

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้

กรณีศึกษา: จุดเชื่อมต่อการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานคร

Human Factors Influencing Perception of Van Service

Quality: A Case Study of Transport Hub in Bangkok

เอกวิทย์ จิตต์ธรรม¹ ณัฐวุฒิ โรจน์นรินทร์กุล²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ (1) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ณจุดเชื่อมต่อการขนส่ง และ (2) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการรถตู้ณจุดเชื่อมต่อการขนส่ง โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษาผู้โดยสารฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต-จตุจักร จำนวน 385 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ t-Test และ One-way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้โดยรวมของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการตอบสนองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการดูแลเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ให้บริการที่มีปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์อื่นๆ แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์, คุณภาพการให้บริการรถตู้, จุดเชื่อมต่อการขนส่ง

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the perception level of van service quality at a transport hub and (2) to compare the perception level of van service quality at transport hub by human factors. A sample of 396 passengers who use van service at a transport hub, future park rangsit – chatuchak, was drawn through an accidental sampling method. Questionnaires were used as research instrument and data were analysed by statistical program. The statistics used in this study were percentage, arithmetic mean, and standard deviation. t-Test and One-way ANOVA were used to test the hypotheses. The results showed that

1) The perception level of van service quality of passengers was at medium level.

2) Passengers with different gender had statistically significant difference in the perception of van service quality regarding responsiveness at the level of 0.05. In addition, passengers with different age had statistically significant difference in the perception of van service quality regarding empathy at the level of 0.05. When considered other human factors, there were no difference in the perception of van service quality.

Keywords: human factors, service quality van, transport hub

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการจัดการและการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการและการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความเป็นมาและความสำคัญ

การคมนาคมและการขนส่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีการค้าโลกและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยรัฐธรรมนูญปี 2550 หมวด 5 แนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐส่วนที่ 7 แนวนโยบายด้านเศรษฐกิจ มาตรา 84 ได้กำหนดให้รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านเศรษฐกิจ ในการจัดให้มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอันจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการรักษาความมั่นคงของรัฐในทางเศรษฐกิจ และต้องมีให้สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานอันจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน อยู่ในความผูกขาดของเอกชนอันอาจก่อความเสียหายแก่รัฐและการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการพาณิชย์การขนส่งทางราง รวมทั้งการดำเนินการตามระบบบริหารจัดการขนส่งทั้งภายในและระหว่างประเทศ (กระทรวงคมนาคม, 2556)

อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงของการคมนาคมหลักในประเทศไทยยังคงใช้ถนนเป็นอันดับต้นๆ ไม่ว่าจะเป็นเดินทางเข้าเมืองหลวงอย่าง กรุงเทพมหานคร หรือการเดินทางไปต่างจังหวัด โดยรูปแบบการเดินทางที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกวันถือเป็นตัวการสำคัญในการก่อให้เกิดปัญหาการเดินทาง อันเนื่องมาจากสภาพการคมนาคมหรือระบบขนส่งไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ แม้ว่าจะมีการเดินทางที่หลากหลาย เช่น รถโดยสารประจำทาง รถสองแถว หรือ รถยนต์ส่วนบุคคล ก็ยังมีรถตู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นมาเป็นตัวเลือกให้กับประชาชน เพื่อใช้ในการสัญจรเนื่องจากลักษณะการให้บริการที่มีความคล้ายคลึงกับการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และเส้นทางที่ให้บริการมีความยืดหยุ่นกว่าเส้นทางของรถโดยสารประจำทางทำให้ได้รับความนิยมและยอมรับอย่างรวดเร็วขณะเดียวกันผลเสียหรือปัญหาที่เกิดจากรถตู้โดยสารก็เกิดตามมาด้วยเช่นเดียวกันเช่นด้านความปลอดภัย อุบัติเหตุการซ้อนทับของเส้นทางคุณภาพในการให้บริการและด้านอื่นๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมกรรมาชีพที่ทำให้เกิดการจรรยาบรรณผิดซ้ำเติมมากขึ้นสาเหตุเนื่องจากไม่ได้มีการวางแผนออกแบบระบบรถตู้โดยสารไว้ก่อนหน้านั้นแต่เป็นการเกิดขึ้นจากสภาพการจราจรและความต้องการเดินทางในขณะนั้น (ภราดร แชมสุ่น, 2548)

ลักษณะของรถตู้โดยสารจะเป็นรถตู้ส่วนบุคคลขนาด 12 - 15 ที่นั่ง รวมคนขับ มีระบบปรับอากาศ แบ่งออกเป็นรถตู้โดยสารที่กำกับดูแลโดย บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) และองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) โดยทั้งหมดนี้ จะต้องขึ้นทะเบียนอยู่ภายใต้การดูแลของกรมการขนส่งทางบก เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย แต่ในความเป็นจริงแล้วกฎระเบียบต่างๆ ก็ยังไม่สามารถทำให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เช่น การเก็บค่าบริการเกินจริง พฤติกรรมกรรมาชีพที่ไม่เคารพกฎจราจร คำนึงถึงความปลอดภัยของตนเองและผู้โดยสาร หรือสภาพของรถตู้โดยสารที่มีอายุการใช้งานสูง มีการดัดแปลงด้วยการเพิ่มที่นั่งผู้โดยสาร รวมถึงการดัดแปลงติดตั้งระบบแก๊สเป็นเชื้อเพลิงที่ส่งผลต่อสมรรถนะของตัวรถดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์โดยกำหนดเส้นทางการให้บริการรถตู้โดยสารสาย พิวเจอร์ปาร์คริงสิต - จตุจักร เนื่องจากจุดเชื่อมต่อระหว่างปริมาณ 5 จังหวัดได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งจาก 5 จังหวัดดังกล่าวมา จังหวัดปทุมธานีมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 0.41 (4,546 คน) เมื่อเทียบระหว่างปี 2559 - 2560 อ้างอิงจากระบบสถิติทางการทะเบียน และรถตู้สาย พิวเจอร์ปาร์คริงสิต - จตุจักร ได้รับความนิยมในการใช้บริการเป็นอย่างมากทั้งในช่วงวันปกติ และวันหยุดเสาร์อาทิตย์ เพราะเป็นการเดินทางที่เชื่อมระหว่างจังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นเขตปริมาณชนกับเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร ซึ่งปลายทางจตุจักรมีทั้งสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT และรถไฟฟ้า BTS ที่สามารถเดินทางต่อไปยังส่วนต่างๆ ของจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาต้องการนำผลที่ได้จากการศึกษา มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงแก้ไข และนำไปสู่การให้บริการและจัดระบบรถตู้โดยสาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารต่อไป ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องทราบเพื่อประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งนี้ก็เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

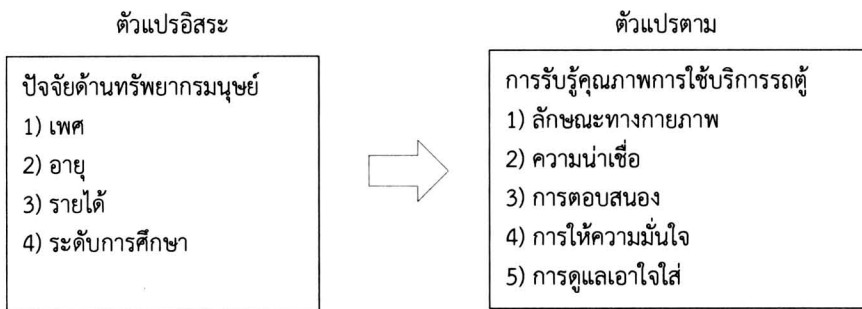
1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้สายฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต - จตุจักร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

สมมติฐานงานวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้แตกต่างกัน
- สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้แตกต่างกัน
- สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้แตกต่างกัน
- สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ต่างกัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยกำหนดเส้นทางการให้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะสายฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต ถึงจตุจักร โดยได้ใช้แนวความคิด SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) เพื่อเป็นเครื่องมือการรับรู้คุณภาพการให้บริการซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังกล่าวไว้ในตัวแปรตาม ดังภาพที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการรถตู้สายฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต-จตุจักร โดยสุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการต้นทางที่ท่ารถตู้ที่ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ตัวแปรตาม คือ การรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะมีลักษณะคำถามของแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close Ended Question) ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน (Likert Scale) จำนวน 25 ข้อซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ 7 ข้อ ความน่าเชื่อถือ 5 ข้อ การตอบสนอง 4 ข้อ การให้ความมั่นใจ 4 ข้อ การดูแลเอาใจใส่ 5 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ใช้บริการรถตู้สาย พิษณุโลก-พิจิตร-อุตรดิตถ์- โดยแจกแบบสอบถามให้จำนวน 385 คน โดยขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการจริงในเส้นทางนี้เพื่อทำแบบสอบถามทั้งหมด 385 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 ถึง มิถุนายน 2560 รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ โดยใช้การทดสอบค่า t-test และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้
4.201-5.000	มากที่สุด
3.401-4.200	มาก
2.601-3.400	ปานกลาง
1.801-2.600	น้อย
1.000-1.800	น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	219	56.9
	หญิง	166	43.1
	รวม	385	100.0
อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	120	31.2
	25 - 35 ปี	128	33.2
	มากกว่า 35 ปี	137	35.6
	รวม	385	100.0

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวนคน	ร้อยละ
รายได้	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	49	12.7
	10,000-20,000 บาท	40	10.4
	20,000-30,000 บาท	160	41.6
	มากกว่า 30,000 บาท	136	35.3
	รวม	385	100.0
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	19	4.9
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	65	16.9
	อนุปริญญา / ปวส.	43	11.2
	ปริญญาตรี	245	63.6
	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	13	3.4
รวม	385	100.0	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 35 ปี โดยมีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท และจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ และลำดับที่ของการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้

การรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้	n=385		ระดับ	ลำดับที่
	ค่าเฉลี่ย	S.D.		
การตอบสนอง	3.427	0.479	มาก	1
การให้ความมั่นใจ	3.351	0.459	ปานกลาง	2
การดูแลเอาใจใส่	3.318	0.410	ปานกลาง	3
ความน่าเชื่อถือ	3.177	0.492	ปานกลาง	4
ลักษณะทางกายภาพ	2.986	0.334	ปานกลาง	5
รวม	3.252	0.189	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.252 และผู้ให้บริการแต่ละคนมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.189 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการตอบสนองอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ และลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่า p-value ของผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยด้าน ทรัพยากรมนุษย์	การรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ (p-value)					โดยรวม
	ลักษณะทาง กายภาพ	ความ น่าเชื่อถือ	การ ตอบสนอง	การให้ ความ มั่นใจ	การดูแล เอาใจใส่	
เพศ	0.928	0.197	*0.030	0.918	0.630	0.101
อายุ	0.879	0.644	0.413	0.917	0.021*	0.411
รายได้	0.142	0.512	0.520	0.737	0.337	0.235
ระดับการศึกษา	0.787	0.924	0.850	0.681	0.696	0.591

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการตอบสนองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการดูแลเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ให้บริการที่มีปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์อื่นๆ แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองอยู่ที่ระดับมากเป็นลำดับแรก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการได้รับบริการที่รวดเร็ว อีกทั้งเมื่อผู้ให้บริการประสบปัญหา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ตั้งใจที่จะช่วยเหลือและสามารถตอบสนองต่อคำร้องขอได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรพจน์ ธีระภิรมย์ชัย (2555) พบว่า ลูกคามีความคาดหวังต่อการให้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่น การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา

ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ จำแนกตามปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

เพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรพจน์ ธีระภิรมย์ชัย (2555) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการของท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีเพศแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมืองไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านการตอบสนอง ผู้ใช้บริการเพศชายมีรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการตอบสนองมากกว่าผู้ให้บริการเพศหญิง

อายุ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันต์ จันทร์พริ้ม (2554) ที่ศึกษา การรับรู้คุณภาพการบริการของศูนย์บางพลีของลูกค้า พบว่า ผู้เข้ารับบริการที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังและคุณภาพที่ได้รับจริงไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ในด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการช่วงอายุ 25 ปี ถึง 35 ปี มีรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้ด้านการดูแลเอาใจใส่ในระดับที่น้อยกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุอื่นๆ

รายได้ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญพัชร วันอุทา (2555) ที่ศึกษาการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ พบว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้แตกต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกใช้สายการบินไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการรถตู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชญพัชร วันอุทา (2555) ที่ศึกษาการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการบินระหว่างประเทศ พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ให้บริการรถตู้ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เนื่องจากระดับของคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการควรปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตั้งเข็มขัดนิรภัยที่พร้อมใช้งานสำหรับทุกที่นั่ง รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ การดูแลเอาใจใส่ การให้ความมั่นใจและการตอบสนอง ตามลำดับ
2. ในด้านการตอบสนอง ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มผู้โดยสารรถตู้เพศหญิง ที่มีการรับรู้คุณภาพการบริการในระดับที่น้อยกว่าผู้โดยสารเพศชาย โดยผู้ให้บริการควรสามารถตอบสนองคำร้องขอของท่านได้ทันที
3. ในด้านการดูแลเอาใจใส่ ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการในด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มผู้โดยสารรถตู้ช่วงอายุ 25 ปี ถึง 35 ปี ที่มีการรับรู้คุณภาพการบริการในระดับที่น้อยกว่าผู้โดยสารช่วงอายุอื่นๆ โดยพนักงานผู้ให้บริการควรมีการแจ้งผู้โดยสารให้คาดเข็มขัดนิรภัยทุกครั้งก่อนออกเดินทาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในครั้งนี้งานศึกษาคุณภาพการให้บริการรถตู้ ณ จุดเชื่อมต่อทางขนส่ง โดยศึกษาเฉพาะการให้บริการรถตู้เท่านั้น การศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่เชื่อมต่อการให้บริการรถตู้ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจถึงสภาพปัญหาการคมนาคมขนส่งภายในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ที่ต้องใช้การโดยสารสาธารณะในการเดินทาง

เอกสารอ้างอิง

- ปรีชญพัชร วันอุทา. 2555. การตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกสายการบินระหว่างประเทศ . วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 83-90.
- ภราดร แซ่มสู่น. 2548. พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริหารจัดการรถตู้ร่วมบริการสาธารณะ พระนครศรีอยุธยา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วราพัฒน์ ธิระภิรมย์ไชย. 2555. ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อนันต์ จันทร์พริ้ม. 2554. การรับรู้คุณภาพการบริการของศูนย์บางพลีของลูกค้าการศึกษาเฉพาะบุคคล หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Parasuraman et al. 1988. SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality. Journal of Retailing, 12-40.