



ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร

วันที่รับบทความ: 14 พฤศจิกายน 2566
วันแก้ไขบทความ: 20 ธันวาคม 2566
วันตอบรับบทความ: 26 ธันวาคม 2566

พัฒนชีตา อธิกรไพศาลกุล¹
สุทธาทิพย์ กำธรพิพัฒน์กุล²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณประเภทวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อลูกค้า ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความง่ายส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; การยอมรับเทคโนโลยี; ความพึงพอใจ; ความภักดี; แอปพลิเคชัน ViaBus

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: phanchita@pclholding.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: ksutthathip@gmail.com

Service Quality Factors and Technology Acceptance that Influence Satisfaction and Loyalty of Public Transport Users Through the ViaBus Application in Bangkok

Received: 14 November 2023

Revised: 20 December 2023

Accepted: 26 December 2023

Phanchita Itthikornpaisarnkul¹

Sutthathip Kamthornphiphatthanakul²

Abstract

The objectives of this research are to study the influence of service quality and technology acceptance that affects the satisfaction and loyalty of public transport users through the ViaBus application in Bangkok areas and to study ways to improve and develop factors that affect the satisfaction and loyalty of such public transport users through the ViaBus application in Bangkok areas. This is a quantitative research study, a survey research type that uses questionnaires to collect data. The sample group in the study was 400 users of public transportation through the ViaBus application in Bangkok Metropolitan. Statistics and data analysis for this research included descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and reference or inferential statistics, including multiple regression analysis.

The results of the study found that Service Quality factors Assurance, Empathy, Responsiveness, Tangibility and Technology Acceptance factors Perceived Usefulness, Perceived Risk, Perceived Ease of Use, positively impact on the satisfaction and loyalty of public transport users through the ViaBus application in Bangkok areas, at the statistically significance. As for user satisfaction positively affected the loyalty of public transport users through the application ViaBus in Bangkok Metropolitan area, statistically significance.

Keywords: Service Quality; Technology Acceptance; Satisfaction; Loyalty; ViaBus application

Type of Article: Research Article

¹ Master's Degree Student, Logistics & Supply Chain Management, Ramkhamhaeng University,
Corresponding author Email: Email: phanchita@pclholding.com

² Advisor, Logistics and Supply Chain Management, Ramkhamhaeng University,
Corresponding author Email: Email: ksutthathip@gmail.com



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเดินทางของประชากรในเขตเมืองเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องมีการบริการขนส่งสาธารณะ โดยสามารถขนส่งผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก และมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำ เพราะผู้ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะที่มีจำนวนมากในแต่ละวัน จากข้อมูลจำนวนผู้โดยสารสาธารณะขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (2566) หรือ ขสมก. ประจำวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 ระบุว่าผู้ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะ ขสมก. ถึง 512,826 คน ในขณะที่จำนวนผู้โดยสารรวมทั้งวันที่ 24-29 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 มีจำนวนถึง 3,928,799 คน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้ที่ใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะในทุกวันนี้ กล่าวคือ ต้องมีการวางแผนการเดินทางให้แม่นยำที่สุด นอกจากนี้ผู้โดยสารจะต้องมีการวางแผนและคำนวณเวลาการเดินทางเสมอว่าจะไปถึงป้ายรถเมล์ทันหรือไม่ รถเมล์ที่รอคอยนั้นจะมาถึงป้ายรถเมล์ที่รอเวลาใด ผู้โดยสารจะสามารถไปถึงจุดหมายปลายทางตามเวลาได้หรือไม่ รถเมล์คันต่อไปจะมาถึงในอีกกี่นาที หรือแม้แต่การไม่คุ้นชินกับเส้นทางการเดินรถในบางสายจนเกิดความสับสนว่าควรลงป้ายรถเมล์ป้ายไหนดี สำหรับจุดหมายปลายทางที่ต้องการ หรือหากเป็นการเดินทางด้วยเรือโดยสารแล้วเกิดฝนตกหนักส่งผลให้ปริมาณน้ำในคลองแสนแสบสูงขึ้น จะสามารถเดินทางด้วยเรือโดยสารได้หรือไม่ หรือการทำเรือจะประกาศหยุดการเดินเรือโดยสารในวันนั้นๆ ผู้โดยสารจะสามารถทราบข้อมูลดังกล่าวได้อย่างไร ในหลายครั้งการประเมินเวลาล่วงหน้าเพื่อจะเดินทางไปยังที่หมายปลายทางให้ตรงตามแผนนั้น มีผลให้อาจล่าช้ากว่าเวลาที่กำหนดไว้

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันและอยู่ในทุกกิจกรรม จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคนและเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์ด้วยกัน การอำนวยความสะดวกของเทคโนโลยีจนทำให้สิ่งนี้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งแบบไม่รู้ตัว และเมื่อพบว่าชีวิตมีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี การเลือกใช้งานให้เกิดประโยชน์จนได้เกิดเป็นการคิดค้นแอปพลิเคชัน ติดตามและนำทางขนส่งสาธารณะแบบตามเวลาจริงรายแรกในประเทศไทยชื่อแอปพลิเคชัน ViaBus ไม่ว่าจะเป็นการโดยสารรถเมล์ รถไฟ เรือ หรือแม้แต่รถโดยสารรับส่งประจำโครงการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวเป็นผลงานจากนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ได้รับรางวัล Forbes 30 under 30 Asia – 2021 จากนิตยสาร Forbes โดยพัฒนาจนได้รับรางวัลเกียรติยศของคนเอเชียวัยไม่ถึง 30 ปี (ศุภวรรณพิพิธสมบัติ, 2564) โดยแอปพลิเคชัน ViaBus เป็นเพื่อนเดินทางระบบขนส่งสาธารณะ สามารถติดตามและนำทางระบบขนส่งประจำทางแบบตามเวลาจริงรายแรกของไทยที่เชื่อมโยงทุกระบบคมนาคมเข้าไว้ด้วยกันในแอปพลิเคชันเดียว ทั้งรถเมล์ รถสองแถว รถไฟ เรือด่วน รวมถึงรถตู้ระหว่างจังหวัด หรือ รถโดยสารรับส่งประจำโครงการต่าง ๆ (Shuttle Bus) มีบริการครอบคลุมกว่า 70 จังหวัด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ โดยจุดเด่นของแอปพลิเคชัน ViaBus คือ การแสดงผลข้อมูลระบบขนส่งสาธารณะแบบตามเวลาจริง โดยจะอัปเดตข้อมูลเส้นทางและสภาพจราจร คำนวณเวลาเดินทางบนฐานข้อมูลจริงและทันเหตุการณ์ตลอดเวลา เช่น ป้ายรถเมล์ถูกยกเลิก จุดไหนมีรถจอดเสีย รถเปลี่ยนเส้นทาง และจุดที่มีการปิดถนน เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถวางแผนการเดินทางด้วยระบบขนส่งโดยสารสาธารณะได้ง่ายและสะดวกขึ้น สามารถบริหารจัดการเวลาได้ รวมไปถึงการลดความเสี่ยงจากการหลงทางได้

เนื่องด้วยแอปพลิเคชัน ViaBus ให้บริการอำนวยความสะดวกในการติดตามและนำทางขนส่งสาธารณะแบบตามเวลาจริงแก่ผู้ให้บริการในการค้นหาตารางการเดินทางของพาหนะขนส่งที่เหมาะสมผ่านแอปพลิเคชัน จึงเป็นปัจจัยตั้งต้นที่บ่งชี้คุณภาพของการบริการ รวมถึงการรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ประโยชน์ตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของ TAM ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้สำหรับการปรับปรุง และพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมมากที่สุดเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริการ จนก่อให้เกิดเป็นความภักดีต่อการใช้แอปพลิเคชัน ViaBus อย่างต่อเนื่องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากเอกสาร ตำรา บทความ วารสาร รายงานการวิจัย สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจ และความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในบริเวณกรุงเทพมหานคร

2. **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในบริเวณกรุงเทพมหานคร

3. **ขอบเขตด้านเวลา** ผู้วิจัยใช้เวลาในการศึกษา การจัดทำเนื้อหาสาระสำคัญของหัวข้อวิจัย ระเบียบวิธีวิจัย การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูล แปลผล และจัดทำรายงานการวิจัย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 5 เดือน



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงวิชาการ

นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้ที่กำลังศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการศึกษาและใช้เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงประยุกต์ใช้ในการจัดการ

ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลในแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการให้บริการ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพึงพอใจ และทำให้ผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus มีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หรือเป็นการบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน ViaBus เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ให้กับผู้ใช้บริการ และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้สำหรับการให้บริการแอปพลิเคชันอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

การศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการนั้นจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะของการบริการ เนื่องจากการบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าอยู่ในหลายประการ ซึ่ง Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1990) ได้กำหนดมิติคุณภาพการให้บริการออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ (1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) (2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) (3) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) (4) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) และ (5) ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ (Empathy) ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus โดยมีการวัดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ ตามแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1990) ซึ่งประกอบด้วย 5 ตัวแปร ดังนี้

(1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ วัดได้จากลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นชัดเจน สามารถจับต้องได้ เช่น การออกแบบ รูปลักษณ์ที่มีความสวยงาม สะดวก ทันสมัย น่าใช้ โดยมีเมนูหลากหลาย และข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน ครบถ้วนสมบูรณ์ เป็นต้น

(2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ วัดได้จากความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาหรือข้อตกลงที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ เช่น มีข้อมูลรายละเอียด บ่าย ตารางเวลา ตำแหน่งที่ถูกต้องแม่นยำ ได้รับการสนับสนุนข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ มีระบบเก็บรักษาข้อมูลอย่างปลอดภัย และได้รับความนิยมนำไปใช้งานอย่างแพร่หลาย เป็นต้น

(3) การตอบสนองความต้องการ วัดได้จากความพร้อมของผู้ให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันที หรือ ตลอดเวลา เช่น สามารถติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือ แสดงความคิดเห็น ขอคำแนะนำ หรือ ร้องเรียนได้สะดวก รวดเร็ว และ สามารถใช้งานได้อย่างลื่นไหล

(4) การให้ความมั่นใจ วัดได้จากความสามารถที่สร้างความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ เช่น คาดการณ์ระยะเวลาที่ขนส่งสาธารณะจะมาถึงล่วงหน้าได้ มีเมนูแสดงข้อมูลคำถามคำตอบที่พบบ่อยตลอดการใช้งาน แสดงผลให้เห็นสถานะขนส่งสาธารณะแบบเรียลไทม์ ค้นหาขนส่งสาธารณะที่พร้อมให้บริการในบริเวณที่ต้องการได้ และแสดงขั้นตอน วิธีการใช้งานอย่างละเอียดชัดเจน

(5) ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ วัดได้จากความสามารถของผู้ให้บริการในการแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง ดูแลเอาใจใส่ เข้าใจความต้องการ ติดต่อได้หลากหลายช่องทาง มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และแนะนำบริการอย่างสม่ำเสมอ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM เสนอโดย Davis (1985) เป็นผู้นำเอาแนวคิดพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มาผนวกกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล สร้างเป็นแบบจำลองเพื่อใช้สำหรับอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยการประเมินระดับของการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบความสัมพันธ์ของแต่ละส่วนประกอบในแบบจำลองตามแนวคิดของ TAM เริ่มจากการพิจารณาถึงตัวแปรภายนอกต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของผู้ใช้ในสองลักษณะ คือ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) แสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) แสดงถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายามในการใช้งานระบบ โดยหากผู้ใช้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน ผู้ใช้จะรับรู้ถึงการใช้งานเทคโนโลยี

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาบริบทของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus โดยมีการวัดองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีตามแนวคิด TAM และ TRA ผนวกเข้าด้วยกันสำหรับการอธิบายการเชื่อมโยงกันระหว่างตัวแปร ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (2) การรับรู้ความง่าย และ (3) การรับรู้ถึงความเสี่ยง

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ วัดได้จากระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการเดินทางด้วยขนส่งสาธารณะ เช่น สามารถวางแผน การเดินทางล่วงหน้าได้ เลือกรูปแบบ การเดินทางได้หลากหลาย ค้นหาพิกัดของขนส่งสาธารณะที่อยู่ใกล้ได้ มีระบบแจ้งเตือน เมื่อขนส่งสาธารณะมาถึง และช่วงลดระยะเวลาในการรอคอย

2. การรับรู้ความง่าย วัดได้จากระดับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้งาน โดยผู้ใช้บริการเชื่อว่าไม่ต้องอาศัยความพยายามในการใช้งาน มีขั้นตอนในการใช้งานและฟังก์ชันการทำงานที่ง่าย สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย

3. การรับรู้ความเสี่ยง วัดได้จากกระบวนการ หรือการกระทำที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ และได้มีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หรือ มีผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ หรือสิ่งรอบข้าง การรับรู้



ความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินและจัดการกับสถานการณ์ที่อาจเกิดปัญหาหรืออันตรายได้ เช่น ได้รับความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ ความเสี่ยงจากระบบ GPS ไม่เสถียร ความเสี่ยงอันเกิดจากปัญหาในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ความเสี่ยงจากประสิทธิภาพการทำงานระหว่างปรับปรุงระบบ ความเสี่ยงด้านข้อมูล ที่อาจถูกนำไปใช้โดยมิได้รับอนุญาต เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly (1975) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ

Kotler and Armstrong (2003) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความต้องการ ตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus จากทฤษฎีของ Kotler and Armstrong (2003) และได้พัฒนาเครื่องมือวัดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ซึ่งสามารถวัดได้จากการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ตอบสนองต่อแอปพลิเคชัน ViaBus

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดี

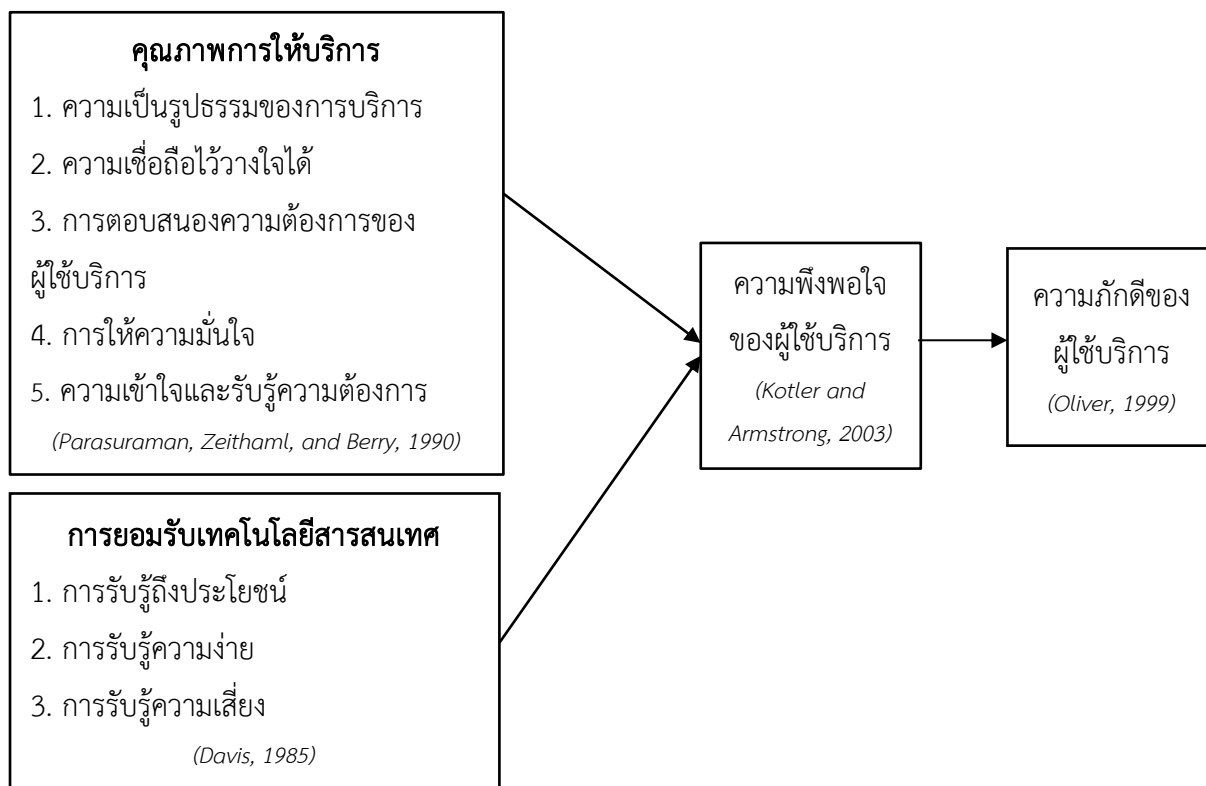
Oliver (1999) กล่าวว่า ความภักดีเป็นพฤติกรรมที่ประกอบด้วย 4 มิติ ดังนี้ (1) ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่ถูกคัดเลือกซื้อสินค้า/บริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้ใช้บริการได้ (2) พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communication) คือ การที่ผู้ใช้บริการพูดถึงแต่ข้อดีของสินค้าและบริการ พร้อมทั้งแนะนำและบอกต่อ กระตุ้นให้ผู้อื่นสนใจในสินค้าและบริการนั้น (3) ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ การที่ผู้ใช้บริการไม่มีความอ่อนไหวแม้ผู้ใช้บริการจะมีการปรับราคา หรือการที่ผู้ใช้บริการเต็มใจซื้อสินค้าและบริการแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงราคา หากสินค้าและบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ (4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) คือ พฤติกรรมของผู้ใช้ทั้งสินค้าและบริการเมื่อได้เจอกับปัญหาในการใช้

สินค้าและบริการนั้น ๆ ซึ่งอาจร้องเรียนกับผู้ให้บริการโดยตรง หรือบอกต่อคนอื่น หรือส่งเรื่องไปยังสื่อมวลชน ซึ่งส่วนนี้จะเป็นการวัดการตอบสนองต่อปัญหาของผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus จากทฤษฎีของ Oliver's (1999) และได้พัฒนาเครื่องมือเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยสามารถวัดได้จากทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการได้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus ในด้านต่าง ๆ ในรูปแบบของพฤติกรรมความชื่นชอบ ความประทับใจ และตอบสนองด้วยพฤติกรรมต่างๆ เช่น การบอกต่อ หรือนึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อมีการใช้บริการขนส่งสาธารณะ แต่ไม่ได้นำความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคาและพฤติกรรมการร้องเรียนมาพัฒนาเครื่องมือเนื่องจากผู้ให้บริการสามารถใช้แอปพลิเคชัน Viabus ได้ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย รวมถึงไม่มีช่องทางในการร้องเรียน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

- H1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H3 การตอบสนองลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H4 การให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H5 ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H6 การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H7 การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H8 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
- H9 ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความภักดี

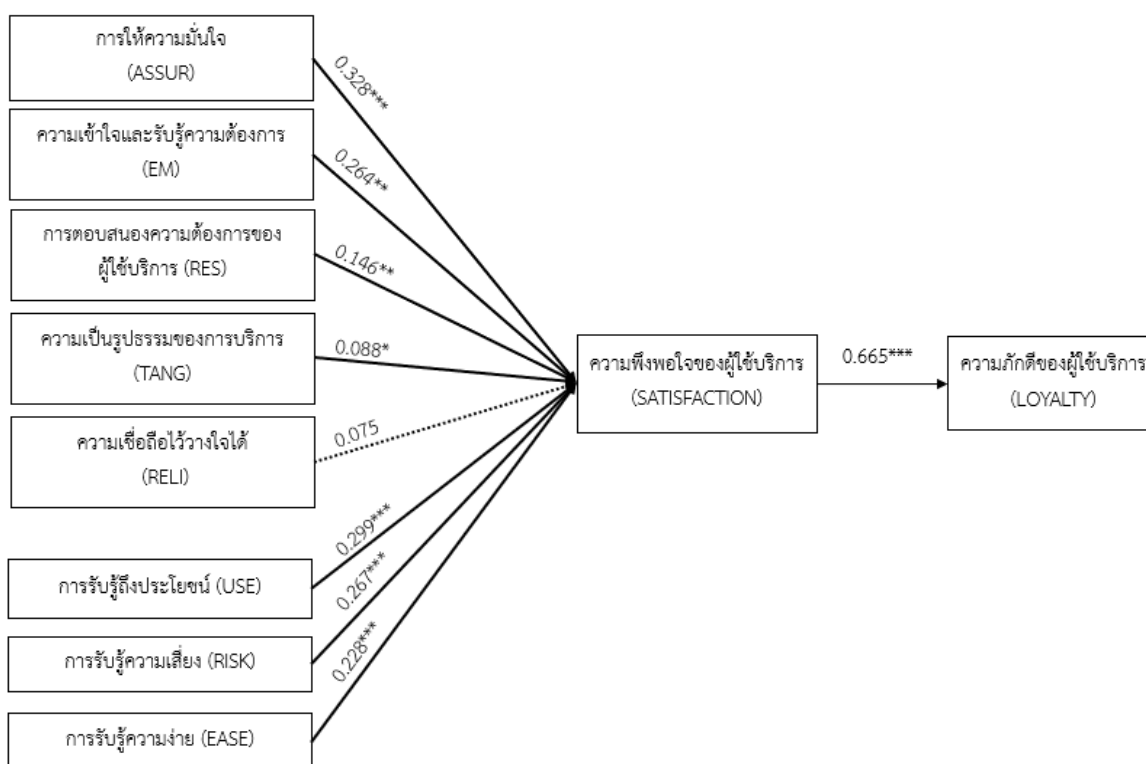
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตร Cochran (1997) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเร่งรีบในการเดินทาง และแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ให้แก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อง่ายต่อการทำแบบสอบถาม โดยมีการกำหนดคำถามคัดกรองและทำการเก็บแบบสอบถามจนครบตามจำนวนที่กำหนด โดยแบ่งรายละเอียดในแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (3) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ (4) การให้ความมั่นใจ และ (5) ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ด้าน ได้แก่ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (2) การรับรู้ความง่าย และ (3) การรับรู้ความเสี่ยง ส่วนที่ 4 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยความพึงพอใจ ส่วนที่ 5 เป็นคำถามในส่วนของปัจจัยความภักดีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ (IOC) โดยผู้ทรงวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (ผล IOC มีค่าตั้งแต่ 0.67 – 1.00) แล้วจึงนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบข้อมูลทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่า $\alpha > 0.70$ และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ > 0.30 แสดงว่าคำถามมีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง (Hair et al., 2010) จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงปกติของข้อมูล (Normality) และภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการหาผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

จากการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในบริเวณกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างอิสระ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ปริมาณการใช้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus อยู่ในช่วง 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้แอปพลิเคชัน ViaBus มากที่สุด คือช่วงเย็นถึงค่ำ (16.01 - 21.30 น.) ปกติใช้แอปพลิเคชัน ViaBus ในการเดินทางรูปแบบรถเมล์ และมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus คือการทำงาน



หมายเหตุ: *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$), **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($2.576 \leq t\text{-value} < 3.290$), ***นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($t\text{-value} \geq 3.290$)

ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

จากภาพ 2 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\beta=0.075$) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ แต่การให้ความมั่นใจ ($\beta=0.328***$) ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ ($\beta=0.264**$) การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\beta=0.146**$) และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\beta=0.088*$) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าความแปรปรวนร่วม (R^2) เท่ากับ 0.620 หรือกล่าวได้ว่า การให้ความมั่นใจ ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ การตอบสนอง



ความต้องการและความเป็นรูปธรรมของการบริการสามารถอธิบายความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 62 ในขณะที่ความพึงพอใจ ($\beta=0.665^{***}$) ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าความแปรปรวนร่วม (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.442 หรือกล่าวได้ว่าความพึงพอใจสามารถอธิบายความภักดีได้ร้อยละ 44.2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ ($\beta=0.299^{***}$) การรับรู้ความเสี่ยง ($\beta=0.267^{***}$) และการรับรู้ความง่าย ($\beta=0.228^{***}$) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าความแปรปรวนร่วม (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.499 หรือกล่าวได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความง่ายสามารถอธิบายความพึงพอใจได้ร้อยละ 49.9

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ควรปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้อย่างเร่งด่วน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และควรปรับปรุงด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและความภักดีต่อการใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชัน ViaBus ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากขึ้นด้วย

ตาราง 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

(n =400)

สมมติฐาน	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.088*	สอดคล้อง
H2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.075	ไม่สอดคล้อง
H3 การตอบสนองลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.146**	สอดคล้อง
H4 การให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.328***	สอดคล้อง
H5 ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.264***	สอดคล้อง
H6 การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.299***	สอดคล้อง
H7 การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.228***	สอดคล้อง
H8 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	0.267***	สอดคล้อง
H9 ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความภักดี	0.665***	สอดคล้อง

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามแนวทางของสมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.088 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ การออกแบบรูปแบบแอปพลิเคชัน ViaBus มีความสวยงาม สะดวก ทันสมัย น่าใช้ โดยมีเมนูหลากหลาย และข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจน ครบถ้วนสมบูรณ์ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการจะ

นำไปสู่ความพอใจโดยการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างความหวังของผู้ใช้บริการในการเข้ารับบริการและการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งสามารถวัดได้ 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา เกตุแก้ว (2559) พบว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการอาจไม่ทราบข้อมูลในบางเรื่อง เช่น แอปพลิเคชัน ViaBus ได้รับความนิยมในการใช้งานจากผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากหรือไม่ หรือ ผู้ใช้บริการไม่มั่นใจว่าผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus มีการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีหรือไม่ หรือ ผู้ใช้บริการไม่ทราบข้อมูลว่า แอปพลิเคชัน ViaBus ได้รับการสนับสนุนข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ หรือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นข้อมูลจริงหรือไม่ จึงส่งผลให้ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของแท็กซี่จริงไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน ViaBus อาจไม่ได้แสดงผลการค้นหาค่าโดยสาร ตารางเวลา และตำแหน่งได้อย่างถูกต้อง แม่นยำจริง หรือ การใช้งานที่ไม่สิ้นเปลืองมีอาการสะดุดหรือติดขัดในการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา เกตุแก้ว (2559) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจได้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อาจเป็นผลมาจากผู้ให้บริการไม่ได้คาดหวังต่อการใช้อุปกรณ์แอปพลิเคชันเรียกรถแท็กซี่ เนื่องจากเป็นเพียงแอปพลิเคชันอำนวยความสะดวกเท่านั้น

สมมติฐานที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.146 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ หากผู้ให้บริการสามารถติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือ แสดงความคิดเห็น ขอคำแนะนำ หรือ ร้องเรียนได้สะดวก รวดเร็ว และ สามารถใช้งานได้อย่างสิ้นเปลือง จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ อรุณเลิศ และ ศิริรัตน์ โกศการิกา (2565) พบว่า การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็วส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า เช่นเดียวกับผลการศึกษาของพัชรกัญญา จารุทวีผลนุกุล และคณะ (2563) พบว่า การตอบสนองลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทฟู้ดแพนด้า และสอดคล้องกับ รดา เกตุแก้ว (2559) พบว่า การตอบสนองลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การให้ความมั่นใจต่อลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.328 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ เมื่อผู้ให้บริการคาดการณ์ระยะเวลาที่ขนส่งสาธารณะจะมาถึงล่วงหน้าได้ มีเมนูแสดงข้อมูลคำถามคำตอบที่พบบ่อยตลอดการใช้งาน มีการแสดงผลให้เห็นสถานะขนส่งสาธารณะแบบเรียลไทม์ สามารถค้นหาขนส่งสาธารณะที่พร้อมให้บริการในบริเวณที่ต้องการได้ และแสดงขั้นตอน วิธีการใช้งานอย่างละเอียดชัดเจน จะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รดา เกตุแก้ว (2559) กล่าวว่า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าทำให้เกิดความพึงพอใจ



สมมติฐานที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความเข้าใจและรับรู้ความต้องการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.264 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ หากผู้ให้บริการสามารถแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง ดูแลเอาใจใส่ เข้าใจความต้องการติดต่อได้หลากหลายช่องทาง มีการแจ้งข้อมูลข่าวสาร และ แนะนำบริการอย่างสม่ำเสมอ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียมกัน จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตติกาญจน์ ศิริวัฒนวรรณ, อัมพล ชูสนุก และวาทัญญู รัชมิทัต (2562) กล่าวว่า หากพนักงานรับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี จะส่งผลให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง และใช้งานฟังก์ชันแอปพลิเคชันได้หลากหลายมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของรดา เกตุแก้ว (2559) พบว่าความเข้าใจและรับรู้ความต้องการในผู้รับบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิไลวรรณ พกนันท (2558) พบว่า ผู้ใช้บริการเอไอเอส พรีเมียมแอปพลิเคชันมีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการในระดับปานกลางหมายความว่า แอปพลิเคชันที่ใช้งานไม่มีความซับซ้อน เข้าใจง่าย พนักงานตอบความคิดเห็นให้ความใส่ใจ

สมมติฐานที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.299 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ การที่แอปพลิเคชัน ViaBus สามารถวางแผนการเดินทางล่วงหน้าได้ เลือกรูปแบบการเดินทางได้หลากหลาย ค้นหาพิกัดของขนส่งสาธารณะที่อยู่ใกล้ได้ มีระบบแจ้งเตือนเมื่อขนส่งสาธารณะมาถึง และช่วงลดระยะเวลาในการรอคอย ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญิกา แซ่เรือ (2563) และปวิมตา ลีรัตนแสงโชค (2564) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า

สมมติฐานที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.228 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ แอปพลิเคชัน ViaBus มีขั้นตอนและฟังก์ชันการทำงานที่ง่าย สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัยจึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบัณฑิต ขวนขุนทด, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และประภัสสร วิเศษประภา (2562) พบว่า การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเวียบัส ซึ่งการใช้แอปพลิเคชันเวียบัสบนสมาร์ทโฟนมีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ รถโดยสารประจำทางมากยิ่งขึ้น จะสังเกตได้ว่าเมื่อมีแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เกิดขึ้น ประชาชนจะให้ความสนใจ ทดลองใช้ และประเมินว่าแอปพลิเคชันนั้นว่าก่อให้เกิดความสะดวกสบายขึ้นหรือไม่

สมมติฐานที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.267 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus รับรู้ความเสี่ยงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินและจัดการกับสถานการณ์ที่อาจเกิดปัญหาหรืออันตรายได้ เช่น ได้รับความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ ความเสี่ยงจากระบบ GPS ไม่เสถียร ความเสี่ยงอันเกิดจากปัญหาในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ความเสี่ยงจากประสิทธิภาพ

การทำงานระหว่างปรับปรุงระบบ ความเสี่ยงด้านข้อมูลที่อาจถูกนำไปใช้โดยมิได้รับอนุญาต ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปวิณา ลีรัตนแสงโชค (2564) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของเฟดเอ็กซ์ผ่านช่องทางออนไลน์

สมมติฐานที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.665 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ViaBus มีการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์สูง จึงทำให้เกิดความภักดี โดยอาจแสดงออกในลักษณะของการบอกต่อและใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปณณวีร์ วีระพงษ์ (2565) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผู้ใช้บริการของแอปพลิเคชันแกร็บฟู้ด จะต้องพึงพอใจในการใช้งานก่อนจึงจะเกิดความภักดีของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการควรต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน ViaBus โดยเฉพาะเรื่องที่ได้รับการสนับสนุนข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ต่อการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการ รวมไปถึงการปรับปรุงข้อมูลให้แม่นยำตามที่ได้โฆษณาประชาสัมพันธ์ไปซึ่งถือเป็นความคาดหวังของผู้ใช้บริการโดยตรง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม ควรใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้ในการทำการศึกษาค้นคว้าเปรียบเทียบการให้บริการของแอปพลิเคชัน เพื่อผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะผ่านแอปพลิเคชันอื่น ๆ เห็นข้อมูลที่แตกต่างสำหรับการนำไปพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไป และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะด้วย เช่น แอปพลิเคชัน Moovit หรือ Namtang เป็นต้น

2.2 เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ สามารถขยายขอบเขตการศึกษา โดยการเปลี่ยนความสัมพันธ์ของตัวแปร และมีการเพิ่มตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในกรอบแนวคิด เช่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน ViaBus เป็นต้น

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

การมีแอปพลิเคชันในการติดตามขนส่งสาธารณะของไทย ได้ถูกพัฒนามากขึ้นไปแล้ว ซึ่งคนที่ไม่ได้ใช้ขนส่งสาธารณะแล้ว จะไม่ทราบข้อมูล เทคโนโลยีที่สามารถใช้ได้ในปัจจุบัน ซึ่งความสามารถของคนไทยที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชันที่ทันสมัย ไม่ได้หมายถึง แอปพลิเคชัน เฉพาะ ViaBus เท่านั้น ยังมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่ใช้ติดตามขนส่งสาธารณะได้



เอกสารอ้างอิง

- กัญฐิกา แซ่เรือ. (2563). *การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์รับจ้างของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชุตติกาญจน์ ศรีวิมลวรรณ, อัมพล ชูสนุก และวาทัญญู รัศมิทัต. (2562). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความสะดวก และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน. *Veridian E-Journal*, 12, 1427-1444.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 17). ห้างหุ้นส่วนสามัญปิสิกเนสอาร์แอนด์ซี.
- พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล, ปิยากร พรพิริวิชญ์, เปมิกา พันธุ์สุมา, และพิจักษณ์ วราเสนีย์วุฒิ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), 29-42.
- บัณฑิต ขวนขุนทด, สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และประภัสสร วิเศษประภา. (2562). *การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเวียบัส (ViaBus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ปวิณตา ลีรัตนแสงโชค. (2564). *การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้บริการเฟดเอ็กซ์ผ่านช่องทางออนไลน์*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญยวีร์ วีระพงษ์. (2565). *คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน กรณีศึกษา : Grab Food*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รดา เกตุแก้ว. (2559). *คุณภาพการบริการและการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ลัดดาวัลย์ อรุณเลิศ และศิริรัตน์ โกศการิกา. (2565). ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*, 10(1), 130-143.

- วิไลวรรณ พกนนท์. (2558). การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เอไอเอส พรีเมียม แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภวรรณ พิพิธสมบัติ. (2564). ข่าวสารและความเคลื่อนไหว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://chula.ac.th/highlight/47660/>.
- องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (2566). จำนวนผู้ใช้บริการรถโดยสาร-ขสมก. ประจำวันที่ 29 กรกฎาคม 2566. <https://bmta.co.th/th/content/จำนวนผู้ใช้บริการรถโดยสาร-ขสมก-ประจำวันที่-29-กรกฎาคม-2566-จำนวน-512826-คน>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques (3rd ed.)*. John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. College Division.
- Kotler, E. L., & Armstrong, K. (2006). *Marketing management (12th ed)*. Prentice-Hall.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., & Berry, L. L. (1990). Five imperatives for improving service quality. *MIT Sloan Management Review*, 31(4), 29.