

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและการกลับมาใช้ซ้ำ

Satisfaction toward CR city bus service and intention to repeat

ปัญญิตา จัตรีลาวัฒน์

อีเมล: 6151203265@lamduan.mfu.ac.th

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.ปิยธิดา เพียรลูประสิทธิ์

อีเมล: piyatida@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการใช้บริการเชิงรายชิตี๋บัสและการกลับมาใช้ซ้ำ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการเชิงรายชิตี๋บัสภายในเขตบริการของเชิงรายชิตี๋บัสจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสในภาพรวมและทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย เริ่มจากด้านราคา รองลงมาด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านความสบาย ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการดูแลเอาใจใส่ และความตั้งใจใช้บริการซ้ำในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการกลับมาใช้บริการซ้ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสในมุมมองของลูกค้า (7C<sub>9</sub>) ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ และด้านความสะดวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋ ร้อยละ 33.40

คำสำคัญ: รถโดยสารชิตี๋บัส, ความพึงพอใจ, การบริการ

## Abstract

The purposes of this research were to study satisfaction toward Chiang Rai city bus service and intention to repeat. The sample were done by the 400 passengers who have used the Chiang Rai city bus service, the tools used to collect data were questionnaires. Data were analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation.

The result of the research was (1) the overall satisfaction of the passengers in all aspects was at the highest level. When considering each aspect by sorting the average from highest to lowest found that cost was the highest satisfaction, followed by a value that customers will receive, comfort, successful needs responsiveness, convenience, communication, taking care, and caring. As well as an intention to use the service repeatedly overall at the highest level. (2) the intention to use the service repeatedly had different factors at a significant 0.05 level. (3) Satisfaction factors in using the Chiang Rai city bus service from a customer perspective (7C<sub>3</sub>) in terms of success in responding to needs communication, the value that customers will receive, and convenience influencing on the intention to use the service repeatedly of the passenger of Chiang Rai city bus service at 33.40 percent and the forecasting equation in raw scores form as follows:

$$\hat{y} = 2.424 + 0.319X_5 + 0.117X_7 + 0.169X_4 - 0.087X_1 - 0.135X_3$$

**Keywords:** City Bus, Satisfaction, Services

## บทนำ (Introduction)

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เป็นเมืองรองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและมีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวหรือประกอบอาชีพเป็นจำนวนมาก รวมถึงประชากรภายในตัวเมืองจังหวัดมีจำนวนมาก จังหวัดเชียงรายอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 800 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดเชียงรายได้อย่างสะดวก คือ ทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และทางเครื่องบิน

ระบบการขนส่งในยุคปัจจุบันนี้ต้องยอมรับว่าได้มีการพัฒนาก้าวหน้าไปมากกว่าเดิมค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าระบบการคมนาคมของประเทศไทยจะพัฒนาไปมากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่ต้องพัฒนาก็คือเรื่องของความเป็นระเบียบเรียบร้อยยังเป็นสิ่งที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขกันต่อไป การขนส่งแต่ละประเภทยังไม่มีมีความโดดเด่นมากพอเนื่องจากยังไม่ได้มีความครอบคลุม

ทั่วพื้นที่ทำให้ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมถึงความต้องการพื้นฐานต่าง ๆ ในระบบคมนาคมยังไม่ได้เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการเท่าที่ควร

การให้บริการรถโดยสารเข้าเมือง ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย แต่เดิมไม่มีบริการรถโดยสารสาธารณะ ซึ่งต้องใช้บริการรถเช่า รถแท็กซี่ และรถลีมูซีน อาจไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารในอนาคตซึ่งมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มมากขึ้น จังหวัดเชียงรายได้ร่วมกับท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายเปิดตัวการให้บริการรถโดยสารปรับอากาศเชียงรายชิตีบีเอส (CR Bus) เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2561 เพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายระหว่างสถานีคมนาคมภายในจังหวัดเชียงราย จึงได้มีแบบแผนสำหรับการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว มาทำงาน และรวมถึงประชาชนภายในตัวเมืองจังหวัด โดยได้จัดให้มีเชียงรายชิตีบีเอส ซึ่งเป็นรถบัสอำนวยความสะดวกในการเดินทางภายในตัวเมืองจังหวัดเชียงราย โดยยังมีปัญหาเช่น การที่รอรถนาน ผู้ใช้บริการยังไม่มากพอ การที่จุดจอดรถน้อยเกินไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีเอสและการกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและปัญหาในการใช้บริการ เพื่อนำเสนอและเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเชียงรายชิตีบีเอสให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการเชียงรายชิตีบีเอสและการกลับมาใช้ซ้ำ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้ซ้ำ

### ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีเอสและการกลับมาใช้ซ้ำ ได้มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีเอส ทั้งผู้ที่เคยใช้บริการครั้งแรก และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการเชียงรายชิตีบีเอส ภายใต้แนวคิด ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อซ้ำ

ขอบเขตด้านพื้นที่: จุดให้บริการ เชียงรายชิตีบีเอส (CR Bus)

ขอบเขตด้านประชากร: ผู้ใช้บริการเชียงรายชิตีบีเอส ภายในเขตให้บริการ จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเวลา: ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2563

### ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงราชชิตีบีเอสและการกลับมาใช้ซ้ำ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด และการสัมภาษณ์ผ่านกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามโดยการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางการออกแบบสอบถามและใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการสรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์และสรุปผล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
3. วิธีการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่ใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอส ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จำนวน 400 คน ช่วงเวลาระหว่าง มกราคม - เมษายน พ.ศ. 2563 ใช้รูปแบบการศึกษาเป็นแบบสอบถาม โดยมีรูปแบบทั้งแบบสอบถามรูปแบบปลายเปิดและแบบสอบถามรูปแบบปลายปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการเพื่อมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง โดยแบบสอบถามแบ่งรูปแบบเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอส เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าทางสถิติด้วยการนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปและประสบการณ์การใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอส เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอส สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าทางสถิติ ด้วยการนำข้อมูลมาแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นในระดับต่าง ๆ มีเกณฑ์การให้คะแนน โดยสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำข้อมูลมาแปลความหมาย โดยเทียบค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

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

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

### ผลวิจัย (Results)

จากการวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและการกลับมาใช้ซ้ำ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	146	36.50
หญิง	254	63.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 และเป็นเพศชายจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

รู้จักเชิงรายชิตี๋บัสจากแหล่งใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Website Online	76	19.00
วิทยุ/โทรทัศน์	16	4.00
ประชาสัมพันธ์ในท่าอากาศยาน	150	37.50
สื่อสิ่งพิมพ์	30	7.50
เพื่อนแนะนำ	128	32.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมด้านรู้จักเชียงรายชิตี๊บัสจากแหล่งใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมและประสบการณ์การใช้บริการเชียงรายชิตี๊บัสด้านการรู้จักเชียงรายชิตี๊บัสจากประชาสัมพันธ์ภายในท่าอากาศยาน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมารู้จักจากเพื่อนแนะนำ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 Website Online จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และรู้จักจากวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลท่านเป็นคนในจังหวัดเชียงราย

เป็นคนในจังหวัดเชียงราย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	268	67.00
ไม่ใช่	132	33.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลท่านเป็นคนในจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดเชียงราย จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 และไม่ใช่คนในจังหวัดเชียงราย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลจุดประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย

จุดประสงค์ที่เดินทางมาเชียงราย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนในจังหวัดเชียงราย (ข้ามข้อนี้)	268	67.00
ประชุม/สัมมนา/ศึกษา	50	12.50
ทำธุรกิจ	18	4.50
พบญาติมิตร	64	16.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลจุดประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่คนในจังหวัดเชียงรายมีจุดประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายเพื่อพบญาติมิตร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รองลงมา

มีจุดประสงค์เพื่อประชุม/สัมมนา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และเพื่อทำธุรกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเดินทางมาจากที่ใด

เดินทางมาจาก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่างจังหวัด	388	97.00
ต่างประเทศ	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลเดินทางมาจากที่ใด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจากต่างจังหวัดมากที่สุด จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมาจากต่างประเทศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและความตั้งใจใช้บริการซ้ำในภาพรวม

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัส	4.41	0.160	มากที่สุด
1. ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ	4.43	0.401	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.52	0.378	มากที่สุด
3. ด้านความสะดวก	4.38	0.400	มากที่สุด
4. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.38	0.240	มากที่สุด
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.32	0.398	มากที่สุด
6. ด้านความสบาย	4.41	0.385	มากที่สุด
7. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	4.39	0.441	มากที่สุด
ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ	4.34	0.320	มากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์ค่าระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและความตั้งใจใช้บริการซ้ำในภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) รองลงมาคือ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) ด้านความสบาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) ด้านความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38) ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38) และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32) และความตั้งใจให้บริการซ้ำในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34)

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสแต่ละด้านเป็นรายข้อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัส	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ			
1) การให้บริการมีความตรงต่อเวลา	4.46	0.499	มากที่สุด
2) ช่วงเวลาเดินทางมีความเหมาะสม	4.40	0.489	มากที่สุด
3) เส้นทางเดินรถตรงความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.48	0.500	มากที่สุด
4) ความสะอาดภายในตัวรถโดยสาร	4.39	0.489	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.43</b>	<b>0.401</b>	<b>มากที่สุด</b>
2. ด้านราคา			
1) ราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทาง (20 บาท ตลอดสาย)	4.49	0.501	มากที่สุด
2) ราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระดับการบริการ	4.56	0.496	มากที่สุด
3) มีการแสดงค่าโดยสารไว้อย่างชัดเจน	4.59	0.493	มากที่สุด
4) ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการด้วยรถสาธารณะ	4.42	0.494	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.52</b>	<b>0.379</b>	<b>มากที่สุด</b>



## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๊บัส	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>3. ด้านความสะดวก</b>			
1) มีความสะดวกและง่ายต่อการชำระค่าบริการ โดยมีตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ในการชำระค่าบริการบนรถโดยสาร	4.32	0.467	มากที่สุด
2) จุดให้บริการของรถโดยสาร เข้าถึงได้สะดวก	4.36	0.482	มากที่สุด
3) มีจำนวนรถโดยสารเพียงพอต่อการให้บริการ	4.47	0.499	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.38</b>	<b>0.400</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>4. ด้านการติดต่อสื่อสาร</b>			
1) โฆษณาภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง ให้ผู้โดยสารทราบ	4.51	0.501	มากที่สุด
2) โฆษณา ผ่าน Internet และ Social Network เช่น Facebook และเว็บไซต์ <a href="http://www.chiangraifocus.com">www.chiangraifocus.com</a>	4.31	0.463	มากที่สุด
3) โฆษณาผ่านโทรทัศน์และวิทยุ	4.25	0.434	มากที่สุด
4) มีการโฆษณาผ่านแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ตามสถานที่สำคัญในจังหวัดเชียงราย เช่น ห้าแยก พ่วงุนเมืองราย ถนนคนเดินเชียงราย เป็นต้น	4.46	0.499	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.38</b>	<b>0.240</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>5. ด้านการดูแลเอาใจใส่</b>			
1) พนักงานมีความสุภาพต่อผู้ให้บริการ	4.31	0.461	มากที่สุด
2) พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.34	0.474	มากที่สุด
3) พนักงานให้ความเอาใจใส่ให้กับผู้ให้บริการ แต่ละรายอย่างเท่าเทียม	4.26	0.436	มากที่สุด
4) พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	4.36	0.481	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.32</b>	<b>0.398</b>	<b>มากที่สุด</b>

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตีบีต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>6. ด้านความสบาย</b>			
1) ที่นั่งกว้างขวาง สามารถนั่งได้สบาย	4.38	0.485	มากที่สุด
2) มีพื้นที่สำหรับวางของ สัมภาระ	4.48	0.500	มากที่สุด
3) อากาศถ่ายเท เครื่องปรับอากาศเย็นสบาย	4.44	0.496	มากที่สุด
4) ขึ้น-ลง ได้สะดวก	4.35	0.478	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.41</b>	<b>0.382</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>7. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ</b>			
1) การให้บริการถูกต้อง ไปถึงที่หมายตามกำหนด	4.37	0.483	มากที่สุด
2) ผู้ให้บริการประทับใจคุณภาพในการให้บริการ	4.38	0.486	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.38</b>	<b>0.441</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากผลการวิเคราะห์ค่าระดับของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตีบีต เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเป็นรายข้อมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีเส้นทางเดินรถตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ การให้บริการมีความตรงต่อเวลา ช่วงเวลาเดินทางมีความเหมาะสม และความสะอาดภายในตัวรถโดยสาร ตามลำดับ

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีการแสดงค่าโดยสารไว้อย่างชัดเจนรองลงมาคือ ราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระดับการบริการ ราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทาง (20 บาท ตลอดสาย) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการด้วยรถสาธารณะ ตามลำดับ

ด้านความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีจำนวนรถโดยสารเพียงพอต่อการให้บริการ รองลงมาคือ จุดให้บริการของรถโดยสารเข้าถึงได้สะดวก และมีความสะดวกและง่ายต่อการชำระค่าบริการ โดยมีตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติในการชำระค่าบริการบนรถโดยสาร ตามลำดับ

ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ โฆษณาภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงให้ผู้โดยสารทราบ รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามสถานที่สำคัญในจังหวัดเชียงราย เช่น ห้าแยกพ่อนเมืองราย ถนนคนเดินเชียงราย เป็นต้น โฆษณาผ่าน Internet และ Social Network เช่น Facebook และเว็บไซต์ [www.chiangraifocus.com](http://www.chiangraifocus.com) และโฆษณาผ่านโทรทัศน์และวิทยุ ตามลำดับ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย รองลงมาคือ พนักงานบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส พนักงานมีความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ และพนักงานให้ความเอาใจใส่ให้กับผู้ใช้บริการแต่ละรายอย่างเท่าเทียม ตามลำดับ

ด้านความสบาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีพื้นที่สำหรับวางของ สัมภาระ รองลงมาคือ อากาศถ่ายเท เครื่องปรับอากาศเย็นสบาย ที่นั่งกว้างขวาง สามารถนั่งได้สบาย และขึ้น-ลง ได้สะดวก ตามลำดับ

ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ผู้ให้บริการประทับใจคุณภาพในการให้บริการ รองลงมาคือ การให้บริการถูกต้อง ไปถึงที่หมายตามกำหนด ตามลำดับ

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับของการกลับมาใช้บริการซ้ำในแต่ละด้านเป็นรายข้อ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านจะใช้บริการ CR Bus อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	4.24	0.428	มากที่สุด
2. หากมีโอกาส เดินทางมาเชียงรายท่านจะกลับมาใช้บริการ CR Bus อย่างแน่นอน	4.44	0.496	มากที่สุด
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.34</b>	<b>0.320</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากผลการวิเคราะห์การกลับมาใช้บริการซ้ำในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) เมื่อพิจารณาเรียงลำดับรายชื่อจากมากไปหาน้อย คือ หากมีโอกาส เดินทางมาเชียงรายท่านจะกลับมาใช้บริการ CR Bus อย่างแน่นอน สำหรับท่านที่เป็นนักท่องเที่ยว และท่านจะใช้บริการ CR Bus อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สำหรับท่านที่เป็นคนในจังหวัดเชียงราย ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและความตั้งใจใช้บริการระหว่างผู้ใช้เชิงรายกับผู้ใช้คนเชิงรายในภาพรวม

ตัวแปร	คนเชิงราย (268 คน)		ไม่ใช่คนเชิงราย (132 คน)		ระดับ ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัส	4.43	0.162	4.35	0.141	มากที่สุด
1. ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ	4.44	0.423	4.43	0.354	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.56	0.366	4.43	0.390	มากที่สุด
3. ด้านความสะดวก	4.30	0.387	4.55	0.375	มากที่สุด
4. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.46	0.243	4.24	0.151	มากที่สุด
5. ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.42	0.409	4.10	0.269	มาก
6. ด้านความสบาย	4.38	0.381	4.46	0.382	มากที่สุด
7. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	4.43	0.465	4.26	0.363	มากที่สุด
ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ	4.43	0.321	4.16	0.234	มาก

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและความตั้งใจใช้บริการระหว่างผู้ใช้เชิงรายกับผู้ใช้คนเชิงรายในภาพรวม พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสและความตั้งใจใช้บริการซ้ำที่เป็นคนเชิงรายมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัส (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) มากกว่า ผู้ที่ไม่ใช่คนเชิงราย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) และผู้ที่เป็นคนเชิงรายมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) มากกว่า ผู้ที่ไม่ใช่คนเชิงราย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16)

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจแต่ละด้านของผู้ใช้บริการ 2 กลุ่ม พบว่า ผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่คนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชิตี๋บัสอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ พบว่า ความพึงพอใจในบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

รองลงมาคือ ด้านความสบาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) และมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) อยู่ในระดับพึงพอใจมาก แสดงว่า ผู้ไม่ใช่คนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสในระดับมากที่สุด ทำให้มีความตั้งใจใช้บริการซ้ำในระดับมาก ซึ่งจะตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างแน่นอน โดยเฉพาะด้านความสะดวก และความสบายจากการใช้บริการ

ผู้ให้บริการที่เป็นคนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้รถบริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสในระดับพึงพอใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับ พบว่า ความพึงพอใจในบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56) อยู่ในระดับ ความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46) อยู่ในระดับ ความพึงพอใจมากที่สุด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุด คือ ด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.43) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นคนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสในระดับมากที่สุดทุกด้าน และมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาแสดงว่า ผู้ที่ไม่ใช่คนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสในระดับพึงพอใจมากที่สุดและมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำอยู่ในระดับมาก แสดงว่า ความตั้งใจที่จะมาใช้บริการในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในการใช้บริการเรียงตามลำดับคือ ด้านความสะดวก ด้านความสบายมาก ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านราคา ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ แสดงว่าผู้ที่ไม่ใช่คนเชิงรายมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสในระดับพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงรายชนิดีบีเอสมากที่สุด และมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำมากและต้องการใช้บริการซ้ำอย่างแน่นอน สอดคล้องกับแนวคิดของ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) เรื่องส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ว่า ด้านความสะดวก ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจต้องสร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงบ้าน หรือที่ทำงานของลูกค้า และด้านความสบาย ที่ว่า สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะป็นอาคาร เคนเตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ร้านอาหาร ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสร้างความสบายตาและสบายใจให้แก่ลูกค้าด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Lin, Huang and Lin (2015) เรื่องการตัดสินใจซื้อซ้ำที่ว่า การตัดสินใจซื้อซ้ำเป็นการสะท้อนพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภครายบุคคล โดยตัวแปร

หลักที่สำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อซ้ำคือ ความพึงพอใจซึ่งจะนำไปสู่การเกิดความต้องการอยากใช้บริการซ้ำ รวมไปถึงการแนะนำบริการนั้น ๆ ให้ผู้บริโภครายอื่นต่อไป

ผลการศึกษาในมุมมองของลูกค้ากลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นคนเชียงราย พบว่า ปัจจัยพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัส (7C's) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการที่เป็นคนเชียงราย พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสของผู้ใช้บริการที่เป็นคนเชียงรายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ 4 ด้าน คือ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ การดูแลเอาใจใส่ คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ และความสะดวก ตามลำดับ และสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงไปของความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสที่เป็นคนเชียงราย ได้ร้อยละ 33.40 โดยคุณค่าที่ลูกค้าที่เป็นคนเชียงรายจะได้รับจากการให้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสมีอิทธิพลลดลงเมื่อความตั้งใจการใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิมล คำข่อย (2555) เรื่องความพึงพอใจในบริการที่ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวกหรือลบที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดหมายในสิ่งที่ต้องการในระดับหนึ่งและ ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปพิชญา แทนประสาน (2557) เรื่อง การตัดสินใจใช้บริการรถตู้สาธารณะของผู้โดยสาร ท่ารถตู้สายอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการของรถตู้สาธารณะทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการรถตู้สาธารณะของผู้โดยสาร

ผลการศึกษาในมุมมองของลูกค้ากลุ่มผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่คนเชียงราย พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสของผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่คนเชียงรายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ 5 ด้านคือ โดยด้านที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่คนเชียงรายมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ การติดต่อสื่อสาร การดูแลเอาใจใส่ ความสบาย คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ และด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ตามลำดับ

สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงไปของความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสที่ไม่ใช่คนเชียงราย ได้ร้อยละ 52.50 และพบว่า คุณค่าที่ลูกค้าที่ไม่ใช่คนเชียงรายจะได้รับจากการให้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตัสมีอิทธิพลลดลง เมื่อความตั้งใจการใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิมล คำข่อย (2555) เรื่องความพึงพอใจในบริการที่ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวกหรือลบที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดหมายในสิ่งที่ต้องการในระดับหนึ่งและ ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้น ไม่ได้รับการตอบสนอง และสอดคล้องกับแนวคิดของ Aday and Andersen (1978)

ที่ว่าความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ หมายถึง ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ และบริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว และบริการถูกค้ำด้วยความเสมอภาค

### อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Discussion and Suggestion)

จากการวิจัยเรื่องระดับความพึงพอใจการใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอสและการกลับมาใช้ซ้ำ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลจากผลการวิจัยดังนี้

1. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอส รู้จักเชิงราชชิตีบีเอสจากประชาสัมพันธ์ภายในท่าอากาศยาน ส่วนใหญ่เป็นคนในจังหวัดเชียงรายที่มีจุดประสงค์การใช้บริการเชิงราชชิตีบีเอสเพื่อทำงาน/ไปโรงเรียน และไม่ใช่คนในจังหวัดเชียงราย ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายเพื่อจุดประสงค์พบญาติมิตร และส่วนใหญ่เดินทางมาจากต่างจังหวัด

2. ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงราชชิตีบีเอสในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในมุมมองของลูกค้ำเป็นรายด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก คือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณค่าที่ลูกค้ำจะได้รับ ด้านความสบาย ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ และความตั้งใจให้บริการซ้ำในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3. จากผลการวิจัยจะเห็นว่าปัจจัยพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงราชชิตีบีเอส (7C's) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำในมุมมองของลูกค้ำในภาพรวม ความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารเชิงราชชิตีบีเอสด้านที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้ซ้ำมากที่สุดคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ คุณค่าที่ลูกค้ำจะได้รับ และความสะดวก ตามลำดับ

ข้อเสนอต่อหน่วยงานเชิงราชชิตีบีเอส

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกสบาย การติดต่อสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสาร และการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งเป็นคุณค่าที่ลูกค้ำจะได้รับซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการแก้ปัญหาการให้บริการ ดังนี้

1. ควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ
2. ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูล เช่น ข้อมูลการให้บริการแสดงจุดจอดรถเชิงราชชิตีบีเอสภายใน สนามบิน ทั้งทางประตูทางเข้าและทางออกอย่างชัดเจน เพื่อเป็นตัวเลือกสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการรถขนส่งสาธารณะและเลือกใช้บริการรถเชิงราชชิตีบีเอส

3. ควรเพิ่มป้าย Bus Stop ทุกจุดจอดรถ ระหว่างเส้นทางเดินรถเชิงรายชิตีบีตและมีแผนผังเส้นทางเดินรถและจุดจอดรถ เพื่อแสดงให้ผู้ใช้บริการในแต่ละป้ายทราบเส้นทางที่รถผ่าน

4. ควรมีแผนผังแสดงเส้นทางรถให้บริการของรถเชิงรายชิตีบีตและควรมีรถเสริมพิเศษสำหรับรับส่งผู้โดยสารจากสนามบิน ไปยังจุดที่เป็นชุมชน หรือสถานศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

5. ทุกจุดจอดรถควรมีป้ายแสดงเวลาเดินรถ เช่น ให้บริการ เวลา 05.00 น.-20.00 น. มีรถบริการทุก 20 นาที

6. ควรมีการประชาสัมพันธ์เส้นทางเดินรถและจุดจอดรถผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ให้บริการสามารถสืบค้น/ตรวจสอบเวลาและเส้นทางเดินรถได้นอกเหนือจาก การตรวจสอบได้จาก Facebook เพียงสื่อเดียว

7. ควรมีการปรับปรุงด้านการดูแลเอาใจใส่ผู้ให้บริการที่มาใช้บริการ ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจในบริการและส่งผลกระทบต่อความตั้งใจมาใช้บริการซ้ำ

8. จากสถานการณ์ โควิด-19 ควรมีการประชาสัมพันธ์การเปิด/ปิดการให้บริการของรถเชิงรายชิตีบีตทุกจุดจอดรถ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารทราบ

9. ผู้ให้บริการควรมีการพัฒนาการให้บริการรถโดยสารเชียงรายชิตีบีตโดยเน้นส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C<sub>s</sub>) เพื่อให้สนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจในบริการที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้บริการซ้ำ

10. ผู้ให้บริการควรมีการฝึกอบรมพนักงาน โดยเน้นคุณภาพการให้บริการ และดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตั้งแต่เริ่มรับบริการจนเสร็จสิ้นกระบวนการให้บริการ  
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของการเดินรถโดยสารเพื่อได้ข้อมูลคลุมเนื้อหาที่ศึกษาและได้แนวทางในการปรับปรุงการบริการของรถโดยสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการให้บริการรถโดยสารอื่นที่ให้บริการในจังหวัดเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และนำมาเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการนำมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



### รายการอ้างอิง

- เจนจิรา นาทองคำ. (2561). ปัจจัยทางการตลาดต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ปพิชญา แทนประสาน. (2557). การตัดสินใจใช้บริการรถตู้สาธารณะของผู้โดยสาร ท่ารถตู้สายอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ.
- รดาณัฐ เด่นศักดิ์ตระกูล. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพการบริการในการซ่อมบำรุงอากาศยานและชิ้นส่วนอากาศยานของบริษัทอุตสาหกรรมการบิน จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, กรุงเทพฯ.
- สุวิมล คำย่อ. (2555). ความพึงพอใจของผู้รับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลบ้านหยวก อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์สาขารณศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสาขารณศาสตร. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- Aday, L. N., & Andersen, R. (1978). Theoretical and methodological issues in sociological studies of consumer satisfaction with medical care. *Social Science and Medicine*, 12, 28.
- Li, H., & Hong, J. (2013). Factors Influencing Consumers' Online Repurchasing Behavior: A Review and Research Agenda. *iBusiness*, 5(4), 161-166.

