2017). *Marketing Promotion Affecting a Decision-Making Process of Purchasing CP Easy Snack Products at Seven-Eleven Convenience Stores in Nonthaburi Province* (Independent Study). Retrieved from <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/3137>
- Pinsuk, W., & Rojsuwan, B. (2024). Factors Affecting Satisfaction in Choosing to Use Shopping Services from Online Applications between LAZADA and SHOPEE of Migrant Workers in Samut Sakhon. *Journal of Digital Business and Social Science*, 10(2), Article JDB005, 1-20.
- Rattanakorn, C. (2022). *Strategic Guidelines for Public Transportation Chumphon Airport, Thailand in the Post-COVID-19* (Independent Study). Retrieved from <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/5124>
- Srisawat, C., & Khamsamut, T. (2012). *Actors Influencing Passengers' Attitudes Toward Using Public Van Transportation: A Case Study from Bangkok to Pattaya via the Victory Monument* (Independent Study). Retrieved from <http://www.mis.ms.su.ac.th/MISMS02/PDF01//2555/GB/34.pdf>