บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดเป็นประเด็นในการศึกษาวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่ง

2.2 แนวคิดการประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2.5 แนวคิดความพึงพอใจ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการขนส่ง

การขนส่งเป็นอุตสาหกรรมการบริการประเภทหนึ่ง ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคที่อยู่ในสถานที่ที่การขนส่งเข้าถึง ได้มีสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2537 : หน้า12) นอกจากนั้น การขนส่งยังถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการขนส่งเป็นกิจกรรมเคลื่อนย้ายคน และสัมภาระไปยัง สถานที่ต่าง ๆ ส่งผลให้การเดินทางเกิดความคล่องตัวและสะดวกสบายมากขึ้น ผู้ใช้บริการ สามารถเดินทางได้ตามความต้องการภายใต้ความหลากหลายของการขนส่งที่ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งการขนส่งยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเกิดธุรกิจการขนส่งต่าง ๆ เพื่อรองรับความต้องการการเดินทางของนักท่องเที่ยวอยู่ทั่วทุกมุมโลก

ความหมายของการขนส่ง

สมยศ วัฒนากมลชัย (2558 : หน้า 2-3) ได้กล่าวถึงความหมายของการขนส่ง ดังนี้

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้อธิบายว่า คำว่า “ขน” หมายถึง การเอาสิ่งของจำนวนมาก บรรทุก หาบ หรือหาม ด้วยอาการใด ๆ ก็ตาม จากแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง คำว่า “ส่ง” หมายถึง การยื่นให้ ยื่นให้ถึงมือ พาไปให้ถึงที่ ดังนั้น คำว่า “ขนส่ง” หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวด้วยขนและส่ง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

พระราชบัญญัติการขนส่ง พ.ศ. 2497 มาตรา 4 ได้นิยามว่า “การขนส่ง” หมายถึง การลำเลียง หรือเคลื่อนย้ายบุคคล หรือสิ่งของด้วยเครื่องมืออุปกรณ์การขนส่ง ซึ่งเครื่องมืออุปกรณ์การขนส่งนี้ หมายถึง ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง รวมทั้งเครื่องทุ่นแรงด้วย

ธนสรรค์ แขวงโสภา (2537 : หน้า 1) อธิบายว่า การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือผู้โดยสาร รวมทั้งสินค้า และโภคภัณฑ์จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ไม่ว่าจะอยู่ใกล้หรือไกล โดยอุปกรณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ของการขนส่งเป็นพาหนะสำหรับนำหรือพาไปตามความประสงค์ของมนุษย์

จากคำจำกัดความข้างต้น คำว่า “การขนส่ง” หมายถึง การเคลื่อนย้ายคนหรือผู้โดยสาร สัตว์ สิ่งของ โดยใช้อุปกรณ์ หรือพาหนะ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น การขนส่งจึงเป็นตัวเชื่อมโยงกิจกรรมและมีส่วนสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการเลือกรูปแบบการขนส่งให้เหมาะสม จะต้องขึ้นอยู่กับคุณลักษณะทั้งข้อดีและข้อด้อยของแต่ละรูปแบบด้วย

ประเภทของการขนส่ง

การขนส่ง สามารถจำแนกประเภทตามเส้นทางลำเลียง ได้ 3 ประเภทใหญ่ (สมยศ วัฒนากมลชัย, 2558 : หน้า 12-13) คือ 1. การขนส่งทางบก 2. การขนส่งทางน้ำ และ 3. การขนส่งทางอากาศ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. การขนส่งทางบก คือ การขนส่งที่เกิดขึ้นบนพื้นผิวโลกในส่วนที่เป็นพื้นดิน หรือ เกิดขึ้นบนเส้นทางที่สร้างด้วยวัสดุพื้นแข็งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น คอนกรีต เหล็ก และยางมะตอย เป็นต้น โดยที่เส้นทางนั้น ๆ ไม่จำเป็นต้องอยู่ในระดับเดียวกับพื้นโลก ยกตัวอย่างเช่น การขับรถยนต์บนสะพานข้ามทางแยก และการขับรถยนต์ลอดอุโมงค์ใต้ดิน ล้วนเป็นการขนส่งทางบก การขนส่งทางบกในสมัยแรก มนุษย์ใช้เท้าในการเดินทาง และขนย้ายสิ่ง ต่าง ๆ โดยวางไว้บนหลังหรือเทินไว้บนศีรษะของตน ต่อมาจึงเริ่มรู้จักใช้สัตว์ที่เลี้ยงไว้ เช่น ช้าง ม้า และวัว เป็นต้น มาช่วยผ่อนแรง โดยวางสิ่งของที่ต้องการจะขนย้ายไว้บนหลังสัตว์ หลังจากนั้นจึงเริ่มใช้พาหนะที่มีล้อ เช่น เกวียน ช่วยในการขนย้ายสิ่งของที่มีน้ำหนักมาก ภายหลังจากที่มีการสร้างเครื่องจักรไอน้ำ เครื่องยนต์ดีเซล และเครื่องยนต์เบนซิน พาหนะในการขนส่งทางบกจึงได้พัฒนารูปแบบขึ้นตามลำดับ

กรมการขนส่งทางบก (2561) ได้แบ่งประเภทการประกอบการขนส่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

1) การขนส่งประจำทาง เป็นการขนส่งในตามเส้นทางที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย รถโดยสารประจำทางในเขตกรุงเทพฯ รถโดยสารประจำทางจากกรุงเทพฯไปส่วนภูมิภาค รถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัดในส่วนภูมิภาค รถโดยสารประจำทางในเขตจังหวัดในส่วนภูมิภาค โดยลักษณะมีป้ายทะเบียนพื้นสีเหลือง ตัวอักษรและตัวเลขสีดำ

2) การขนส่งไม่ประจำทาง มีรูปแบบการขนส่งเพื่อการจ้างแบบไม่จำกัดเส้นทาง แต่ไม่อนุญาตให้มีการขนส่งที่ลักษณะเช่นเดียวกัน หรือคล้ายกัน หรือมีลักษณะที่แย้งผลประโยชน์กับผู้ประกอบการขนส่งประจำทาง โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1) การขนส่งไม่ประจำทางด้วยรถโดยสาร เป็นการขนส่งเพื่อส่งผู้โดยสารไปตามจุดต่าง ๆ โดยจัดเก็บค่าขนส่งและหรือค่าบริการอื่น ๆ ในการขนส่งเป็นรายบุคคล หรืออาจเหมาเป็นรายเที่ยว รายวัน หรือรายเดือน ลักษณะของรถโดยสารประเภทนี้จะมีทะเบียนรถพื้นเป็นสีเหลือง ตัวอักษรและเลขเป็นสีดำ

2.2) การขนส่งไม่ประจำทางด้วยรถบรรทุก ได้แก่ การขนส่งเพื่อการขนส่งสิ่งของ หรือสินค้าของผู้ว่าจ้างไปยังจุดหมายปลายทาง และมีการจัดเก็บและหรือค่าบริการอื่น ๆ เป็นรายเที่ยว รายวัน หรือรายเดือน ลักษณะของป้ายทะเบียนรถขนส่งประเภทนี้มีพื้นเป็นสีเหลือง ตัวอักษรและตัวเลขเป็นสีดำ

3) การขนส่งโดยรถขนาดเล็ก มีรูปแบบการขนส่งคนและหรือสิ่งของตามเส้นทางที่กำหนด และมีน้ำหนักรถและน้ำหนักการบรรทุกรวมกันไม่เกินสี่พันกิโลกรัม ได้แก่รถโดยสารรับจ้างขนาดเล็กที่มีเส้นทางการเดินทางในระยะสั้น และส่วนมากจะเป็นการให้บริการในพื้นที่รถโดยสารขนาดใหญ่ไม่สามารถเข้าไปรับ-ส่งผู้ใช้บริการได้สะดวก โดยมีลักษณะของป้ายทะเบียนพื้นเป็นสีเหลือง ตัวอักษรและตัวเลขเป็นสีดำ

4) การขนส่งส่วนบุคคล การขนส่งเพื่อธุรกิจของตนเองและไม่อนุญาตให้ใช้ในการรับจ้างเพื่อหารายได้ โดยรถจะมีน้ำหนักและน้ำหนักการบรรทุกรวมกันไม่เกินหนึ่งพันหกร้อยกิโลกรัม โดยแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

4.1) การขนส่งส่วนบุคคลด้วยรถที่ใช่ขนส่งผู้โดยสาร จะมีลักษณะป้ายทะเบียนเป็นพื้นสีขาว ส่วนตัวอักษรและตัวเลขเป็นสีดำ

4.2) การขนส่งส่วนบุคคลด้วยรถบรรทุก จะมีลักษณะป้ายทะเบียนเป็นพื้นสีขาว ส่วนตัวอักษรและตัวเลขเป็นสีดำ

ในขณะที่สมยศ วัฒนากมลชัย (2558 : หน้า 31-68) ได้กล่าวถึงการขนส่งทางถนน ในมุมมองของการเดินทาง ขนย้ายสิ่งของหรือสินค้า รวมทั้งด้าน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายได้ 2 ลักษณะ คือ รถบัส และรถเช่า ซึ่งมีรายละเอียด และประเด็นสำคัญ ดังนี้

1.1 รถบัส เป็นประเภทการขนส่งที่เข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัยได้มากที่สุด เพราะสามารถแล่นไปในพื้นที่ราบได้เกือบทุกพื้นที่ การให้บริการรถบัสมีต้นทุนไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจการขนส่งประเภทอื่น ๆ เป็นเหตุจูงใจให้ประชาชนนิยมใช้การขนส่งประเภทนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการท่องเที่ยว รถบัสเป็นพาหนะหลักในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เช่น การขนส่งจากท่าอากาศยานไปโรงแรมที่พัก หรือจากสถานที่ท่องเที่ยวไปร้านอาหาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่มากนัก รถบัสที่นำมาใช้จะมีขนาดเล็ก หรือที่คนไทยเรียกติดปากว่า “รถมินิบัส” หรือ “ไมโครบัส” หรือบางครั้งอาจใช้รถตู้แทน แต่ไม่ว่าจะใช้รถบัส มินิบัส หรือรถตู้ ล้วนแต่เกิดมาจากหลักการเดียวกัน คือ การขนส่งผู้โดยสารจำนวนหนึ่งทางบกจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง ดังแสดงในภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 รถบัส (Nampetch Worldwide, 2018)

1.2 รถเช่า โดยทั่วไปการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากภูมิลำเนาไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ มักประสบปัญหาว่า ไม่สามารถนำรถยนต์ส่วนตัวไปด้วยได้ ทำให้ต้องใช้บริการขนส่งสาธารณะ ณ จุดหมายปลายทางเพื่อเดินทางไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น รถสองแถวท้องถิ่น รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่วางแผนจะเดินทางไปชมสถานที่หลายแห่งในวันเดียวกัน มักไม่สามารถทำได้ เนื่องจากระบบขนส่งมวลชนของสถานที่บางแห่งไม่เอื้ออำนวย ทำให้ต้องเสียเวลาหลายวันในการเดินทาง ธุรกิจรถเช่าจึงเป็นทางเลือกที่ดีของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ เพราะรถเช่าจะเปรียบเสมือนรถส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวอยู่ห่างภูมิลำเนา ดังแสดงภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 รถสองแถวท้องถิ่น (เชียงใหม่-AirMosphere.net, 2561)

ในขณะเดียวกันกลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก (2559) ได้อธิบายถึงรถโดยสารสาธารณะ หมายถึง รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งรถโดยสารสาธารณะประกอบด้วย รถโดยสารประจำทางแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. รถโดยสารสาธารณะเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย

รถโดยสารประจำทาง หมวด 1 กทม. หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการในเส้นทางซึ่งมีระยะทางส่วนใหญ่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่มีเส้นทางต่อเนื่อง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาพที่ 2.3 รถโดยสารประจำทาง หมวด 1 กทม. (The Bangkok Insight, 2563)

รถโดยสารประจำทางหมวด 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการมีลักษณะเส้นทางการเดินรถส่วนใหญ่ผ่านถนนสายรองและถนนในซอยที่เชื่อมต่อกับถนนสายหลัก ระหว่างจุดต้นทางและปลายทางอยู่รอบเขต กรุงเทพมหานคร โดยรวมถึงรถเมล์เล็กในซอยหรือรถสองแถวด้วย และการให้บริการจะมุ่งเน้นการให้บริการเชื่อมต่อกับเส้นทางรถโดยสารประจำทางหมวด 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร (เส้นทางหลัก)

ภาพที่ 2.4 รถโดยสารประจำทางหมวด 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

2. รถโดยสารสาธารณะเขตภูมิภาค ประกอบด้วย

รถโดยสารประจำทางหมวด 1 ในส่วนภูมิภาค หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการเดินรถในเส้นทางซึ่งมีระยะทางส่วนใหญ่อยู่ภายในเขตเทศบาลใดเทศบาลหนึ่ง สุขาภิบาล เมืองในส่วนภูมิภาค มีลักษณะเส้นทางผ่านถนนสายหลักที่มีประชาชนอาศัยหนาแน่น รวมทั้งสถานที่สำคัญ ๆ เพื่อบริการประชาชนในเขตเทศบาลและพื้นที่ใกล้เคียง เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ตลาด สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานที่ราชการ เป็นต้น

ภาพที่ 2.5 รถโดยสารประจำทางหมวด 1 ในส่วนภูมิภาค (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

รถโดยสารประจำทางหมวด 4 ในส่วนภูมิภาค หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดต้นทางและปลายทางอยู่ภายในจังหวัด รวมทั้งเส้นทางระหว่างอำเภอในจังหวัดเดียวกัน หรือระหว่างอำเภอกับอำเภอภายใน จังหวัดเดียวกัน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาพที่ 2.6 รถโดยสารประจำทางหมวด 4 ในส่วนภูมิภาค (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

3. รถโดยสารสาธารณะระหว่างจังหวัด ประกอบด้วย *รถโดยสารประจำทางหมวด 2* หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดเริ่มต้นหรือ ปลายทางระหว่างกรุงเทพมหานครไปจังหวัดหรืออำเภอต่าง ๆ ในส่วนภูมิภาค เช่น กรุงเทพฯ – เชียงราย เป็นต้น

ภาพที่ 2.7 รถโดยสารประจำทางหมวด 2 (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

รถโดยสารประจำทาง หมวด 3 หมายถึง รถโดยสารประจำทางที่ให้บริการในเส้นทางที่มีจุดเริ่มต้นในจังหวัดหนึ่ง และไปสิ้นสุดเส้นทางในอีกจังหวัดหนึ่งในส่วนภูมิภาค ระหว่างเส้นทางอาจจะผ่านเขตจังหวัดต่าง ๆ เพียงจังหวัดเดียวหรือหลายจังหวัดก็ได้ เช่น สระบุรี – หล่มสัก , เชียงใหม่ – เชียงราย เป็นต้น

ภาพที่ 2.8 รถโดยสารประจำทางหมวด 3 (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

4. รถสาธารณะประเภทอื่น

รถแท็กซี่มิเตอร์ หมายถึง รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกินเจ็ดคน

ภาพที่ 2.9 รถแท็กซี่มิเตอร์ (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

รถจักรยานยนต์สาธารณะ หมายถึง รถจักรยานยนต์ที่ใช้รับจ้างบรรทุกคนโดยสารแต่ไม่หมายรวมถึงรถจักรยานยนต์ที่มีพ่วงข้างและรถจักรยานที่ติดเครื่องยนต์

ภาพที่ 2.10 รถจักรยานยนต์สาธารณะ (กลุ่มประชาสัมพันธ์และสื่อสาร กรมการขนส่งทางบก, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการขนส่งทางบกจึงมีความจำเป็น และมีความสำคัญต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งยังเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนั้นความเจริญทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้อุปกรณ์ในการขนส่งได้รับการพัฒนาให้มีความสะดวกสบาย และมีความปลอดภัยสูง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยการใช้บริการขนส่งทางบก

2. การขนส่งทางน้ำ คือ การขนส่งที่เกิดขึ้นบนพื้นน้ำทั้งที่เป็นพื้นน้ำธรรมชาติ เช่น ทะเล แม่น้ำ เป็นต้น และพื้นน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ เป็นต้น การขนส่งทางน้ำในสมัยแรกเกิดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ การโดยสาร เช่น การเดินทางข้ามฟากแม่น้ำ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นเกาะ ต่อมาจึงใช้เพื่อการค้า อย่างไรก็ตามภายหลังเมื่อเทคโนโลยีการขนส่งทางอากาศพัฒนาขึ้น ธุรกิจการเดินเรือในระยะทางไกลหรือการเดินเรือข้ามมหาสมุทรจึงเริ่มซบเซาลง ธุรกิจการเดินเรือโดยสารส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนลักษณะการให้บริการจากเดิมไปเป็นรูปแบบของเรือสำราญ ดังแสดงในภาพที่ 2.11

ภาพที่ 2.11 เรือสำราญ (Norwegian, 2018)

สุวัฒน์ จุธากรณ์ (2555 : หน้า 2-36) อธิบายว่า การขนส่งทางน้ำ นอกจากใช้เพื่อการเดินทางที่ส่งผู้โดยสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งแล้ว ยัง เป็นอีกวิธีการเดินทาง หนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง โดยเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำหรือทางทะเล ทั้งโดยรูปแบบของการโดยสารสาธารณะ การเช่าเหมา และการซื้อรายการนำเที่ยว เช่น การล่องเรือแม่น้ำเจ้าพระยาจากกรุงเทพฯ ไปยังพระนครศรีอยุธยา การล่องเรือเกาะเสม็ด การลงเรือพายชมตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ธุรกิจการขนส่งทางน้ำเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ของการเดินทาง รวมทั้งการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวไปตามลำน้ำ หรือทะเล สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำในประเทศไทยนั้นยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศแถบยุโรป อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางโดยใช้การขนส่งทางน้ำ เพื่อสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างในการเดินทาง

3. การขนส่งทางอากาศ คือ การขนส่งที่เกิดขึ้นเหนือพื้นผิวโลก การบินก็ได้พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association: IATA) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางการบินว่า ในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1914 ได้เกิดเที่ยวบินที่ทำการบินเชิงพาณิชย์ (commercial flight) ขึ้นเป็นครั้งแรก เส้นทางการบินเริ่มจากเมืองเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก (St. Petersburg) ไปยังเมืองแทมป้า (Tampa) รัฐฟลอริด้า (Florida) ใช้เวลาในการบิน 23 นาที ซึ่งถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเดินทางทางอากาศในเที่ยวบินเชิงพาณิชย์

การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศในปัจจุบันได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสะดวกสบาย และประหยัดเวลาในการเดินทาง การขนส่งทางอากาศได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจากอดีต โดยในปัจจุบันมีธุรกิจสายการบินเกิดขึ้นมากมายทั่วโลก เพื่อรองรับความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวหรือผู้โดยสารทั่วทุกมุมโลก และยังได้มีการพัฒนาอากาศยานให้มีความทันสมัย และมีเทคโนโลยีควบคุมให้เกิดความปลอดภัยมากขึ้น เช่น เครื่องบินแอร์บัส รุ่น A380 เป็นอากาศยานที่มี

ห้องโดยสาร 2 ชั้น และถือเป็นอากาศยานที่ใหญ่ที่สุดในโลกในขณะนี้ ดังจะเห็นในภาพที่ 2.12 โดยหลายสายการบินนำมาใช้บริการเพื่อขนส่งผู้โดยสาร

ภาพที่ 2.12 เครื่องบินแอร์บัส รุ่น A380 (Hflight, 2017)

ธุรกิจการขนส่ง ที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น ไม่ว่าจะเป็น ระบบการขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ ต่างมีวัตถุประสงค์เดียวกันคือ การบริการขนส่งผู้โดยสาร นักท่องเที่ยว และสัมภาระเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย พร้อมให้การบริการและอำนวยความสะดวก โดยในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ารูปแบบการบริการของธุรกิจการขนส่งมีการแข่งขันกันสูงในทุกมิติ ดังนั้น การพัฒนาการบริการธุรกิจขนส่งต่างต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและคู่แข่ง ซึ่งจะส่งผลดีต่อ ผู้ใช้บริการทั้งผู้โดยสารทั่วไป นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าที่จะได้รับการบริการขนส่งที่มีคุณภาพต่อไป

ความสำคัญของธุรกิจการขนส่ง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : หน้า 7-10) กล่าวว่า การขนส่งผู้โดยสารมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารเป็นปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) อย่างหนึ่ง อันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการทหาร เป็นต้น ดังนั้น การขนส่งผู้โดยสารจึงเปรียบเสมือนกุญแจดอกสำคัญที่จะเปิดทางให้ประเทศชาติบรรลุถึงการพัฒนาและความมั่งคั่ง ตลอดจนการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในชาติด้วยกัน ซึ่งความสำคัญของธุรกิจการขนส่งมีดังนี้

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1.1 ธุรกิจการขนส่งทำให้นักธุรกิจสามารถเดินทางติดต่อค้าขายกันได้ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยิ่งมีการจัดงานมหกรรมแสดงสินค้านานาชาติขึ้นที่ใด การขนส่งผู้โดยสารจะรับ

ขนส่งนักธุรกิจจากทุกมุมโลกไปชมงาน ทำให้เกิดการค้าขายขึ้น เป็นผลให้เศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ดีขึ้น

1.2 ธุรกิจการขนส่งทำรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล เนื่องจากมีผู้นิยมเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น การขนส่งผู้โดยสารจะขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ ซึ่งกา ร ท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้ด้านอื่น ๆ ตามมาด้วย (Multiplier Effect) เช่น รายได้จากที่พักแรม รายได้จากอาหารและเครื่องดื่ม รายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก รายได้จากการนำเที่ยว เป็นต้น

1.3 ธุรกิจการขนส่งช่วยลดปัญหาการว่างงาน เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารจะทำการเคลื่อนย้ายแรงงานที่ว่าจ้างจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งต้องการแรงงานเป็นจำนวนมาก ได้สะดวกรวดเร็วตรงตามความต้องการของนายจ้าง เช่น การขนส่งผู้โดยสารขนย้ายแรงงานจากอีสานมายังกรุงเทพฯ หรือแหล่งอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่มีความต้องการแรงงานจำนวนมาก เป็นต้น

1.4 ธุรกิจการขนส่งช่วยดุลการชำระเงินของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการขนส่งทางอากาศที่นำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ จะได้ค่าโดยสารเป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ อีกทั้งเป็นการประหยัดเงินตราต่างประเทศสำหรับผู้โดยสารชาติเดียวกันที่จะไปต่างประเทศอีกด้วย

2. ความสำคัญต่อสังคม ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1 ธุรกิจการขนส่งช่วยขยายตัวเมือง เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารทำให้การเดินทางไปมา และการติดต่อมีความสะดวกรวดเร็ว ประชาชนสามารถตั้งบ้านเรือนกระจายไกลออกไป ก่อให้เกิดชุมชนใหม่ ๆ ขึ้นตามชานเมือง อันเป็นการขยายเมือง เช่น ปัจจุบันประชาชนนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่แถบชานเมืองมากขึ้น แล้วอาศัยการขนส่งเข้ามาในตัวเมือง เป็นต้น

2.2 ธุรกิจการขนส่งช่วยลดการแบ่งแยกของสังคม เนื่องจากการขนส่งทำให้เกิดการติดต่อระหว่างชุมชนเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นชุมชนระหว่างชนบทกับเมืองหลวง หรือระหว่างจังหวัดกับจังหวัด หรือภายในจังหวัดเดียวกัน ประชาชนสามารถเดินทางติดต่อกันได้อย่างสะดวก อันเป็นการลดการแบ่งแยกของสังคม

2.3 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้การศึกษาดีขึ้น เนื่องจากสามารถกระจายสถานศึกษาไปยังท้องถิ่นต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม แล้วอาศัยการขนส่งผู้โดยสารไปยังสถานศึกษานั้น ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว อันเป็นการสร้างความเจริญทางการศึกษาให้แก่ท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วย

2.4 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น เนื่องจากการขนส่งสามารถขนย้ายแรงงานจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งภายในท้องถิ่น หรือต่างท้องถิ่นได้ ทำให้ประชาชนมีงานทำมากขึ้น มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีมาตรฐานการครองชีพดีขึ้นด้วย

2.5 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารทำให้เกิดการเดินทางไปมาหาสู่กัน จึงมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เช่น การนำนาฏศิลป์ไทยไปเผยแพร่ยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เป็นต้น

3. ความสำคัญต่อการเมืองและการทหาร ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

3.1 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้เกิดความสามัคคี เนื่องจากการขนส่งผู้โดยสารทำให้เกิดการติดต่อเข้าถึงซึ่งกันและกัน ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจกัน และเกิดความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน จึงเกิดความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน อันส่งผลดีทางการเมือง

3.2 ธุรกิจการขนส่งก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในชาติ เนื่องจากความเจริญของการขนส่งผู้โดยสารเป็นเครื่องเชิดหน้าชูตาให้แก่ประเทศ และยังความภาคภูมิใจมาสู่ประชาชนอีกด้วย เช่น การมีถนนหาทางที่สะอาดสวยงาม พาหนะการขนส่งที่มีความทันสมัย ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

3.3 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้การปกครองประเทศเป็นไปได้ด้วยดี เนื่องจากการขนส่งสามารถทำให้เกิดการติดต่อระหว่างชุมชนอย่างสะดวกรวดเร็ว เป็นเหตุให้นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลสามารถไปสู่การปฏิบัติถึงประชาชนในท้องถิ่นชุมชนต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความเข้าใจในการปกครองประเทศ

3.4 ธุรกิจการขนส่งช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น เนื่องจาการขนส่งสามารถส่งผู้นำทางการเมือง หรือการทหารไปเจริญความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ

3.5 ธุรกิจการขนส่งช่วยสนับสนุนป้องกันประเทศ และความมั่นคงของประเทศ เนื่องจากการขนส่งสามารถขนย้ายทหารไปยังที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว จึงเกิดการกระจายตัวในการตั้งค่ายทหารไปตามที่ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม อันเป็นการช่วยสนับสนุนในการป้องกันประเทศ นอกจากนั้น ยังช่วยส่งกำลังทหารไปปราบปรามศัตรูของชาติ ซึ่งเป็นการสนับสนุนความมั่นคงของประเทศอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการขนส่ง

คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2537: หน้า 20-21) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการขนส่ง ดังนี้

1. เพื่อการสังคม โดยปกติแล้ว การคบหาสมาคม และติดต่อสัมพันธ์กันตลอดเวลา มีการพบปะพูดคุยกัน แลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน (Internal Group) หรืออยู่นอกกลุ่มกัน (External Group) จะต้องมีการไปมาหาสู่กันบ้างไม่มากก็น้อย และเมื่อมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสัมพันธ์กันเช่นนั้น การขนส่งจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อการสังคม

2. เพื่อที่อยู่อาศัย และการประกอบอาชีพ ความจำเป็นที่จะต้องมีที่อยู่อาศัยเพื่อใช้เป็นที่พักผ่อนหลับนอน และพร้อมกันนั้นก็จะต้องมีการประกอบอาชีพ เพื่อหารายได้มาดำรงชีพ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสถานที่อยู่อาศัยกับสถานที่ประกอบอาชีพนั้นจะอยู่กันคนละแห่ง จึงจำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเข้ามาเป็นสื่อกลางในการเดินทาง ระหว่างที่พักอาศัยกับที่ทำงาน ทั้งนี้เพื่อให้มนุษย์สามารถประกอบกิจกรรมตามบทบาทหน้าที่ (Role) ต่าง ๆ ได้

3. เพื่อการเมืองและการปกครอง ในการบริหารประเทศนั้น จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก เพราะการปกครองที่ดีนั้นจะต้องมีความสามารถในการปกครองอย่างทั่วถึงทุกแห่งหน และเกิดความเจริญทัดเทียมกันให้มากที่สุด พร้อมกันนั้นจะต้องมีการระวังป้องกันประเทศด้วย กล่าวคือ รัฐบาลจะต้องปกครอง และบริหารประเทศให้ดีและทั่วถึง ในขณะเดียวกันก็จะต้อง

ป้องกัน และรักษาความปลอดภัยของประเทศด้วย เพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง ประชาชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และเป็นเอกราชสืบไป ด้วยเหตุนี้การขนส่งจึงเข้ามามีบทบาทส่งเสริมการเมืองการปกครองเป็นอย่างมาก

4. เพื่อการศึกษา สภาพสังคมปัจจุบันมีความจำเป็นต้องมีการแสวงหาความรู้ประสบการณ์ และสิ่งแปลกใหม่เสมอ เพื่อพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ จึงใช้การขนส่งเข้ามาช่วยในการเดินทางเพื่อการศึกษาในบริเวณใกล้เคียง หรือการเดินทางไปศึกษายังต่างประเทศ

5. เพื่อการท่องเที่ยว และพักผ่อนหย่อนใจ มนุษย์มีกิจกรรมสำหรับพักผ่อนหย่อนใจมากมาย แต่มีอยู่วิธีหนึ่งที่นิยมกันคือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องอาศัยการขนส่งในการเดินทาง เพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามต้องการ

6. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาข้างต้น การขนส่งยังมีส่วนสัมพันธ์ และเกี่ยวข้องกับสิ่งอื่น ๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะทางด้านการประกอบธุรกิจ และอุตสาหกรรมทั่วไป ต่างก็ต้องใช้การขนส่งเข้ามาช่วยทั้งสิ้น เช่น ในการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ จะต้องเกิดการขนส่งวัตถุดิบ จนผลิตออกมาเป็นสินค้าและบริการจนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้น การขนส่งจะมีส่วนเกี่ยวข้อง และเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการตอบสนองวัตถุประสงค์ด้านต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวการประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการ เป็นเครื่องมือที่มีส่วนช่วยให้ผู้บริหารองค์กรผู้ให้บริการมีความเข้าใจความคาดหวัง และความพึงพอใจในการบริการผ่านมุมมองของผู้ใช้บริการที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการอย่างถ่องแท้ (Igy George: 2013: pp. 9 – 15) การวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการ (Importance Performance Analysis: IPA) เป็นเทคนิคการวิจัยทางธุรกิจที่ได้รับการพัฒนามาจาก Martilla & James (1977 อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ.อยุธยา และขวัญกมล ดอนขวา , 2552 : หน้า 44) โดยมีนักวิจัย และ นักวิชาการหลายท่านประยุกต์ใช้เทคนิค IPA เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการบริการที่ผู้ใช้คาดหวังว่าเป็นสิ่งสำคัญ เปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติการการบริการจริงขององค์กรผู้ให้บริการโดยพิจารณาจากผลิตภัณฑ์และการบริการในหลากหลายอุตสาหกรรม (Martilla, & James, 1977 อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ.อยุธยา และขวัญกมล ดอนขวา , 2552 : หน้า 44; Oh, 2001: pp. 617 – 627; Igy George: 2013: pp. 9 – 15) ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจบริการดูแลสุขภาพ (Health Care Service) (Nitse & Bush, 1993: pp. 207-221) คลินิกรักษาฟัน (Dental Offices) (Cunningham & Gaeth, 1989: pp. 584 – 586) โดย IPA เป็น เครื่องมือนำมาใช้ สำหรับงานวิจัยนี้ ซึ่งได้นำแนวคิดการประเมินระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการมาประยุกต์ใช้ เพื่อประเมิน ระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการการบริการรถโดยสารสาธารณะ จังหวัดจันทบุรี

การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของแต่ละคู่ของระดับความสำคัญและผลการ ปฏิบัติการการให้บริการที่เป็นข้อมูลที่ได้จากผู้ใช้บริการนั้น จะ นำผลที่ได้ไปกำหนดจุดใน กราฟสองมิติ โดย ผล

คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการปฏิบัติการการให้บริการจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน(Williams & Neal,1993: pp. 60 – 71; Havitz,Twyman & DeLorenzo,1991: pp. 43 – 54) ดังนี้

1 . Quadrant I: เพ่งให้ความสนใจ (Concentrate here) พื้นที่บนเป็น ส่วนของคุณลักษณะที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญสูงแต่มีคะแน นเฉลี่ยผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ ต่ำ หมายความว่า ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้นแต่ผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ มีประสิทธิภาพ ต่ำ ผู้มีหน้าที่หรือหน่วยงานที่ออกแบบบริการ ต้องให้ความ สำคัญในการปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพของคุณลักษณะนั้น

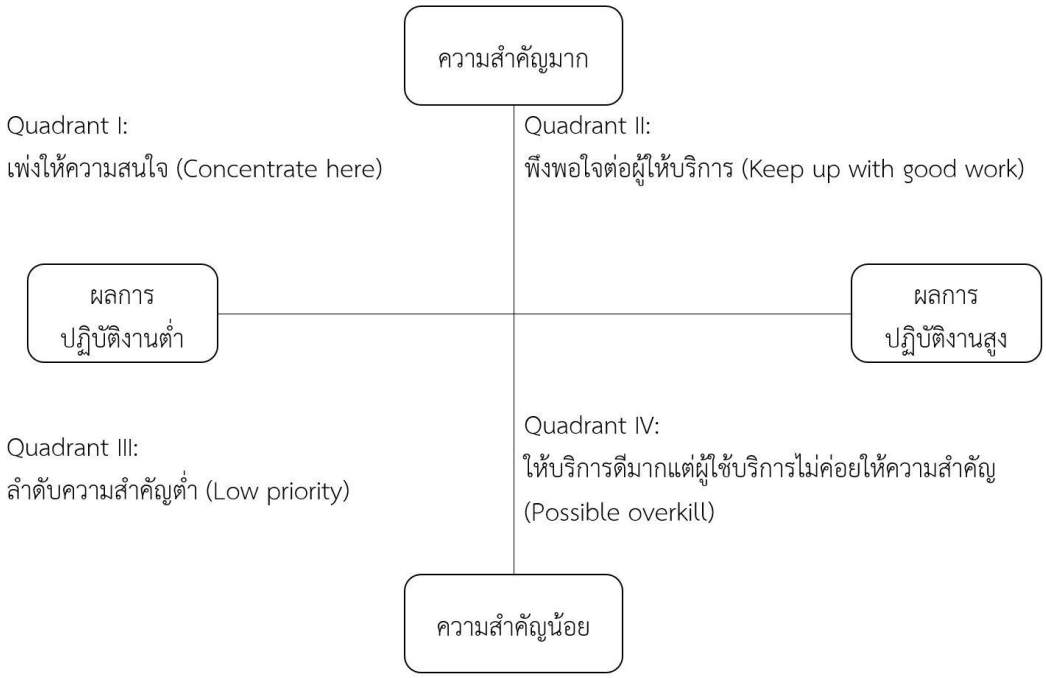
2 . Quadrant II: พึงพอใจต่อผู้ให้บริการ (Keep up with good work) เป็นส่วนของคุณลักษณะที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและ ผลการปฏิบัติการการให้บริการ สูงทั้งคู่ หมายความว่า ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะนั้นและเห็นว่าผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ มีประสิทธิภาพดีแสดงให้เห็นว่า ผู้มีหน้าที่หรือหน่วยงานที่ออกแบบบริการ มีการจัดการที่ดีแล้วตามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและควรรักษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไว้

3 . Quadrant III: ลำดับความสำคัญต่ำ (Low priority) เป็นส่วนของคุณลักษณะที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ ต่ำทั้งคู่ หมายถึง ผู้ใช้บริการ เห็นว่าคุณลักษณะนั้นไม่มีความสำคัญและในขณะเดียวกันผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ ก็ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ ผู้มีหน้าที่หรือหน่วยงานที่ออกแบบบริการ สามารถที่จะ เลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

4 . Quadrant IV: ให้บริการดีมากแต่ผู้ใช้บริการไม่ค่อยให้ความสำคัญ (Possible overkill) เป็นส่วนของคุณลักษณะที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยความสำคัญต่ำแต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยผลการ ปฏิบัติการการให้บริการ สูง หมายถึง ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้นต่ำ แต่ในขณะเดียวกันก็รู้สึกว่าได้รับการบริการที่ดี อยู่แล้วผู้มีหน้าที่หรือหน่วยงานที่ออกแบบบริการอาจปรับเปลี่ยนการบริการโดยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะในส่วนนี้ลดลงได้

การนำเสนอผล IPA ในรูปของการแปรผลในลักษณะของ กราฟสองมิติ (IPA Matrix) โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน โดยนำค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับผลการปฏิบัติงานในแต่ละตัวแปรที่แตกต่างกันมากำหนดเป็นจุดตัดของกราฟ (Brett L. Bruyere, Donald A. Rodriguez & Jerry J. Vaske, 2002: p.83) ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.13

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



ภาพที่ 2.13 กราฟสองมิติ แสดงระดับ ความสำคัญและผลการ ปฏิบัติการการบริการ (Brett L. Bruyere, Donald A. Rodriguez & Jerry J. Vaske, 2002: p.83)

ในทำนองเดียวกัน Martilla & James (1977) (อ้างถึงใน ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ.อยุธยา และ ขวัญกมล ดอนขวา , 2552 : หน้า 44) ได้นำเสนอแนวทางการวิเคราะห์พื้นที่ของตารางระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติการ (Importance Performance Analysis: IPA) ใน 4 มิติ ดังนี้

1. Quadrant I: อุปสรรค (Additional Effort) ประกอบด้วยปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญสูง แต่ผลการปฏิบัติงานในปัจจัยนี้อยู่ในระดับต่ำ แสดงว่าปัจจัยที่ตกอยู่ในมิตินี้ต้องเร่งปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน

2 . Quadrant II: โอกาส (Keep up Good Work) แสดงถึงปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญ และผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการอยู่ในระดับสูงตรงกับความต้องการของลูกค้า นั่นคือผู้ให้บริการควรรักษาระดับที่ดีตรงนี้ไว้

3. Quadrant III: จุดอ่อน (Low Priority) เป็นจุดที่ให้ความสำคัญน้อย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่ามีแนวโน้มการพัฒนาในอนาคต เพราะลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ ขณะเดียวกันผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำ

4 . Quadrant IV: จุดแข็ง (Possible Overkill) ปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญในระดับต่ำ ในขณะที่ผู้ให้บริการให้ความสนใจและมุ่งพัฒนาทำให้สูญเสียทรัพยากรและเงินทุนโดยไม่จำเป็น

ดังนั้นการวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานมีส่วนช่วย ทำให้ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจภายในองค์กรธุรกิจบริการ วิเคราะห์ได้ว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญ ต้องเร่งปรับปรุงและต้องพัฒนา ซึ่งสามารถจัดการผลิตภัณฑ์การบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้

อย่างเข้าใจและจัดการทรัพยากร เงินทุนได้อย่างคุ้มค่า รวมทั้งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์การบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในที่สุด

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

เกศสินี กลั่นบุศย์ (2540 : หน้า 23) ให้ความหมายของคำว่า “การบริการ” หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ให้ความสะดวกต่าง ๆ ต่อผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะกำหนดเงื่อนไขของการมารับบริการ เช่น การอำนวยความสะดวก การให้ความช่วยเหลือ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548 : หน้า 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548 : หน้า 18) ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ ชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึง การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

จินตนา บุญบงการ (2539 : หน้า 15) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นสิ่งจับต้องสัมผัสแตะต้องอาศัยได้ยาก และเสื่อมสูญสภาพไปได้ง่าย บริการจะทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้ผู้รับบริการทันทีหรือเกือบจะทันที ดังนั้นการบริการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่ง มอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ไม่ใช่สิ่งที่จับต้องได้ชัดเจน แต่ออกมาในรูปของเวลา สถานที่รูปแบบและที่สำคัญเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ คำว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า SERVICE อาจได้ความหมายของการบริการที่สามารถยึดเป็นหลักการปฏิบัติได้ตามความหมายของอักษร ทั้ง 7 นี้ คือ

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อ ความลำบากยุ่งยากของผู้มารับการบริการ

E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว

R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติผู้รับบริการ

V = Voluntariness Manner การให้บริการที่ทำอย่างสมัครใจเต็มใจทำไม่ใช่ทำงานอย่างเสียไม่ได้

I = Image Enhancing การรักษาภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการและภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy ความอ่อนน้อม อ่อนโยน สุภาพมีมารยาท

E = Enthusiasm ความกระฉับกระเฉง กระตือรือร้นขณะให้บริการและให้บริการมากกว่า ผู้รับบริการคาดหวังเอาไว้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี

ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ , 2546 : หน้า 432-433) ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งไม่สามารถมองเห็นรับรู้รสชาติ รู้สึก ได้ยิน หรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ ตัวอย่างเช่น คนไข้ที่ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใด

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม

3. ไม่แน่นอน (Variability หรือ Service Variability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งคุณภาพจะผันแปรไปโดยขึ้นกับผู้ให้บริการและขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่างเช่น หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอน ในชั่วโมงที่อารมณ์ดีมีการเตรียมตัวดีจะสอนดี ในชั่วโมงที่อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัว คุณภาพในการสอนจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เป็นลักษณะของบริการซึ่งจะมีอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บเพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ ให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า นอกจากนี้ Karl Albrecht (อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์ , 2549: หน้า 170) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริการที่เรียกว่า Service Product ว่ามีลักษณะดังนี้คือ

1. งานบริการเป็นงานที่ผลิตขึ้นในทันทีทันใด ไม่อาจกำหนดไว้ล่วงหน้าได้

2. งานบริการไม่สามารถจะผลิตและเก็บกักตุนไว้เหมือนสินค้าชนิดอื่น การบริการจะเกิดขึ้นเมื่อมีความต้องการจากลูกค้า

3. งานบริการไม่มีสินค้าตัวอย่าง เหมือนสินค้าชนิดอื่นที่อาจส่งไปให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ก่อนล่วงหน้า

4. งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และคุณค่าของการบริการก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละราย

5. การบริการที่ไม่เป็นที่พึงพอใจจะไม่ได้รับการเรียกใช้อีก การขอโทษลูกค้าจึงเป็นวิธีทางหนึ่งที่จะช่วยเรียกศรัทธาคืนกลับมาได้บ้าง

6. ประสบการณ์ของลูกค้าเป็นเรื่องเฉพาะตัวของลูกค้าแต่ละคน ซึ่งไม่สามารถที่จะผ่านไปยังผู้อื่นได้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี

7. คุณภาพหรือการรับประกันคุณภาพของการบริการมักจะเกิดขึ้นก่อนการได้รับบริการนั้น

8. การส่งมอบบริการมักจะผ่านทางพนักงานบุคลากรของหน่วยงาน คือต้องมีการพบปะสัมพันธ์ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่งระหว่างลูกค้าและพนักงาน

9. ความคาดหวังของลูกค้าขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ และคุณภาพของการบริการจะเป็นเรื่องความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

10. ยิ่งลูกค้าต้องพบกับขั้นตอน หรือกระบวนการ หรือพนักงานขายหลายขั้นตอน หลายคน กว่าจะได้รับการบริการ ก็จะยิ่งให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดลง

ความสำคัญของการบริการ

ความสำคัญของการบริการยังสามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2538: หน้า 9)

1. ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ โดยการบริการมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้ธุรกิจ เนื่องจากผู้รับบริการสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คุณภาพการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายได้มากขึ้น ซึ่งก็คือผลกำไรของธุรกิจนั่นเอง

2. ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อธุรกิจ การบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการตลอดจนการที่เสนอบริการที่ตรงกับหรือเกินความคาดหวัง ย่อมสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ มีส่วนทำให้ผู้ใช้บริการติดใจและพูดต่อ ๆ กันไปในกลุ่มผู้ใช้บริการนั้น (Word of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

3. ช่วยลดความเปลี่ยนใจของผู้ใช้บริการไปจากธุรกิจ กล่าวคือ ธุรกิจที่คำนึงถึงความสำคัญและส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ทำให้ผู้ใช้บริการแน่ใจและตัดสินใจเลือกซื้อบริการได้โดยง่าย โดยเฉพาะผู้ใช้บริการรายเก่าจะมีการซื้อซ้ำแลการซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเลใจ รวมทั้งจะแนะนำผู้ใช้บริการรายใหม่อีกด้วย

4. ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจนั้น การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานพบว่ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการเป็นอย่างมาก การบริการที่ดีทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจและเกิดความผูกพันกับธุรกิจ ส่งผลให้เกิดกำไรสูงสามารถที่จะจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานได้ในอัตราที่สูง พนักงานจะเกิดความพอใจในองค์กรไม่ต้องการไปทำงานที่อื่น

5. ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการฝึกอบรมเพื่อให้ได้คุณภาพการบริการที่ดีมีคุณภาพ ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรและจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานได้อย่างเหมาะสม

2.4 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ความหมายของคุณภาพการบริการ

วีร ะรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548 : หน้า 14-15) อธิบายว่าคุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความ คาดหวัง ของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : หน้า 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจ เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขันได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการให้บริการ

ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต (2554 : ออนไลน์) ได้อธิบายถึงเกณฑ์การพิจารณาคุณภาพการบริการตามแนวคิดคุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) ว่าสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ตามหลัก 6 ประการคือ

1. การเป็นมืออาชีพและการมีทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and Skill) เป็นการพิจารณาว่าผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการเข้ารับบริการจากผู้ให้บริการที่มีความ รู้และ ทักษะในงานบริการ ซึ่งสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีระบบและแบบแผน

2. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Attitude and Behavior) ผู้รับบริการจะเกิดความรู้สึกได้จากการที่ผู้ให้บริการสนใจที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยท่าทีที่เป็นมิตรและดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

3. การเข้าพบได้อย่างง่ายและมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Accessibility and Flexibility) ผู้รับบริการจะพิจารณาจากสถานที่ตั้งไว้ให้บริการและเวลาที่ได้รับบริการจาก ผู้ให้บริการรวมถึงระบบการบริการที่จัดเตรียมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and Trustworthiness) ผู้รับบริการจะทำการพิจารณาหลังจากที่ได้รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการให้บริการของผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามที่ได้รับการตกลงกัน

5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กับสู่ภาวะปกติ (Recovery) พิจารณาจากการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้าเกิดขึ้นหรือเกิดเหตุการณ์ที่ผิดปกติ และผู้ให้บริการสามารถแก้ไข สถานการนั้น ๆ ได้ทันท่วงทีด้วยวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งทำให้สถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ

6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and Credibility) ผู้รับบริการจะเชื่อถือในชื่อเสียงของผู้ให้บริการจากการที่ผู้ให้บริการดำเนินกิจการด้วยดีมาตลอด

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

การบริการอย่างมีคุณภาพ (Service Quality)

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล (2561: ออนไลน์) อธิบายถึง การบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) ว่ามิใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้าที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ เพราะว่าการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดอาจต้องลงทุนสูง ในการหาคนทำงาน การอบรมพนักงาน การตกแต่งร้าน การซื้อเทคโนโลยีมาใช้ รวมทั้งลูกค้ามีหลายกลุ่ม หาก องค์กรให้บริการอย่างดีที่สุดแก่ลูกค้าอาจได้ผลเสีย เช่น ขาดทุนเพราะลูกค้าเป้าหมายอาจไม่ต้องการใช้บริการก็เป็นได้

ในการให้บริการลูกค้ามักได้ยินบ่อย ๆว่าต้องมีคุณภาพ หากมาพิจารณาว่าต้องมีคุณภาพเป็นอย่างไร อาจได้คำตอบว่า "ก็บริการตามที่ลูกค้าต้องการ" ในทางปฏิบัติแล้วหากจะทำการบริการอย่างมีคุณภาพ จะต้องพิจารณาหลาย ๆ มุมประกอบกันให้ได้สมดุล ดังนี้ การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ การส่งมอบบริการ ตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย (และธุรกิจอยู่รอด) จากความหมายดังกล่าว มีสิ่งที่ต้องพิจารณาที่สำคัญอยู่ 3 เรื่องด้วยกัน คือ

1. การส่งมอบบริการ เป็นการพิจารณาที่จุดสัมผัสบริการ (Touch Point) ว่าในการให้บริการลูกค้าของ องค์กรว่าต้อง มีจุดสัมผัสบริการอะไรบ้าง เช่น เคาน์เตอร์ชำระเงิน พนักงานขาย แผ่นพับ ป้ายประกาศ พนักงานตอบข้อมูลทางโทรศัพท์ (Call Center) เป็นต้น องค์กรต้องบริหารจุดสัมผัสบริการทุกจุดที่องค์กรมี ให้เป็นไปตามมาตรฐานที่องค์กรต้องการส่งมอบให้แก่ลูกค้า

2. ความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เป็นการกำหนดว่าลูกค้าที่ เข้ามารับบริการในธุรกิจนั้น ลูกค้ากลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมาย และความต้องการของลูกค้าเป้าหมายคืออะไร

3. ธุรกิจอยู่รอด คือการให้บริการมิใช่ให้บริการตาม ความต้องการของ ลูกค้าในทุกเรื่อง แต่ต้องออกแบบบริการที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกพอใจ และตอบโจทย์ธุรกิจ คือ องค์กรมีกำไรหรืออยู่รอด

ในการสร้างบริการอย่างมีคุณภาพ มีเกณฑ์ที่ช่วยในการออกแบบบริการ ดังนี้

1. ความถูกต้อง (Accuracy) เรื่องของความถูกต้องในงานบริการมิใช่ความถูกต้องตามหลักเหตุผลเท่านั้น แต่ต้องเป็นความถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า

2. เวลา (Time) การให้บริการของลูกค้ามีเวลาใน 2 ลักษณะ คือ

2.1 เวลาให้บริการ คือเวลาที่องค์กรใช้ในการให้บริการลูกค้าแต่ละราย ซึ่งนิยมเรียกว่า SLA (Service Level Agreement) เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่ลูกค้าจะบอกว่าบริการขององค์กรดีหรือไม่

2.2 เวลารอคอย คือ เวลาที่ลูกค้าใช้ในการรอรับบริการ ซึ่งส่วนใหญ่ในงานบริการลูกค้าไม่ชอบการรอคอยใด ๆ แต่ด้วยข้อจำกัดในการลงทุนทางธุรกิจ องค์กรไม่สามารถลงทุนอย่างสูงเพื่อลดการรอคอยของลูกค้า วิธีที่นิยมปฏิบัติกันก็คือ ทำให้ลูกค้ารู้สึกดี รู้สึกผ่อนคลาย ขณะรอคอย

3. สม่ำเสมอ (Consistency) เป็นการให้บริการที่มีมาตรฐานและรักษาระดับมาตรฐานตลอดเวลา เมื่อลูกค้ามาใช้บริการวันไหน เวลาใด ที่ไหน องค์กรยังให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากลูกค้าต้องการความสม่ำเสมอ คงเส้นคงวา ดังนั้นองค์กรต้องการให้ลูกค้านึกภาพรูปแบบการบริการได้ทันทีว่าเป็นอย่างไร และมีมาตรฐานในการให้บริการเหมือนกันทุกๆครั้ง มิใช่มาวันนี้ตอบอย่างหนึ่ง แต่พรุ่งนี้ตอบอีกอย่างหนึ่ง ทั้งที่เป็นคนคนเดียวกัน หรือต่างคนก็ตาม หากองค์กรใดให้บริการที่ไม่สม่ำเสมอ ลูกค้าจะนึกถึงภาพที่ไม่แน่นอนในบริการ

โดยสรุปในการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ผู้ที่จะเป็นผู้ตอบก็คือลูกค้า องค์กรต้องหาความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้ได้ และส่งมอบให้ลูกค้าพอใจ อันเกิดจากการทำงานภายในองค์กรอย่างมีรูปแบบ มีระบบ มีมาตรฐาน มิใช่เพียงแต่มีใจการบริการ (Service Minded) เพียงอย่างเดียว

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” โดยทั่วไปนิยมทำการศึกษาความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

ศิโรรัตน์ พลไชย (2546 : หน้า 54) อธิบาย ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดหรือเจตคติของบุคคลที่มีต่อการทำงานหรือการปฏิบัติกิจกรรมการเรียนการสอน และต้องการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ จนบรรลุผลสำเร็จ

วิวัฒน์ กุศล (2547 : หน้า 33) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการก็จะเกิดความรู้สึกดีใน สิ่งนั้น

สมหมาย เปียถนอม (2551 : หน้า 4 - 6) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจจากนักวิชาการ นักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญ ไว้ดังนี้

ชรินี เดชจินดา (2535) แสดงความหมายของ ความพึงพอใจ ว่าคือ ความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงและไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

แ น่งน้อย พงษ์สามารถ (2549) มีความเห็นว่าความพึงพอใจ หมายถึง ท่าทีทั่ว ๆ ไปที่เป็นผลมาจากท่าทีที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ 3 ประการ คือ 1) ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรม 2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล 3) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉยๆ ต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ คือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

อุทัย หิรัญโต (25 46) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขา ทำให้เขาเกิดความสุข

โดยสรุปแล้ว ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดหรื อทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนอง ต่อความต้องการ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่เป็นสุข และความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ

การให้บริการเป็นหน้าที่สำคัญของหน่วยงานหรือองค์การ ที่จัดให้ผู้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน วีเบอร์ (Weber. 1966: p. 340; อ้างถึงใน อาภากร ธาตุโลหะ และคณะ , 2553: หน้า 10-

11) ได้ชี้ให้เห็นว่าการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์มากที่สุดคือ การให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ไม่ใช้อารมณ์และไม่มีความชอบพอใครเป็นพิเศษ ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ได้รับบริการทุกระดับ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญในการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้ (สิริกันยา พัฒนภูทอง , 2546, หน้า 9-10)

1. ความพึงพอใจในการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งบุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการ ส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่น ๆ และสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้ แต่ละบุคคล มีประสบการณ์การรับรู้เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันออกไป ในสถานการณ์บริการ ก็เช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการ หรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ ได้รับสิ่งที่คาดหวังทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจในบริการที่ได้รับ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่าง สิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์ก่อนที่ผู้ใช้บริการจะมารับบริการก็ตาม มักจะมีมาตรฐาน การบริการนั้นอยู่ในใจอยู่แล้ว ซึ่งอาจเป็นแหล่งอ้างอิงคุณค่า หรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการ ประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าจากผู้อื่น การรับทราบการประกันข้อมูลจากที่ต่าง ๆ การให้คำมั่นสัญญาของผู้ให้บริการเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบ กับบริการที่ได้รับในวงจรการให้บริการตลอดช่วงเวลาเผชิญความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้ เกี่ยวกับบริการก่อนมาใช้บริการ หรือความคาดหวังในสิ่งที่ควรจะได้รับนี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลา เผชิญความจริงหรือพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการ จะเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวัง หากสิ่งที่รับเป็นไปตามที่คาดหวัง ถือว่าเป็นการยืนยันที่ถูกต้องกับความคาดหวังที่มีอยู่ผู้รับบริการย่อมพอใจต่อบริการ ดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังอาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่านับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน จากความหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่างที่เกิดขึ้น จะชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจหรือ ความไม่พึงพอใจมากน้อยได้ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

3. ความพึงพอใจสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังไว้ของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ช่วงเวลาหนึ่งที่บุคคลอาจไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้แต่อีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลสามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึก ที่ตรงกันข้ามก็ตาม นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อย ได้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้ เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

หลักการให้บริการและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550: หน้า 27) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลิตภัณฑ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้มองเห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับริการหรือผู้ใช้เกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่ต้องจ่ายออกไป โดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้

3. สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่าง มีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ในทุกด้าน

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ทั้งในด้านคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ของ การบริการ ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยในการกำหนดกระบวนการจัดการการวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมการให้บริการและนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมลงตัว ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้อีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้น ต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราไพพรรณี

วิธีการวัดความพึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2549 : หน้า 8-12) อธิบายว่า วิธีวัดความพึงพอใจ โดยทั่วไปสามารถวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ 2 วิธี คือ

1. วิธีวัดความพึงพอใจจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากการสอบถามความคิดเป็นของผู้ใช้บริการที่เลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เกี่ยวกับบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านที่ได้รับจากผู้ให้บริการ โดยที่ผู้ใช้บริการจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาเป็นระยะเวลานานมากพอที่จะประเมินคุณภาพของบริการที่ได้รับในแต่ละด้านได้

2. วิธีวัดความพึงพอใจจากข้อมูลที่สามารถสะท้อนระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยวัดจากเกณฑ์ที่ตั้งขึ้นสำหรับวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการแต่ละด้านและบริการรวมทุกด้านของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อความรวดเร็วในการให้บริการฝากหรือถอนเงินจากธนาคาร เกณฑ์ที่ตั้งขึ้นในการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝากหรือถอนเงิน คือ สอบถามระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ใช้บริการแต่ละรายได้รับบริการเสร็จ ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก แต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ

สาโรช ไสยสมบัติ. (2534 : หน้า 39) กล่าวถึง การวัดความพึงพอใจต่อการบริกา รว่า ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้นจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในการวัดความพึงพอใจต่อการบริการอาจจะกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่งโดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ หรือให้เป็นคำตอบอิสระโดยคำถา มอาจถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของหน่วยงานที่กำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริงการวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

แนวทางการเสริมสร้างความพึงพอใจในการบริการ

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550: หน้า 28) ความพึงพอใจในการบริการเป็นสิ่งที่ผู้ดำเนินการ จะต้องคำนึงถึงทั้งในฐานะผู้ให้บริการ และจะต้องคาดคิดในฐานะของผู้ รับบริการร่วมด้วย เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจในการบริการขึ้นได้ โดยสามารถกระทำผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้อย่างสม่ำเสมอผ่านการซักถามโดยตรงการสำรวจความคิดเห็น เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังและระดับความพึงพอใจในการบริการที่ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้มีต่อการให้บริการ ร่วมกับการรับฟังความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่เป็นผู้ปฏิบัติ โดยตรง ทั้งสองสิ่งจะทำให้ผู้ดำเนินการทราบถึงความคาดหวัง และความพึงพอใจในการ

บริการที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนากระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ได้

2. การกำหนดเป้าหมาย และทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ซึ่งผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดทิศทางและจุดยืนของหน่วยงานให้ชัดเจน นั้นคือ มีเป้าหมายที่จะต้องตอบสนองต่อความคาดหวัง ของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยมีความสอดคล้องต่อแนวโน้มพฤติกรรมของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ และ ความพร้อมของผู้ให้บริการ ที่จะดำเนินการให้มีคุณภาพ

3. การกำหนดยุทธศาสตร์การบริการที่มีประสิทธิภาพ โดยจะต้องมีการกำหนดฐานะของตนเองในการแข่งขันด้านการบริการ กำหนดกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมาย ศึกษาจุดแข็งจุดอ่อนของ ตนเอง จากนั้นจึงกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ร่วมกับการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาปรับใช้เพื่อให้เกิดการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย และสามารถเข้าถึงผู้รับบริการ หรือผู้ใช้จำนวนมากได้

4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มบุคลากรให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการ ทุกคนมีความร่วมมือ ร่วมใจในการทำงาน รับผิดชอบต่อการสร้างสรรค์ ความเอาใจใส่ ความทุ่มเทในการทำงานโดยมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างเสริมคุณภาพในการให้บริการ

5. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการหรือผู้ใช้ไปปฏิบัติ และ ประเมินผลผ่านการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์การที่มุ่งเน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และมีคุณภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ มีการกำหนดเป้าหมายและเกณฑ์วัดที่ชัดเจน รวมถึงผลตอบแทนการปฏิบัติตามเป้าหมายเพื่อเป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานบริการตามกลยุทธ์ที่วางไว้

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัณฑิตา ศิริวัฒน์ (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 4 สาน ได้แก่ สายที่ 2 สถานีขนส่ง 2 (อาเขต) – สนามกีฬา 700 ปี สายที่ 6 สถานีขนส่ง 2 (อาเขต) – รอบเมือง วนซ้าย สายที่ 6 สถานีขนส่ง 2 (อาเขต) – รอบเมือง วนขวา และสายที่ 1 สถานีขนส่ง 2 (อาเขต) ไนท์ซาฟารี ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551 จำนวนทั้งสิ้น 168 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดโดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบความตรงในเนื้อหา และทดสอบความเที่ยงแล้ว การเก็บข้อมูลได้ดำเนินการเดือนกันยายน พ.ศ. 2550 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ถอดรหัส จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งเพศหญิงและเพศชายมีจำนวนเท่ากัน และผู้ให้ข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 26 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรี รวมถึงผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ เช่น นักเรียน นักศึกษา หรือกำลังว่างงาน และมีรายได้เฉลี่ย 8,036.31 บาทต่อเดือน และพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มียานพาหนะส่วนตัว ซึ่งสาเหตุที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง คือ ประหยัดค่าใช้จ่าย

สำหรับคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำทางเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการรถโดยสารประจำทางว่าอยู่ในระดับที่มีคุณภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลักษณะภายนอก พนักงานที่ให้บริการมีมาตรฐานคุณภาพการให้บริการในการต้อนรับที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้มาเยือน มีการแต่งกายสุภาพ สะอาดเรียบร้อยและถูกกาลเทศะ ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม น่าเชื่อถือ มีอัธยาศัยไมตรี 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รถโดยสารประจำทางมีสภาพพร้อมใช้งาน จุดรอรับส่งมีความเหมาะสมต่อการให้บริการ 3) ด้านกระบวนการดำเนินงาน การจัดเตรียมเส้นทางการเดินรถโดยสารประจำทางมีความเหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถโดยสารประจำทาง 4) ด้านอัตราค่าบริการ อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับเส้นระยะทาง มีการจำแนกราคาค่าโดยสารตามประเภทของผู้ใช้บริการอย่างเหมาะสม

อลิสา วิภาสธวัช (2558 : หน้า 71-72) ได้ทำการวิจัย การศึกษาคุณภาพการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา เพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการของรถตู้โดยสาร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อประเมินคุณภาพในการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา และ 2) เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ – พัทยา ในการศึกษาวิจัยในได้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารระหว่างเส้นทางกรุงเทพฯ - พัทยา จำนวน 350 ราย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างเพียงพออย่างเหมาะสมที่จะใช้ทดสอบ โดยลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาและเลือกการสุ่มแบบอย่างง่ายและใช้สูตรการคำนวณของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชาการศาสตร์ของกลุ่มตั วอย่าง พบว่ า เพศของกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนเพศที่ใกล้เคียงกัน แต่จำนวนเพศชายมีมากกว่า เล็กน้อย มีช่วงอายุ 21-30 ปี มากที่สุด การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี และมีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษามากที่สุด โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 7,500 บาท มากที่สุด ปัจจัยด้านพฤติกรรม ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะทำการซื้อตั๋วที่คิวรถ ณ วันที่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ใช้ บริการรถตู้โดยสารช่วงเย็น (15.01-20.00 น.) เพื่อการท่องเที่ยว / พักผ่อน และใช้บริการรถตู้โดยสารเป็นประจำ โดยได้ผลการทดสอบคือ 1) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังสำหรับด้านผู้ให้บริการ สูงกว่าบริการที่ได้รับในปัจจุบันทุกด้าน 2) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวั งสำหรับด้านสถานที่และอุปกรณ์สูงกว่ าบริการที่ได้รับในปัจจุบันทุกด้าน ยกเว้นด้านสถานที่ตั้ งมีความสะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ 3) กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวั ง

สำหรับด้านการบริการ สูงกว่ าบริการที่ได้ รับในปัจจุบันทุกด้าน ยกเว้นด้านบริการลูกค้ าทุกคนด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า สิ่งที่ผู้ให้บริการต้องเร่งทำการปรับปรุงเป็นลำดับแรกของแต่ละด้านเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของรถคู้โดยสาร ได้แก่ 1) ด้านผู้ให้บริการ คือ ผู้ให้บริการต้องมีความกระตือรือร้นตั้งใจในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว 2) ด้านสถานที่และอุปกรณ์ คือ สภาพรถตู้โดยสารเหมาะสมกับระดับค่าบริการ 3) ด้านการบริการ คือ กำหนดเวลาเปิด – ปิดบริการในช่วงเวลาที่กำหนดอย่างชัดเจน

ฐานุตรา จันทรเกตุ (2554 : หน้า 75 - 77) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ รถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการในการเพิ่มคุณภาพของการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทาง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง จำกัด ณ สถานีผู้ขนส่งโดยสารจังหวัดสระบุรีจำนวน 400 ราย โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวน การเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี LSD และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. อาชีพพนักงานเอกชน (ลูกจ้างโรงงานหรือบริษัท) รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท / เดือน คุณภาพการให้บริการโดยสารประจำทางในภาพรวมและตามรายด้าน อันได้แก่ ด้านความสามารถที่สัมผัส ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจ ด้านความเข้าถึงจิตใจผู้อื่น อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมและตามรายด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านการอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้โดยภาพรวมคุณภาพการให้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางในแต่ละด้านกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางในด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกและมีความสัมพันธ์กันในระดับมากด้วย

ประเสริฐศักดิ์ บัวเลิศ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนาการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้อง ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต รถโพถ้องเป็นยานพาหนะที่เป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น ซึ่งองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตได้นำมาให้บริการเป็นรถโดยสารสาธารณะให้บริการรับส่งชาวภูเก็ ต โดยงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้องขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต 2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้องขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้องขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต โดยประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้องขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต จำนวน 323 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

และผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้อง องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบเจาะจง จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับการให้บริการรถโดยสาธารณะโพถ้อง ขององค์การบริหารส่งจังหวัดภูเก็ตครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านมาตรฐานการบริการ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ พบว่า ระดับการให้บริการรถโดยสาธารณะโพถ้อง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการระดับการให้บริการรถโดยสาธารณะโพถ้อง ในระดับมาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านมาตรฐานการบริการ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ระดับปานกลาง มี 1 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 2. ปัญหา อุปสรรค การจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้องขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตที่พบ คือ เรื่องของปัจจัยขั้นพื้นฐานทั่วไปที่เกิดขึ้นกับการให้บริการรถโดยสาร ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก และมาตรฐานการให้บริการ 1) พนักงานบางท่านยัง ขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการให้บริการ 2) รูปแบบการแต่งกายของพนักงานเก็บตั๋วรถโดยสาร ไม่มีความแตกต่างกับผู้ใช้บริการ จึงทำให้ผู้ใช้บริการแยกแยะไม่ออก 3) รถโดยสารจอดรับผู้โดยสารไม่ค่อยตรงตามจุดจอดตามที่กำหนด และรถโดยสารมาช้ากว่าเวลาที่กำหนด 4) ขณะที่รถโดยสารมีผู้โดยสารนั่งอยู่เต็มผู้โดยสารจ่ายเงินค่าบริการได้ไม่สะดวก 5) เส้นทางที่ให้บริการรถโดยสาร ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ 6) เก้าอี้นั่งรอรถตามป้ายจอดข้างทางยังมีน้อยเกินไป 7) ในเวลาตอนเที่ยงในตัวรถจะมีอากาศร้อน 8) สถานีจอดรถโดยสารโพถ้องไม่มีห้องน้ำ และไม่มีที่นั่ง 3. แนวทางพัฒนาการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้อง ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต แนวทางพัฒนาการจัดบริการในภาพรวม โดยการพัฒนาระบบเทคโนโลยี ระบบกลไก และบุคลากร รวมทั้งวางแนวนโยบาย ขับเคลื่อนการพัฒนา กำกับดูแลและบูรณาการการขนส่งสาธารณะ ให้มีบริการที่เพียงพอกับความต้องการ มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ทั่วถึง คุ้มค่า และเป็นธรรม การจัดบริการรถโดยสารสาธารณะโพถ้อง ต้องมีความน่าเชื่อถือ เข้าถึง สะดวก และมีค่าโดยสารที่เหมาะสม การปรับปรุงระบบการจัดบริการรถโดยสารสาธารณะ และการส่งเสริมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบขนส่งรถโดยสารสาธารณะโพถ้อง เพื่อให้การเดินทางมีความสะดวกและใช้บริการง่ายขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

พวงเพชร สุขประเสริฐ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสาธารณะกรณีศึกษาประชากรที่อาศัยในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสาธารณะ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสาธารณะ เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการรถสาธารณะ และเพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุง และแนวทางการแก้ปัญหาของรถสาธารณะกรณีศึกษาประชากรที่อาศัยในเขตจังหวัดปทุมธานี มีกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาการที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 288 คน โดยแยกเป็นประเภทของรถสาธารณะ ได้แก่ รถขสมก รถประจำทาง รถตู้ รถสองแถว รถทัวร์ต่างจังหวัด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากประชากรที่เคยใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสาธารณะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจการใช้บริการรถขสมก รถประจำทาง รถตู้ และรถทัวร์ต่างจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจ

การใช้บริการรถสองแถว อยู่ในระดับน้อย ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการรถสาธารณะในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ควรปรับปรุงพฤติกรรมของผู้ให้บริการ ควรเพิ่มความระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยของผู้โดยสาร ความตรงต่อเวลา การจอดรับผู้โดยสารให้ตรงป้าย การเพิ่มจำนวนรถให้เพียงพอต่อความต้องการ ความสะอาดของรถ และราคาที่ยุติธรรม

กรณ์พิทักษ์ อาสน์สุวรรณ (2557 : หน้า 2000-2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองจังหวัดชลบุรี :กรณีศึกษารถสองแถว (สีน้ำเงิน) โดยมวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาสภาพการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค การให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขพัฒนาการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากกลุ่มที่ 1 กลุ่มเจ้าหน้าที่กรมการขนส่งทางบก กลุ่มที่ 2 กลุ่มเจ้าของกิจการรถโดยสารสาธารณะ และกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 30 คน

ผลการศึกษาพบว่า 1. สภาพการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 1.1 ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานขับรถส่วนใหญ่ให้บริการด้วยความเต็มใจ มีอัธยาศัยดีและแต่งกายสุภาพ หากแต่มีบางส่วนไม่สุภาพและเสพสุราหรือของมึนเมา ฝ่าฝืนกฎจราจร เช่น ฝ่าไฟแดง ขับรถเร็ว จอดรถรับส่งผู้โดยสารนอกป้าย ขับรถเป็นที่น่าหวาดเสียว 1.2 ด้านความสม่ำเสมอ พบว่า มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพียงพอ แต่มีปัญหาด้านจัดคิวรถ ส่วนมากรถวนรับผู้โดยสารที่มีจำนวนมาก ท้าให้รถวิ่งไม่เป็นไปตามเส้นทางประจำ บางครั้งรอรถเป็นชั่วโมงก็ไม่มีรถมา 1.3 ด้านความเสมอภาค พบว่า ค่าโดยสารไม่เป็นธรรม คิดอัตราค่าโดยสารชาวต่างชาติสูงกว่าคนไทยยกเว้น กลุ่มผู้ใช้บริการระยะสั้นเห็น 1.4 ด้านความปลอดภัย พบว่า รถโดยสารสาธารณะ (สองแถวสีน้ำเงิน) ที่นำมาให้บริการมีสภาพดี มีความมั่นคง แข็งแรง มีความปลอดภัย และเห็นว่าความไม่ปลอดภัยเกิดจากพนักงานขับรถขับเร็วเกินไป 1.5 ด้านความสะดวก พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจที่รับการบริการที่สะดวกสบายมากขึ้นมีการบริการตลอด 24 ชม. จะมีปัญหาเฉพาะช่วงเทศกาลพิเศษและช่วงเวลาเร่งด่วน 2. ปัญหาอุปสรรคการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2.1 ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานขับรถส่วนใหญ่มีความรู้น้อย ไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร ขาดการฝึกอบรมจากผู้ประกอบการ ขาดจิตสำนึกในการให้บริการ 2.2 ด้านความสม่ำเสมอ พบว่า มีรถจำนวนมากและวิ่งมั่วบางค รั้งทำให้รอนาน หรือต้องเหมาไป และมีรถมากเกินไปในเวลากลางวันแต่ไม่เพียงพอในเวลาเร่งด่วน 2.3 ด้านความเสมอภาค พบว่า พนักงานขับรถโดยสารสองแถวสายสีน้ำเงินเลือกรับชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย และให้บริการแบบเช่าเหมาคันมากกว่าวิ่งรับส่งตามเส้นทางปกติ 2.4 ด้านความปลอดภัย พบว่า ขาดการกำกับ ควบคุม ดูแล พนักงานขับรถให้บริการผู้โดยสารให้ได้รับความปลอดภัย ขาดการกวดขันวินัยจราจรกับพนักงานขับรถผู้ประกอบการควรใส่ใจเรื่องความปลอดภัยของผู้โดยสารให้มาก 2.5 ด้านความสะดวก พบว่า รถโดยสารสาธารณะ (รถสองแถว สีน้ำเงิน) จอดรถรับส่งผู้โดยสารไม่ตรงป้าย เพราะมีรถส่วนบุคคลจอดขวางพื้นที่จอด วิ่งรถนอกเส้นทางที่กำหนดและส่งผู้โดยสารไม่ถึงปลายทาง 3. แนวทางการแก้ไขพัฒนาการให้บริการรถโดยสารสาธารณะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ควรมีการแก้ไขและพัฒนาการให้บริการรถโดยสารสาธารณะ (รถสองแถว สีน้ำเงิน) ในด้านบุคลากร คือ ควรจัดฝึกอบรมและสร้างจิตสำนึก

การให้บริการแก่พนักงานขับรถ ควบคุมดูแลให้พนักงานขับรถปฏิบัติตามกฎจราจร ประเมินผลการให้บริการของพนักงานขับรถอย่างส ม่ำเสมอและต่อเนื่อง ด้านความสม่ำเสมอ คือ ควรเพิ่มปริมาณรถในชั่วโมงเร่งด่วน ด้านความเสมอภาค คือ ควรควบคุมให้มีรถวิ่งบริการอยู่ในเส้นทางตลอดเวลา เพื่อป้องกันการปฏิเสธที่รับผู้โดยสารระหว่างเส้นทางปกติ และควรมีการกำหนดราคามาตรฐานสำหรับการให้บริการผู้โดยสารแบบเหมาจ่าย ด้านความปลอดภัย คือ ควรจัดอบรมกฎระเบียบ วินัยจราจร และจิตสำนึกด้านความปลอดภัยให้แก่พนักงานขับรถ และให้บริการด้วยรถที่มีสภาพดี ด้านความสะดวก คือ ควรจัดจุดบริการรับส่งให้มีความคล่อง สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและมีรถให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษา เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการบริการรถโดยสารสาธารณะ ในจังหวัดจันทบุรี” เป็นการศึกษาความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเชิงคุณภาพในสภาวการณ์ปัจจุบันทั้งในด้านนโยบายและการให้บริการรถโดยสารสาธารณะ และ ข้อมูลเชิงปริมาณที่ผ่านเครื่องมือวิเคราะห์ระดับความสำคัญและระดับปฏิบัติการ Importance-Performance Analysis) เพื่อทราบศักยภาพการให้บริการรถสารธารณะในจังหวัดจันทบุรีในมุมมองของผู้ใช้บริการ ใน 5 มิติ 30 องค์ประกอบย่อย นั้นคือ

1) ด้านบุคลากร (Crew)
   1.1) ผู้ให้บริการขับรถถูกกฎจราจร มีระเบียบวินัยในการขับรถ
   1.2) ผู้ให้บริการขับรถมีประสบการณ์และทักษะในการขับรถ
   1.3) ผู้ให้บริการการแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย
   1.4) ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นและมีความตั้งใจในการบริการ
   1.5) ผู้ให้บริการพูดจากับผู้โดยสารอย่างสุภาพ
   1.6) ผู้ให้บริการมีการบริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ
2) ด้านค่าโดยสาร (Fare rate)
   2.1) ราคาค่ารถโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทาง
   2.2) ค่าโดยสารมีความคุ้มค่ากับการให้บริการที่ได้รับ
   2.3) มีการกำหนดอัตราค่าโดยสาร ตามระยะตลอดเส้นทาง
3) ความเชื่อถือได้ของการบริการ(Reliability)
   3.1) มีป้ายแสดงอัตราค่าโดยสารชัดเจน
   3.2) มีความถูกต้องในการเก็บเงินและทอนเงินค่าโดยสาร
   3.3) มีการออกรถโดยสารตรงเวลาจากสถานีเริ่มต้น
   3.4) การใช้บริการรถโดยสารเชื่อมั่นว่ารวดเร็ว ถึงปลายทางตามเวลา
   3.5) การใช้บริการรถโดยสารเชื่อมั่นว่าปลอดภัยระหว่างการเดินทาง
   3.6) การใช้บริการรถโดยสารเชื่อมั่นว่ามีความปลอดภัยในการขึ้น/ลง ตามจุดรับ-ส่งผู้โดยสาร
   3.7) มีการระบุชื่อผู้ให้บริการ ใบขับขี่ ทะเบียนรถ และเบอร์โทรศัพท์อย่างชัดเจน
   3.8) มีการบรรทุกผู้โดยสารตามจำนวนที่ระบุไว้ตามกฎหมาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

4) ความสะดวกสบายในการรับบริการ (Accessibility)

4.1) มีจุดนั่งพักรอรถโดยสารสาธารณะที่เหมาะสมเพียงพอ

4.2) มีให้บริการเส้นทางเดินรถหลากหลายเส้นทาง ทั่วถึง และตรงตามความต้องการ

4.3) ความสะดวกในการจอดรับ-ส่ง ตลอดเส้นทางตามความต้องการผู้โดยสาร

4.4) จุดการจอดรับ-ส่ง ผู้โดยสารเป็นตามตำแหน่งป้ายจอดรถโดยสารสาธารณะ

4.5) มีความสะดวกในการเชื่อมต่อการเดินทางจากจุดลงรถโดยสารสาธารณะไปถึงจุดหมายปลายทาง

4.6) จำนวนเที่ยวรถโดยสารเพียงพอกับความต้องการในการเดินทาง

4.7) มีช่วงเวลาการเริ่มและสิ้นสุดให้บริการรถโดยสารสาธารณะในแต่ละวันเหมาะสมตรงตามความต้องการ

5) สภาพแวดล้อมในการบริการ (Environment)

5.1) สภาพรถโดยสารมีความพร้อมในการให้บริการ

5.2) ภายนอกรถโดยสาร สะอาด และได้รับการดูแล

5.3) ภายในรถโดยสาร เช่น เบาะที่นั่ง พื้นรถ ได้มาตรฐาน มีความสะอาดเรียบร้อย

5.4) มีปริมาณที่นั่งเหมาะสม ไม่เบียดเสียด

5.5) มีการแสดงหมายเลขรถโดยสาร และป้ายบอกเส้นทางการเดินทางที่ชัดเจน

5.6) มีป้ายแสดงการจอดรับ-ส่งผู้โดยสารชัดเจน ไม่ชำรุด

ซึ่งทั้ง 5 มิติ 30 องค์ประกอบย่อยจะผ่านการวิเคราะห์และอธิบายใน 4 ส่วนคือ 1) อุปสรรค (Additional Effort) 2) โอกาส (Keep up Good Work) 3) จุดอ่อน (Low Priority) 4) จุดแข็ง (Possible Overkill) เพื่อนำมาเสนอแนวทางการพัฒนาการบริการรถโดยสารสาธารณะ ในจังหวัดจันทบุรี ต่อไป

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี