

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
เส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING THE DECISIONS IN USING THE BUS SERVICES  
ON WAT SING DISTRICT, CHAINAT PROVINCE TO BANGKOK

ภาสวิทย์ ศรีไพโรจน์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร และ (3) ศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท จำนวน 25,275 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างอย่างง่ายของทาโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) การตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางให้ความสำคัญกับพฤติกรรมหลังการใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ การตัดสินใจใช้บริการ การ

ค้นหาข้อมูลการให้บริการ การรับรู้ถึงความต้องการในการใช้บริการ และการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการ ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจ รถโดยสารประจำทาง ชัยนาท กรุงเทพมหานคร

### ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study personal factors affecting the decisions in using the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok. (2) To study the marketing mix factors affecting the decisions in using the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok; and (3) to study customer's decision in using the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok.

This research was quantitative research. The population used is people who live in Wat Sing district, Chainat province of 25,275 people. The sample in the study, according to a simple sampling method formula consisted of 394 people. Using Simple random sampling. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The statistics used in the analysis were percentage, frequency, mean, standard deviation, a t-test, One Way ANOVA and multiple regression analysis.

Major findings: (1) person factors, age, occupation, education level, average monthly income and average monthly expenditure, affecting customer's decision to use the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok statistically significant at the 0.05 level (2) There are 3 marketing mix factors: product factor, place factor and promotion factor. Affecting customer's decision to use the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok statistically significant at the 0.05 level; and (3) customer's decision in using the bus services on Wat Sing district, Chainat province to Bangkok. Customers attach great importance to post service behavior that most, followed by service decision, information search, problem recognition and evaluation of alternatives respectively.

**Keywords:** Decision, Bus Services, Chainat province, Bangkok

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการคมนาคมถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของทุกคนเป็นอย่างมาก โดยเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่ช่วยให้เกิดการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งได้ตามความต้องการของผู้เดินทาง ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตาม อาทิ การเดินทางโดยรถจักรยานยนต์ ไปยังห้างสรรพสินค้า การเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศโดยอากาศยาน การเดินทางโดยเรือเพื่อที่จะไปยังเกาะ หรือแม้กระทั่งการเดินทางโดยรถไฟ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการคมนาคมทุกประเภทมีความสำคัญต่อผู้เดินทางเป็นอย่างมาก ทั้งช่วยในด้านการอำนวยความสะดวกสบาย การประหยัดเวลาในการเดินทาง และความรวดเร็วในการเดินทาง

การคมนาคมในประเทศไทยนั้นมีหลากหลายประเภท โดยการคมนาคมที่ผู้เดินทางนิยมเดินทางมากที่สุด คือ การคมนาคมทางถนน ซึ่งการคมนาคมดังกล่าวนี้มีโครงข่ายของถนนที่คอยรองรับยานพาหนะอย่างทั่วถึงและครอบคลุมในทุกพื้นที่ของประเทศไทย จึงเกิดความนิยมในการใช้เดินทางสัญจรสูงสุด นอกจากนี้ยังมีการคมนาคมทางน้ำ ซึ่งในปัจจุบันความนิยมในการเดินทางทางน้ำลดลงไปกว่าแต่ก่อนมาก เช่นเดียวกับการคมนาคมทางรางที่เชื่อมต่อไปยังภาคต่างๆ ของประเทศไทย แต่ยังมีเส้นทางที่ไม่ครอบคลุมในหลายๆ พื้นที่ โดยบางจังหวัดยังไม่มีเส้นทางรถไฟผ่าน และการเดินทางโดยรถไฟยังมีความล่าช้าเกิดขึ้นอยู่ จึงไม่เป็นที่นิยมของผู้เดินทางเท่าที่ควร ส่วนการคมนาคมทางอากาศ เกิดความนิยมในการเดินทางโดยอากาศยานในหมู่ผู้เดินทางมากขึ้นกว่าแต่ก่อนเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลายสายการบิน ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาโดยสารถ ผลให้ราคาโดยสารถลดลง

อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เป็นระยะทางประมาณ 220 กิโลเมตร การเดินทางไป - มา ระหว่างสองที่นี้ จึงนิยมการคมนาคมทางถนนเป็นหลัก เนื่องจากมีโครงข่ายเส้นทางถนนที่ครอบคลุมและกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ จึงสะดวกต่อการเดินทางเป็นอย่างมาก โดยเส้นทางหลักที่ผู้เดินทางนิยมใช้ในการเดินทางไปยังกรุงเทพมหานคร คือ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 เนื่องจากเป็นเส้นทางที่กว้าง มีช่องจราจรมากกว่า 8 ช่อง และมีสภาพพื้นผิวของเส้นทางที่ราบเรียบ การเดินทางในเส้นทางดังกล่าว โดยส่วนใหญ่แล้วผู้เดินทางมักจะใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปยังกรุงเทพมหานครเป็นหลัก เนื่องจากสะดวกและมีความรวดเร็วในการเดินทาง แต่ทั้งนี้ยังมีผู้เดินทางบางส่วนที่ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว จึงต้องหันมาใช้บริการรถโดยสารประจำทาง เพื่อที่จะเดินทางไปยังกรุงเทพมหานคร โดยในเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร มีการให้บริการรถโดยสารประจำทางจากผู้ให้บริการเพียงรายเดียว โดยผู้ให้บริการเริ่มให้บริการรถโดยสารประจำทางจากสถานีต้นทาง คือ ท่ารถตู้และรถมินิบัส อำเภอวัดสิงห์ ผ่านอำเภอเมืองชัยนาท อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท ผ่านอำเภออินทร์บุรี อำเภอเมืองสิงห์บุรี อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ผ่านอำเภอไชโย อำเภอเมืองอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง ผ่านอำเภอมหาราช

อำเภอบางปะหัน อำเภอนครหลวง อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภออุทัย อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผ่านอำเภอคลองหลวง อำเภอธัญบุรี อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี และเข้าสู่กรุงเทพมหานคร โดยสิ้นสุดเส้นทางที่สถานีเดินรถโดยสารขนาดเล็ก (จตุจักร) ในส่วนของรถที่คอยให้บริการแก่ผู้โดยสารจะมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท ประกอบไปด้วย 1) รถตู้โดยสารปรับอากาศ 13 ที่นั่ง และ 2) รถบัสโดยสารปรับอากาศขนาดเล็กหรือรถมินิบัส 20 ที่นั่ง โดยรถทั้งสองประเภทจะให้บริการตั้งแต่เวลา 03.30 น. ถึง 16.30 น. รวมจำนวน 10 เที่ยว

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 เป็นเส้นทางหลักที่ผู้เดินทางนิยมเดินทางกันมาก ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล หรือแม้กระทั่งรถโดยสารประจำทางก็ตาม เนื่องจากเส้นทางดังกล่าวเป็นเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางสัญจรไปยังกรุงเทพมหานครที่มีระยะทางใกล้และสะดวกที่สุด ดังนั้นเส้นทางดังกล่าวจึงคลาไคลไปด้วยผู้เดินทางและรถยนต์เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาไหนก็ตาม จากจำนวนผู้เดินทางบนเส้นทางทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 32 ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากรถยนต์ส่วนบุคคล และรถโดยสารประจำทาง โดยในส่วนของรถโดยสารประจำทาง จะส่งผลโดยตรงต่อผู้เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางในเส้นทางดังกล่าว คือ รอบเวลารถออกจากสถานีต้นทางไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เดินทางที่ต้องการเดินทาง ณ วันนั้นๆ เนื่องจากมีผู้ให้บริการเดินรถเพียงรายเดียว ประกอบกับจำนวนของผู้เดินทาง ณ วันนั้นๆ อาจจะมีจำนวนมากด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำเสนอข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการสูงสุด และตรงกับความต้องการของผู้เดินทางมากยิ่งขึ้น ทั้งยังไว้เป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการตัดสินใจให้แก่ผู้ให้บริการเดินรถในเส้นทางดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาระบบการให้บริการในอนาคตต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร มีขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อีกทั้งยังศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

#### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ท่ารถตู้และรถมินิบัสซึ่งตั้งอยู่ ณ ตำบลวังหมัน อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท

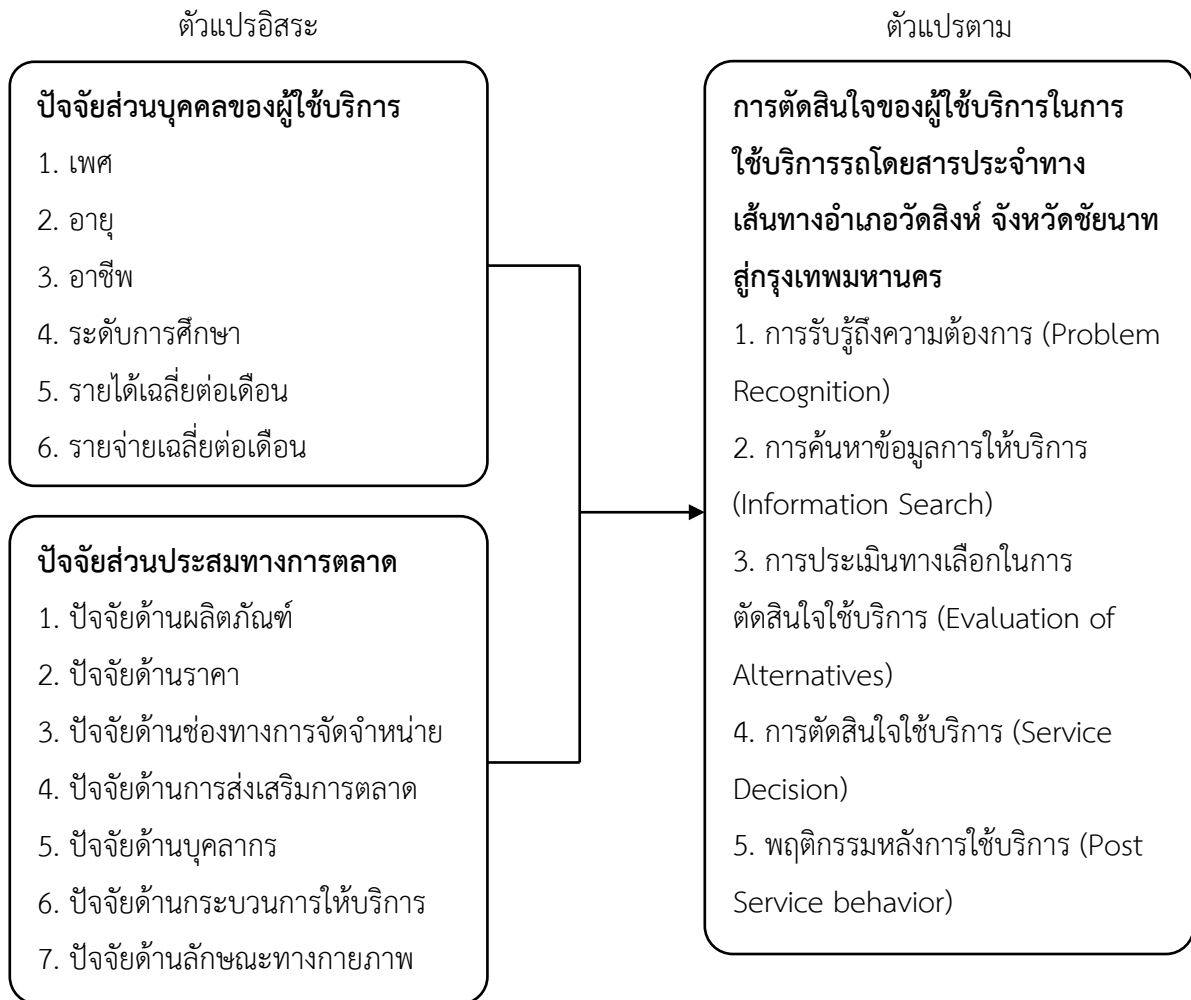
#### 3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 25,275 คน

#### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2566 ถึงเดือนมกราคม 2567

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้มีการศึกษาและทำการทบทวนทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 25,275 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คำนวณโดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างอย่างง่ายของ Taro Yamane เพื่อหาจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรทั้งหมด

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยกำหนดให้

N แทน ขนาดของประชากร

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อน กำหนดไว้ที่ร้อยละ 0.05

กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95 หรือค่าความ

คลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้จากค่าจริงร้อยละ 0.05

$$\text{แทนค่าสูตร} \quad n = \frac{25,275}{1 + 25,275(0.05)^2}$$

$$n = 393.768 \text{ ตัวอย่าง}$$

เมื่อกำหนดจำนวนตัวอย่างโดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างอย่างง่ายของ Taro Yamane แล้ว จะได้จำนวนตัวอย่างอยู่ที่ 393.768 ตัวอย่าง ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งนี้ต้องใช้ตัวอย่างทั้งสิ้น 394 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ณ ท่ารถตู้และรถมินิบัส ตำบลวังหมัน อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีทั้งสิ้น 394 ชุดแบบสอบถาม ซึ่งใช้สอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ณ ท่ารถตู้และรถมินิบัส ตำบลวังหมัน อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบแบบสอบถามได้ตามความคิดเห็นของตนเอง หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยทั้งสิ้น 7 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบส่วนประเมินค่าทัศนคติตามรูปแบบของ Likert's Scale ที่มี 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับมาก
3	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับน้อย
1	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของคะแนนผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	4.51 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.51 - 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.51 - 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.51 - 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการ



รถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร และข้อมูลข้อเสนอแนะ

**ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต ที่มีหัวข้องานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางประเภทต่างๆ โดยแหล่งการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลต่างๆ คือ การค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) และการแจกแจงความถี่ (Frequency) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง

#### 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test และความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร โดยทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

### สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ขอสรุปผลการวิจัยตามลำดับของวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 - 49 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยอื่นๆ อีก 6 ปัจจัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี

การตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ หลังจากที่ได้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจ ผู้ใช้บริการจะแนะนำและบอกต่อไปยังผู้อื่น ร่องลงมา คือ เมื่อผู้ใช้บริการได้ผลลัพธ์จากการประเมินทางเลือก ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี โดยไม่ลังเล ร่องลงมา คือ ผู้ใช้บริการมีการค้นหาข้อมูลของการให้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารประจำทางในเส้นทางดังกล่าว ร่องลงมา คือ ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ว่าบริษัทผู้ให้บริการมีการให้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และอันดับสุดท้าย คือ ผู้ใช้บริการมีการนำข้อมูลของการให้บริการที่ได้จากการค้นหาข้อมูลมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และประเมินทางเลือกเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสุพรรณบุรี แตกต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test และความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางที่แตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร โดยทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร พบว่าตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 88.60 (Adjusted  $R^2 = 0.886$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.943 ( $R = 0.943$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.20907 ( $SE_{est} = 0.20907$ ) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้  $\hat{Y} = -0.299 - 0.105(X_1) + 1.108(X_3) - 0.117(X_4)$

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเห็นว่ามีความประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างมีความต้องการที่คล้ายกันในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชณี ต้นเวทย์ยานนท์, กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 : กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรีกลุ่ม 76 จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

2) ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางในแต่ละช่วงอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีความต้องการที่หลากหลายในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ทั้งนี้ อาจจะด้วยเหตุผลด้านการให้บริการหรือด้านราคาค่าโดยสารก็เป็นได้ จึงส่งผลให้ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางที่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชณี ต้นเวทย์ยานนท์, กุลเชษฐ มงคล (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 : กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรี กลุ่ม 76 จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้บริการรถโดยสารแตกต่างกัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการมีการให้บริการรถโดยสารประจำทางหลากหลายช่วงเวลา จึงทำให้ผู้บริกรมีตัวเลือกในการตัดสินใจที่หลากหลายตามไปด้วย หรืออาจเป็นเพราะรถโดยสารที่ให้บริการมีความพร้อมและมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ จึงทำให้ผู้บริกรตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระผานุต นนท์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ. 84) ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางที่ใช้บริการ และเกิดความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางจึงยินดีที่จะจ่ายค่าโดยสารตามอัตราราคา

ของแต่ละระยะทาง จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์ เจนสิริผล (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการ

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการมีช่องทางในการจัดจำหน่ายตั๋วที่หลากหลาย ทั้งการจำหน่ายตั๋ว ณ สถานีเดินรถ จำหน่ายตั๋วผ่านไลน์ และจำหน่ายตั๋วผ่านโทรศัพท์ ทำให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ให้บริการเป็นอย่างมาก จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระผานุต นนท์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ. 84) ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการมีการประชาสัมพันธ์การให้บริการรถโดยสารประจำทางและแจ้งรอบเวลาเดินรถที่ชัดเจนอยู่ตลอดทุกวัน จึงทำให้ผู้ให้บริการมีข้อมูลประกอบในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชณี ต้นเวทย์ยานนท์, กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 : กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรีกรุ๊ป 76 จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1

5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานที่ให้บริการมีการให้บริการอย่างเต็มใจ ทำหน้าที่อย่างเต็มที่ มีความสุภาพ และมีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ จากผลการศึกษา ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระผานุต นนท์ (2562) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

บริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ. 84) ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง-วงเวียนใหญ่ (ปอ.84) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

6) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน มีการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง และไม่เลือกปฏิบัติ และขั้นตอนการจองตั๋วโดยสารและชำระเงินสด รวดเร็ว จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชณี ต้นเวทย์ยานนท์, กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 : กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรีกลุ่ม 76 จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1

7) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภายในสถานีเดินรถมีความสะอาด กว้างขวาง สะดวกสบาย มีที่นั่งพักเพียงพอ มีห้องน้ำและสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สถานีเดินรถมีความปลอดภัย และมีบรรยากาศที่ดี มีร้านค้าและบริการต่างๆ คอยให้บริการในสถานีเดินรถ และภายในสถานีเดินรถมีป้ายที่แสดงเที่ยวรถและราคาค่าโดยสารมีความชัดเจน จากผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชณี ต้นเวทย์ยานนท์, กุลเชษฐ์ มงคล (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1 : กรณีศึกษาบริษัท ราชบุรีกลุ่ม 76 จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศชั้น 1

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางควรมีการยกระดับการพัฒนาการให้บริการรถโดยสารประจำทางอยู่เสมอ ทั้งการพัฒนาปรับปรุงสภาพภายนอกและภายในของรถโดยสารประจำทางให้ดูสะอาดและเรียบร้อย ดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในรถโดยสารประจำทางให้พร้อมใช้งานอยู่ตลอด เช่น เครื่องปรับอากาศ เบาะนั่ง เป็นต้น เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการรถโดยสารประจำทางมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางควรมีการเพิ่มศักยภาพในการจำหน่ายตั๋วโดยสาร ทั้งการจำหน่ายตั๋ว ณ สถานีเดินรถ การจำหน่ายตั๋วผ่านไลน์ และการจำหน่ายตั๋วผ่านโทรศัพท์ ให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น หรืออาจเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงการจำหน่ายตั๋วโดยสารได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การให้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ให้มากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ที่ต้องการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง เมื่อมีการรับรู้ในหมู่ของผู้ที่ต้องการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเพิ่มขึ้น จำนวนผู้ที่มาใช้บริการรถโดยสารประจำทางก็จะเพิ่มมากขึ้นตาม

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถขยายขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากกว่าเดิม ส่งผลให้ได้ข้อสรุปหรือผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาทสู่กรุงเทพมหานคร ตัวอย่างเช่น ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อการใช้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางจากกรุงเทพมหานครสู่อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางกรุงเทพมหานครสู่อำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท เนื่องจากการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางแต่ละคนอาจไม่เหมือนกัน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

- อารีรัตน์ ศรีทับ. (2564). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทางของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กนกวรรณ มณีวงศ์. (2565). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์การเกษตรในอำเภอวัดสิงห์ จังหวัดชัยนาท**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- พระผานุต นนท์. (2562). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศเส้นทางวัดไร่ขิง - วงเวียนใหญ่ (ปอ.84)**. การค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- อนุรักษ์ เจนสิริผล. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางสายตะวันออกเฉียงเหนือ**. การค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิสรา รัตนากร. (2565). **กลยุทธ์การตลาด การให้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร หลังวิกฤต Covid-19**. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.